



## **Informe: Publicidad de Productos Escolares**

# **Informe Publicidad de Productos Escolares**

**Departamento de Estudios e Inteligencia  
Unidad de Análisis Publicitario**

**Febrero de 2016**

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

### 1. Presentación

Se acerca marzo y miles de estudiantes se aprestan a ingresar a un nuevo año escolar. Este hecho significa un importante desembolso para los hogares del país y un aumento de la publicidad de productos escolares, que incluye, entre otras cosas, artículos de escritorio, textos escolares, ropa, calzado, loncheras y mochilas.

Desde el Ministerio de Educación, el mensaje es que el derecho a la educación está por sobre las exigencias que puedan hacer los colegios respecto a textos, uniformes y útiles escolares. Ningún colegio, sea particular pagado, subvencionado o municipal, puede ejercer sanciones sobre un estudiante que no tenga un texto específico, algún elemento del uniforme o útil escolar, de lo contrario, es posible la configuración de una conducta discriminatoria<sup>1</sup>.

Desde el punto de vista del consumo, el análisis de la publicidad escolar contribuye al derecho a la información veraz y oportuna, en el sentido de vigilar que la comercialización y los anuncios de los proveedores, no impliquen condiciones abusivas para la adquisición de estos productos por parte de los hogares y genere situaciones que puedan perjudicar el proceso de incorporación de los estudiantes a este nuevo ciclo escolar.

---

<sup>1</sup> <http://www.mineduc.cl/2016/02/11/ministra-s-valentina-quiroga-entrega-recomendaciones-a-los-padres-para-el-inicio-del-ano-escolar/>. Además, ver Ord. N° 0089 de la Superintendencia de Educación, donde informa sobre fiscalización de textos, útiles y uniforme escolar, en [http://www.supereduc.cl/images/ORD\\_Nº\\_0089\\_Informa\\_sobre\\_fiscalización\\_de\\_textos\\_útiles\\_y\\_uniforme\\_escolar.pdf](http://www.supereduc.cl/images/ORD_Nº_0089_Informa_sobre_fiscalización_de_textos_útiles_y_uniforme_escolar.pdf)

## **Informe: Publicidad de Productos Escolares**

Ante el incremento de información que difunden los proveedores a través de la publicidad -principalmente aquella relacionados a los rubros del Retail, Supermercados y Tiendas Especializadas-, es que SERNAC, en el cumplimiento de su misión de proteger e informar a los/as ciudadanos/as que ingresan al mercado en busca de útiles escolares, uniformes y calzado, entre otros, analizó la publicidad de este tipo de productos y las diferentes ofertas para su financiamiento -emitida en el periodo del 15 de enero al 08 de febrero del presente año-, con el fin de vigilar que esta se ajuste a las normas establecidas en la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC).

De este modo, el propósito del estudio consiste en:

- a) la vigilancia de la publicidad escolar, a fin de procurar el ajuste de la misma a la normativa vigente en materia de consumo; y,
- b) proveer de información veraz y oportuna a los padres y/o apoderados a fin de ayudar en la toma de decisiones en esta materia.

Dado que el objetivo de la publicidad, si bien, por una parte es motivar a los consumidores a la adquisición de determinados bienes y servicios, es al mismo tiempo, mecanismo de información, particularmente de ciertos aspectos que son indispensables para su veracidad. Tales como: conocer el tiempo o plazo de duración de una promoción u oferta, es decir, su vigencia, periodo en el cual los consumidores pueden exigir las condiciones más favorables ofrecidas o la rebaja del precio, las bases que regulan éstas prácticas comerciales (condiciones y restricciones), que la información cumpla con ciertos parámetros mínimos para que sea legible, tamaño no menor a 2,5 milímetros, que el contraste del soporte donde es expuesta permita acceder a ella, que las afirmaciones

## **Informe: Publicidad de Productos Escolares**

publicitarias contenidas sean comprobables y no inductivas a error o engaño, entre otros.

La investigación se realizó sobre una muestra de 22 piezas publicitarias y se evidenciaron hallazgos en 7 de ellas, lo que representa el 31,8% de la muestra. Estos hallazgos recaen sobre 6 de las 15 empresas responsables de los anuncios analizados, lo que representa el 40% de aquellas que exhibieron publicidad durante el periodo de estudio<sup>2</sup>.

