

MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

**MINUTA CON INFORMACION DE ANÁLISIS DE LA
PUBLICIDAD DEL DIA DEL PADRE**

JUNIO 2016

**Departamento de Estudios e Inteligencia
Unidad de Análisis de Publicidad y Prácticas Comerciales**



MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

1. Introducción

En el marco de una nueva celebración del “Día del Padre”, el Servicio Nacional del Consumidor en el cumplimiento de su misión de proteger e informar a las y los ciudadanos que adquieren bienes y servicios, analizó la publicidad vinculada a esta festividad, difundida en medios de prensa escrita de circulación nacional y canales de televisión abierta.

2. Objetivos

- a) 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.
- b) Identificar las infracciones a la normativa sobre los derechos de las/los consumidoras/es contenidas en la publicidad vinculada al “Día del Padre”.
- c) Definir acciones que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias o infracciones en la publicidad medioambiental.

3. Metodología

Se realiza análisis de contenido de las piezas publicitarias, de este modo se entrega información descriptiva, sobre el comportamiento de los proveedores y/o mercados en materia publicitaria. Para esto se analiza la forma (legibilidad y accesibilidad de las condiciones u otra información relevante para el consumidor) y el contenido de los anuncios (veracidad y oportunidad de la información que se entrega al consumidor y/o exhibición de frases susceptibles de comprobación).

Considerando los Principios Jurídicos que deben imperar en la actividad publicitaria, la información obtenida debe permitir identificar con certeza, las transgresiones a la Ley de Protección al Consumidor (LPC) y las deficiencias de información o la ausencia de ella en las piezas publicitarias, según corresponda, como por ejemplo:



MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

- a) Publicidad Falsa o Engañosa;
- b) Publicidad que produce confusión en la identidad de las empresas;
- d) Obligación de información de precios;
- e) Información Básica Comercial;
- f) Comprobabilidad de las información difundida; y,
- g) Cumplimiento de obligaciones en materia de prácticas comerciales en el caso de promociones u ofertas, información sobre el stock, uso de frases restrictivas, uso de letra chica y uso de Términos como Garantizado y Garantía, entre otras.

a. Selección de la muestra

Corresponde a las piezas publicitarias emitidas en canales de televisión abierta y prensa escrita de circulación nacional¹, durante el periodo entre **1 al 13 de junio** del año 2016. Durante la fecha de monitoreo se realizó un barrido sobre el total de piezas publicitarias aparecidas (1.500 piezas aproximadamente) de las cuales **54 piezas únicas**, exhibieron productos vinculados al día del padre. De ellas 41 piezas (75,92%) se presentaron en prensa escrita y 13 piezas (24,07%) en canales de televisión abierta.

Los proveedores que presentaron publicidad vinculada al día del padre durante la fecha del monitoreo y en los medios señalados fueron 34: ABCDIN, BANCO RIPLEY, CDF, CEMENTERIO METROPOLITANO, CENCOSUD, CMR FALABELLA, CORONA, DIJON, ESPACIO URBANO, FALABELLA, FARMACIA CRUZ VERDE, FASHIONS PARK, FORD CENTER, GUANTE, HITES, HOME CENTER, INDUMOTORA ONE, JOHNSONS, JUMBO, LA CUARTA, LA POLAR, LA TERCERA, LAS ULTIMAS NOTICIAS, MALL SPORT, MASTER CARD, OUTLET ROSEN, PEUGEOT, QUILLAYES, RIPLEY, SAVILLEROW, STANLEY, VICTORINOX, VIVO OUTLET Y WOM.

¹ La Unidad de Análisis Publicitario del Servicio Nacional del Consumidor, cuenta con una plataforma online que provee diariamente las piezas publicitarias de los siguientes medios: Canales de televisión abierta (Canal 13, Chilevisión, La Red, Megavisión, Telecanal, Tvn, Ucv) y Prensa escrita de cobertura nacional (El Diario Financiero, El Mercurio, The Clinic, La Cuarta, La Estrategia, La Segunda, La Tercera, Las Últimas Noticias, Pulso).

MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

4. Análisis

Las 54 piezas únicas publicitarias analizadas para este reporte, se concentraron en 34 proveedores. De ellas, se evidenciaron hallazgos en 4 piezas correspondientes al 7,27% del total analizada² y recaen sobre los proveedores: 1) Outlet Rosen, 2) Stanley, 3) Savillerow y 4) Peugeot.

No se encontró evidencia de infracción o desajuste en relación a la LPC, en los anuncios de los 30 proveedores restantes (54,54%): 1) Abcdin, 2) Banco Ripley, 3) CDF, 4) Cementerio Metropolitano, 5) Falabella, 6) Farmacia Cruz Verde, 7) Cencosud, 8) CMR Falabella, 9) Corona, 10) Dijon, 11) Espacio Urbano, 12) Fashions Park, 13) Ford Center, 14) Guante, 15) Hites, 16) Home Center, 17) Indumotora One, 18) Johnsons, 19) Jumbo, 20) La Cuarta, 21) La Polar, 22) La Tercera, 23) Las Ultimas Noticias, 24) Mall Sport, 25) Master Card, 26) Quillayes, 27) Ripley, 28) Victorinox 29) Vivo Outlet y 30) Wom.

N°	Empresas	Infracciones y Observaciones Detectadas			
		Frase "hasta agotar stock"	Letra poco legible de problema de contraste.	Letra poco legible por tamaño y poco tiempo de exposición de las condiciones.	Falta información veraz y oportuna
1	Outlet Rosen				x
2	Stanley		x		
3	Savillerow	x			
4	Peugeot			x	

² Del total de las 54 piezas analizadas vinculadas al día del padre.

MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

5. Conclusiones

De acuerdo a la observación del ajuste de la publicidad de los proveedores a las normas consagradas en la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, se registraron infracciones y desajustes en materia de frases como "hasta agotar stock". Además, se registró presencia de letra ilegible por tamaño, contraste y poco tiempo de exposición de las condiciones y restricciones de las promociones.

Considerando los resultados del estudio, el Servicio Nacional del Consumidor ha resuelto denunciar a 1 empresa, y oficiar a otras 3 Por los motivos que se señalan a continuación:

a. Denuncias

Empresa	Motivo	Acción
SAVILLEROW	Presenta frase " hasta agotar stock ". Esta expresión deja en la ambigüedad absoluta al destinatario, respecto del tiempo de vigencia de la Promoción.	DENUNCIA

b. Oficios

Empresa	Motivo	Acción
OUTLET ROSEN	La publicidad no indica cuales son los productos a los que se le aplica el porcentaje de descuento. No informa veraz y oportunamente en qué consisten la oferta.	OFICIO
STANLEY	La publicidad presenta información importante en letra ilegible por problemas de contraste.	OFICIO
PEUGEOT	Contiene información importante para el consumidor en un formato de letra ilegible por poco tiempo de exposición (aproximadamente 4 segundos).	OFICIO



MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

Anexo 1:

PIEZAS CON HALLAZGOS

Figura 1.



Proveedor: Outlet Rosen

Medio de comunicación: Las Últimas Noticias

Fecha de exposición: 03-06-2016

Observaciones:

- La publicidad no indica cuales son los productos a los que se le aplica el porcentaje de descuento. No informa veraz y oportunamente en qué consisten la oferta.

MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

Figura 2



Proveedor: Stanley

Medio de comunicación: Diario La Cuarta

Fecha de exposición: 05-06-2016

Observaciones:

- La publicidad presenta información importante en letra ilegible por problemas de contraste.



MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE

Figura 3



Proveedor: Savillerow

Medio de comunicación: El Mercurio

Fecha de exposición: 11-06-2016

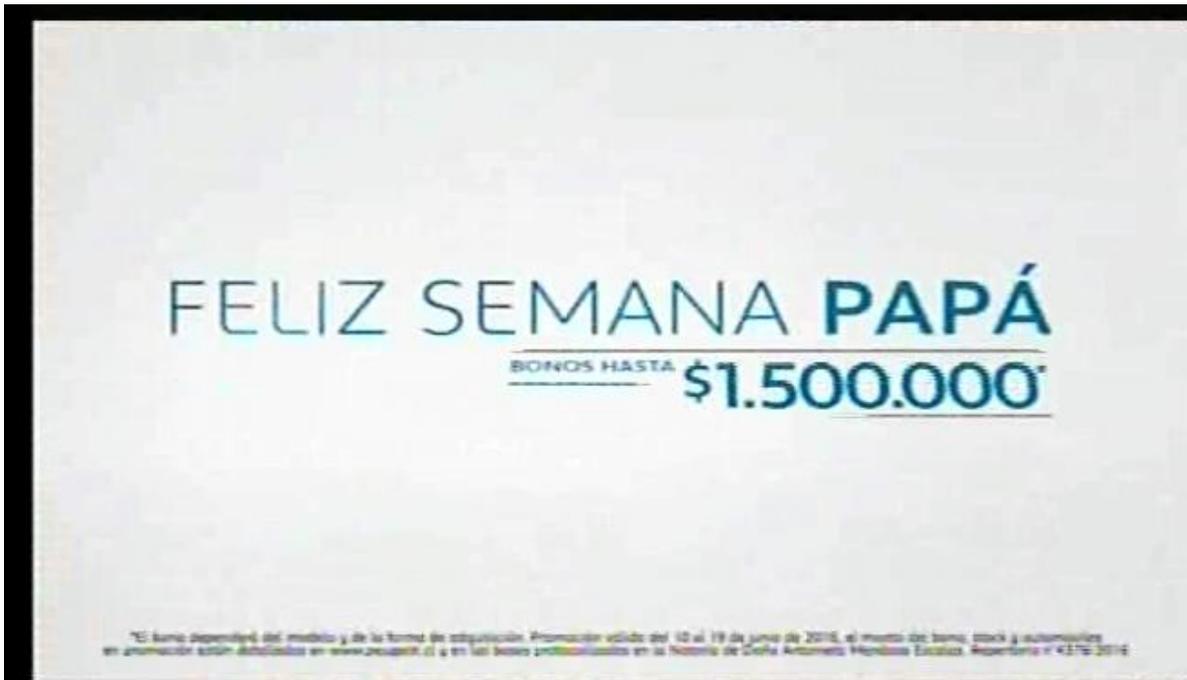
Observaciones:

- Presenta frase "**hasta agotar stock**". Esta expresión deja en la ambigüedad absoluta al destinatario, respecto del tiempo de vigencia de la promoción.



	Versión : 1.0	Estado: Vigente	Página 9 de 9
	MINUTA PUBLICIDAD DIA DEL PADRE		

Figura 4



Proveedor: Peugeot
Medio de comunicación: Canal 13
Fecha de exposición: 13-06-2016

Observaciones:

- Contiene información importante para el consumidor en un formato de letra ilegible por poco tiempo de exposición (aproximadamente 4 segundos).