Los principales hallazgos son: desajustes en materia de legibilidad de la información (difundida en un formato de letra inferior a 2,5 mm y/o débil contraste), lo que dificulta el acceso a información relevante para su decisión de consumo; tratamiento disímil -en cuanto a tipografía gráfica y ubicación- de la Carga Anual Equivalente (CAE) respecto de la Cuota; frases del tipo "hasta agotar stock", las cuales introducen elementos que no permiten al consumidor tener certeza de la efectividad del ofrecimiento realizado por el proveedor, ya que queda sujeto al arbitrio de éste tener -en tiempo y lugar- los productos disponibles; y finalmente, la presencia de una frase cuyo contenido es susceptible de comprobabilidad.

Como resultado del análisis realizado por el Departamento de Estudios e Inteligencia, se realizarán acciones judiciales y administrativas: El Servicio denunciará a 6 empresas por infringir LPC, en lo referido a las observaciones más arriba indicadas; además, solicitará -mediante oficio- información a 2 de estas empresas, que compruebe la veracidad del mensaje publicitario

---

<sup>2</sup> Cabe señalar que, Falabella exhibió dos piezas publicitarias en las que se evidenciaron hallazgos, un catálogo y una pieza contenida en un medio de prensa escrita, lo que explica que el número de piezas observadas (7) sea mayor al número de proveedores observados (6).

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

### 2. Objetivos

#### Objetivo general

Analizar la información contenida en la publicidad de productos escolares, emitida en medios de prensa escrita de circulación nacional, catálogos insertos en diarios y televisión abierta.

#### Objetivos específicos

1. Vigilar el cumplimiento de las normas en materia de publicidad, establecidas en la Ley N° 19.496, Reglamentos y la Guía de Alcance Publicitario y de Prácticas Comerciales de SERNAC<sup>3</sup>;
2. Identificar las infracciones a la normativa sobre los derechos de las/los consumidoras/es contenidas en este tipo de publicidad; y,
3. Definir acciones que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias o infracciones en la publicidad de productos escolares y su financiamiento.
4. Informar a los padres y/o apoderados sobre prácticas publicitarias importantes que puedan afectar su decisión de compra, a efectos de que su observación forme parte de su comportamiento de consumo.

---

<sup>3</sup> <http://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2015/02/Gu%C3%ADa-de-Alcance-Publicitario1.pdf>

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

### 3. Metodología

- 4.1. Metodología.** Análisis de contenido.
- 4.2. Unidad de Análisis.** Piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional, catálogos insertos en diarios y televisión abierta que difunden este tipo de publicidad.
- 4.3. Muestra.** Se compone de un total de 22 unidades (anunciadas por 15 proveedores): 14 piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa escrita de circulación nacional, 3 catálogos distribuidos en diferentes diarios, y 5 piezas difundidas en televisión abierta. El periodo de monitoreo de medios se realizó entre el 15 de enero al 08 de febrero del presente año.

### 4. Análisis

De las 22 piezas publicitarias incluidas en el estudio, se evidenciaron hallazgos en 7 de ellas, lo que representa el 31,8% de la muestra. Estos hallazgos recaen sobre 6 de los 15 proveedores responsables de los anuncios analizados, lo que representa el 40% de los proveedores que exhibieron publicidad durante el periodo de estudio<sup>4</sup>.

Sobre la tipología de observaciones sobre la publicidad analizada, fue posible identificar desajustes en cuanto a la forma en que las empresas difunden la información, la figuración de frases del tipo "hasta agotar stock", omisión del

---

<sup>4</sup> Cabe señalar que, Falabella exhibió dos piezas publicitarias en las que se evidenciaron hallazgos, un catálogo y una pieza contenida en un medio de prensa escrita, lo que explica que el número de piezas observadas (7) sea mayor al número de proveedores observados (6).

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

Costo Total del Crédito (CTC) y presencia de frases susceptibles de comprobabilidad. El análisis de la publicidad por proveedor es el siguiente:

### 4.1. Análisis de publicidad exhibida en catálogos y medios de prensa escrita de circulación nacional.

Proveedor: Falabella  
Medio: Catálogo, Diario La Tercera

#### Figura 1

Fecha de difusión: 31-01-2016



**Observaciones:** 1) Contiene la frase "...o hasta agotar stock" 2) Contiene la frase "marca exclusiva", esto cuando la marca a la que alude la frase, se observa en la publicidad de otra casa comercial.

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

Proveedor: Falabella  
Medio: Diario La Tercera  
**Figura 2**  
Fecha de difusión: 30-01-2016

**ESCOLARES**  
• CALIDAD DESDE SIEMPRE •

**HOLLEY**  
PACK 2 CAMISAS O  
2 BLUSAS HOLLEY  
**\$ 2.990**

CAMISA PACK (2 unidades)  
SKU: 880465714/708/461  
Talla 4, 6 y 8.  
BLUSA PACK (2 unidades)  
SKU: 880702315/352/353  
Talla 4, 6 y 8.  
Todo medio de pago

**HOLLEY**  
PANTALÓN NIÑO  
O JUMPER HOLLEY  
**\$ 3.990**

SKU PANTALÓN: 880102238/29/30  
SKU JUMPER: 880220538/  
880107539/360  
Talla 4 y 8.  
Todo medio de pago

**HOLLEY**  
ZAPATILLAS BLANCAS  
O NEGRAS HOLLEY  
**\$ 7.990**

PRECIO NORMAL: 9.990  
SKU: 880480382/880480395  
Stock: 30.000 unidades  
Tallas 28-29

**UNICA** **\$ 14.990**

PACK XTREM MOCHILA+  
LONCHERA + ESTUCHE

PRECIO NORMAL: 24.990  
SKU: 4756936/3738/39  
Stock: 4.000 unidades

COMPRAS TUS UNIFORMES,  
ZAPATOS Y MOCHILAS  
ESCOLARES EN  
[falabella.com](http://falabella.com)

3 MESES MAS!  
CMR Falabella

contigo siempre

**Observaciones: 1)** Contiene información importante para el consumidor en una letra ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm) y mal contraste. **2)** Exhibe la frase "...o hasta agotar stock".

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

Proveedor: Johnson  
Medio: Diario Las Últimas Noticias

### Figura 3

Fecha de difusión: 05-02-2016



**ESCOLARES 2016**  
**GANA UNA BECA ESCOLAR JOHNSON**  
PARTICIPA INSCRIBIENDO TU BOLETA EN [JOHNSON.CL](http://JOHNSON.CL)

**ELIGE TU COMBO**

**HEMIS SCHOOL**  
**Pack 1**  
Pantalón o jumper + pack 2 camisas o 2 blusas + polar (tallas 6 y 8)  
**\$8.990**  
P todo medio de pago: \$5.990

**HEMIS SCHOOL**  
**yoko**  
**Pack 2**  
Zapatillas de niña o niño, velcro (tallas 30-35) o cordón (tallas 30-35) + ballerina niña o zapato de niña o niño velcro (tallas 30-35)  
**\$14.990**  
Todo medio de pago

**XTREM**  
**Mochila Surf**  
Mochila para surf (tallas 30-35)  
**\$9.990**  
P normal: \$4.990

**POR COMPRAS EN VESTUARIO, MOCHILAS O CALZADO ESCOLAR + \$1.990 LLEVATE UN BASTÓN SELFIE**  
Stix 648257 - Polarita \$1.990 - P normal: \$4.990

**Johnson**  
cencosud  
TIENDA.JOHNSON

Ofertas válidas desde el viernes 5 de febrero hasta el martes 1 de marzo de 2016 y/o hasta agotar stock. Descuentos exclusivos pagando con Tarjetas Cencosud o tarjetas más emitidas por CBI Administradora de Tarjetas S.A., filial de Scotiabank Chile. Válido solo para compras con tarjeta. No acumulables con otras ofertas, promociones, descuentos y/o comissões. Concurso válido desde el miércoles 3 de febrero hasta el martes 1 de marzo de 2016. Premio consistente en 20 boletas de \$1.000.000 c/u. Sorteo el 04/03/2016, el ganador será publicado en Johnson.cl y tendrá un plazo de 30 días desde el día del contacto para reclamar su premio. Bases completas en Johnson.cl

**Observaciones:** Contiene la frase "...y/o hasta agotar stock".

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

### Figura 4

Proveedor: La Polar

Medio: Catálogo, Diario La Cuarta

Fecha de exhibición: 05-02-2016



**Observaciones:** Letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm) y mal contraste.

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

Proveedor: Lápiz López  
Medio: Diario Las Últimas Noticias

### Figura 5

Fecha de difusión: 04-02-2016



**La fábrica para tus talentos escolares 2016**

**LAPIZ LOPEZ y listo!**

**torre.** \$1.490 TORRE TORRE UNIVERSITARIO CLÁSICO FLOOR 7 MM, 300 HOJAS CAG. 89178

**tilibra** \$1.290 TILIBRA UNIVERSITARIO FONTE 7 MM, 300 HOJAS CAG. 90008

**RHEIN.** \$1.390 RHEIN UNIVERSITARIO FONTE 7 MM, 300 HOJAS CAG. 89229

**ALOTEK** \$1.390 ALOTEK UNIVERSITARIO FONTE 7 MM, 300 HOJAS CAG. 89178

**ALOCOLOR** \$1.390 ALOCOLOR LÁPICES 33 COLORES LARGO, PERFORACIÓN 1,500 CAG. 32779

**ALOCOLOR** \$1.390 ALOCOLOR LÁPICES 33 COLORES LARGO, PERFORACIÓN 1,500 CAG. 32779

**ALOCOLOR** \$1.390 ALOCOLOR LÁPICES 33 COLORES LARGO, PERFORACIÓN 1,500 CAG. 32779

**ALOCOLOR** \$1.390 ALOCOLOR LÁPICES 33 COLORES LARGO, PERFORACIÓN 1,500 CAG. 32779

**LLEVE 10x9**

**LLEVE 3x2**

**STAEDTLER** \$1.390 STAEDTLER BLOQUE DINÁMICO NEGRO 92x139x20 CAG. 137028

**LLEVE NUESTRA BOLSA LISTA!**

**AL COMPRAR TU LISTA EN TEMPORADA ESCOLAR**  
Válido por compras superiores a **\$30.000** por lista.

Los productos y precios comunicados en este aviso, tienen vigencia desde el 01 al 15 de Febrero de 2016, y están sujetos a disponibilidad de stock existentes en las tiendas Lápiz López. Las tiendas Outlet de Lápiz López están exentas de esta promoción, comunicación y aviso.

@lapizlopezchile /lapizlopezchile /lapizlopezchile @lapizlopezchile www.lapizlopez.cl

**Observaciones:** 1) Letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm);  
2) Indica que los precios y productos están "...sujetos a disponibilidad de stock".

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

Proveedor: Lider  
Medio: Catálogo, Diario Las Últimas Noticias

### Figura 6

Fecha de exhibición: 01-02-2016



The advertisement is for Lider, a Chilean supermarket chain. It features a blue header with the Lider logo and the slogan "Precios Bajos todos los días". Below the header, the text "el mejor COMPAÑERO en Precios Bajos" is written in a colorful, playful font. The main image shows four children in school uniforms, smiling and holding school supplies. To the left of the children, the text "TODO EN UN SÓLO LUGAR" is followed by checkmarks for "UNIFORMES" and "ÚTILES ESCOLARES". A yellow banner at the bottom left highlights a "SÚPER PACK" offer: "2 blusas o 2 camisas + Ariel 7 lavados" for \$4.990, with a note "Ahorro hasta \$4.780". To the right of the banner, there is an image of a white shirt and a bottle of Ariel detergent. Below the shirt, a price list shows: "Precio Unitario \$990 Tallas: 4-6", "\$1.990 Tallas: 8-10", "\$2.990 Tallas: 12-14", and "200x-200-1000mm". Below the detergent bottle, it says "NUEVO" and "0,5 litro Precio Normal \$3.790 Ahorro 1.000 unidades". At the bottom left of the advertisement, there is a small text: "Vigencia 28 de Enero al 10 de Febrero de 2016".

**Observaciones:** **1)** No existe tratamiento similar de la Carga Anual Equivalente (CAE) respecto de la Cuota, en cuanto a tipografía gráfica y ubicación (informa CAE en letra chica). **2)** No informa el Costo Total del Crédito (CTC). **3)** Letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm).

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

### Figura 7

Proveedor: Paris

Medio: Diario Las Últimas Noticias

Fecha de exhibición: 05-02-2016



**ESCOLARES**  
2016  
LOS NIÑOS HOY SE VISTEN EN PARIS Y PARIS.CL

**30% DCTO.**  
EN TODOS LOS POLERONES, CHALECOS Y SWEATERS  
20% CON TODO MEDIO DE PAGO

**PRODUCTO EXCLUSIVO**  
XTREN<sup>+</sup>  
MOCHILA GOSH  
**\$8.990**  
CON TODO MEDIO DE PAGO  
\$13.990 PRECIO NORMAL  
STOCK 800 UNIDADES

**PRODUCTO EXCLUSIVO**  
ZAPATO ESCOLAR MUJER COLLOKY  
**\$19.990**  
\$31.990 PRECIO NORMAL  
STOCK 800 UNIDADES

-MÁS OFERTAS EN-  
COMPRA ONLINE **PARIS.CL**

paris  
sencosud

Oferta válida hasta el viernes 12 de febrero de 2016. Hasta agotar stock de unidades informadas. 30% descuento pagando con Tarjetas Cencosud y Tarjetas de Crédito de Cencosud. No acumulable con otras ofertas, promociones, descuentos y promociones. S.A. Más de \$100.000 CLP. 20% con todo medio de pago de precio normal, así como con tarjeta de crédito. No acumulable con otras ofertas, promociones, descuentos y promociones.

**Observaciones:** **1)** Contiene la frase "...o hasta agotar stock de unidades informadas." **2)** Contiene información importante respecto de la oferta ("oferta exclusiva pagando con tarjeta Cencosud"), en una letra de tamaño inferior a 2,5 mm. **3)** Frase "producto exclusivo" susceptible de comprobabilidad.

#### 4.2. Análisis de publicidad exhibida en televisión.

Sin observaciones

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

### 5. Resultados

A consecuencia de los resultados del análisis de la Publicidad de Productos Escolares (Ver Tabla 1), SERNAC denunciará a 6 proveedores, por presentar al menos una de las siguientes infracciones:

- a) Difundir información relevante para los consumidores en un formato de letra ilegible, ya sea por presentarla en un tamaño inferior a 2,5 mm., en una ubicación que dificulta su lectura y/o por débil contraste;
- b) Presencia de frases del tipo "hasta agotar stock";
- c) Tratamiento disímil de la Carga Anual Equivalente (CAE) respecto de la Cuota, en cuanto a tipografía gráfica y ubicación (informa CAE en letra chica); y,
- d) Omisión del Costo Total del Crédito.

Además, el Servicio oficiará a 2 de estos proveedores a efectos de solicitar información que compruebe la veracidad de la afirmación publicitaria, puesto que se en un anuncio la "exclusividad" de determinadas marcas, sin embargo, durante el estudio se observó que dichas marcas también eran publicitadas por otras casas comerciales. En otra publicidad, se observó la declaración de "exclusividad" de algunos productos, por parte de una casa comercial, lo cual es susceptible de comprobabilidad.

Estos resultados muestran que, parte de los anuncios publicitarios escolares no se ajustan a la Ley N° 19.496, lo cual potencialmente puede inducir a una mala decisión de consumo por parte de padres y/o apoderados, debido a la falta de información veraz y oportuna.

## **Informe: Publicidad de Productos Escolares**

Es por ello que los hallazgos de este estudio, se traducen en un llamado a la alerta de padres y/o apoderados a fijarse en aspectos claves de la publicidad que, si bien colabora con información para la toma de decisiones, puede también inducir a error o engaño a los consumidores. En este sentido, es necesario atender a las condiciones de la promoción u oferta y la vigencia de la misma, la información contenida en la letra chica, la presencia de la Carga Anual Equivalente y el Costo Total del Crédito en el caso que se ofrecieran operaciones de crédito en cuotas o señalaran tasa de interés de referencia, la existencia de información sobre cómo opera una garantía y en qué consiste – en el caso que se ofreciera-, entre otros elementos.

La siguiente tabla muestra el listado de las empresas a denunciar u oficiar de acuerdo a las principales variables observadas:

## Informe: Publicidad de Productos Escolares

**Tabla 1. Identificación de proveedores por observaciones detectadas y acción a seguir**

Proveedor	Medio de difusión			Frase susceptible de comprobar	Frasas del tipo "hasta agotar stock"	Letra ilegible por tamaño y/o contraste	Tratamiento tipográfico disímil entre CAE y Nro de Cuotas	No informa CAE y/o CTC	Acción de SERNAC
	Prensa	Catálogo	TV						
<b>1. Falabella</b>	x	x		x	x	x			Denuncia/oficio
<b>2. Johnson</b>	x				x				Denuncia
<b>3. La Polar</b>		x				x			Denuncia
<b>4. Lápiz López</b>	x				x	x			Denuncia
<b>5. Lider</b>		x				x	x	x	Denuncia
<b>6. Paris</b>	x			x	x	x			Denuncia/oficio

Fuente: Sernac.