

MINUTA ANÁLISIS DE LA PUBLICIDAD DEL DIA DEL PADRE

Junio 2017

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



1. *Antecedentes*

En Chile, durante el mes de junio se realiza la celebración del Día del Padre, fecha que este año recaerá el día domingo 18 del mismo mes.

El origen de esta celebración se le atribuye a la iniciativa de una mujer llamada Sonora Smart Dodd, en Estados Unidos en el año 1909, quien decidió homenajear a su padre, Henry Jackson Smart, quien fuera un veterano de la guerra civil de ese país y que, debido a que su esposa falleciera en el parto de su sexto hijo, fue él quien quedó a cargo del cuidado de todos sus hijos.

En nuestro país, el Día del Padre, junto con otras fechas, se instauró oficialmente el año 1976, mediante el Decreto 1110 del Ministerio del Interior, en donde se instituye el día 19 de junio como Día Nacional¹. Sin embargo, la celebración se realiza tradicionalmente el tercer domingo del mismo mes.

En Chile, según estimaciones, existen 4 millones 600 mil padres². Esta cifra, sumado al auge comercial de las celebraciones de este tipo, abren una oportunidad de negocio que se traduce en un aumento de anuncios publicitarios relacionados con esta fecha, en donde se presentan promociones u ofertas que pueden resultar atractivas para los consumidores..

En este contexto es que el Servicio Nacional del Consumidor, en su rol de velar por el cumplimiento de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, Ley N° 19.496 (en adelante LPC), analizó la publicidad emitida a través de diversos medios de comunicación masivo, en el periodo comprendido entre el 1 y el 12 de junio de 2017, con el objeto de vigilar que los mensajes publicitarios se ajusten a esta normativa y proteger a las/los consumidoras/es que adquieren bienes y servicios vinculados a la celebración de dicha fecha.

Anteriormente, durante el año 2016, SERNAC analizó la publicidad del día del padre y denunció a 1 proveedor y ofició a otros 3 por diversas infracciones o desajustes a la LPC, por ejemplo:

¹ <https://www.leychile.cl/Navegar?idNorma=261625>, consulta realizada el 8 de junio de 2017.

² Diario La Tercera. "Siete de cada diez papás chilenos se declaran felices con su vida", 21 de junio de 2015. <http://diario.latercera.com/edicionimpresa/siete-de-cada-diez-papas-chilenos-se-declaran-felices-con-su-vida/> Visto el 9 de junio de 2017.

- Presentar frases tales como “hasta agotar stock”.
- Presencia de letra ilegible por tamaño, contraste y escaso tiempo de exposición.
- Falta de información sobre productos a los que se aplica un descuento.

2. Objetivos

2.1. Vigilar el cumplimiento de la publicidad con las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496 y los Requerimientos Institucionales;

2.2. Identificar las infracciones a las prácticas comerciales contenidas en este tipo de publicidad; y,

2.3. Definir acciones que permitan corregir prácticas publicitarias que pueden, eventualmente, inducir a error o engaño de los consumidores/as.

3. Metodología

La metodología utilizada es el Análisis de Contenido de las piezas publicitarias y se aplicó al total de las piezas exhibidas por los distintos anunciantes a través de la prensa de circulación nacional y de televisión abierta, las cuales fueron levantadas por la Unidad de Análisis Publicitario del Servicio Nacional del Consumidor.

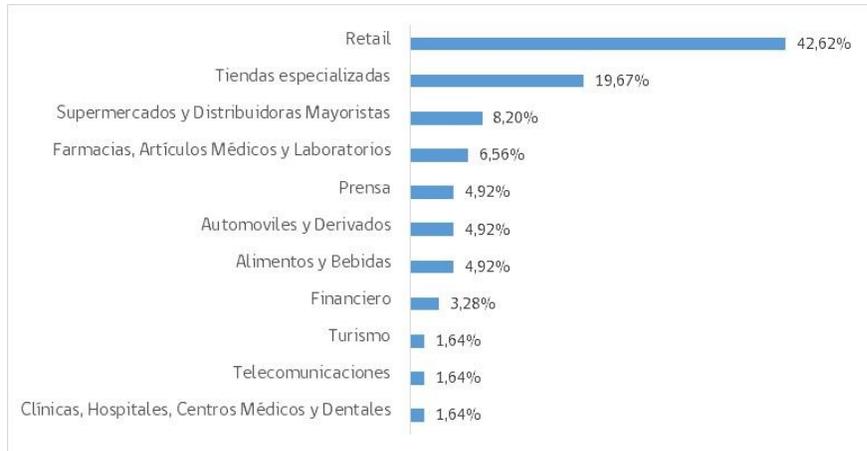
a. Selección de las piezas publicitarias

Tal como se mencionó anteriormente, en el periodo comprendido entre el 1 y el 12 de junio del año 2017, se registró la emisión de un total de 61 piezas publicitarias –11 en televisión abierta, 3 en catálogos y 47 en prensa de circulación nacional- por parte de 40 empresas (ver listado en Anexo N°1) que exhibieron productos o servicios vinculados al Día del Padre, lo que corresponde a un total de 11 mercados.

Como se observa en el gráfico N° 1, es el sector retail el que difunde un mayor volumen de publicidad (42,62%).



Gráfico N° 1. Distribución de las piezas publicitarias seleccionadas por mercado



Fuente: Sernac

4. Análisis

El análisis de las piezas publicitarias, detectó que 4 de ellas, (2 difundidas en prensa y 2 en televisión abierta), no se ajustan a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, y que corresponden al 6,56% del total de las piezas analizadas, las que se presentan en el Cuadro N°1.

Cuadro N° 1 Resultados de análisis de piezas publicitarias del Día del Padre, año 2017

ANUNCIANTE	OBSERVACIONES: MOTIVO LEGAL (LEY 19.496)			
	No informa plazo en que se podrán reclamar premios Art. 36	Artículo 12 en relación al Art. 28	Letra ilegible Art. 3 letra b	Comprobabilidad Art. 33
1. Clínicas Odontológicas Everest				X
2. El Cielo	X	X	X	
3. Farmacias Ahumada			X	
4. La Polar			X	

Fuente: Sernac



4.1 Detalle de piezas analizadas

Figura 1

Proveedor: El Cielo

Medio: la Tercera

Fecha de difusión: 11-06-2017



Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- No informa plazo en que se podrán reclamar los premios; presenta información en posición vertical y utiliza la frase "fotos de referencia"

Figura 2

Proveedor: Farmacias Ahumada

Medio: TVN

Fecha de difusión: 01-06-2017



Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- Presenta letra ilegible por exponer información en un escaso periodo de tiempo.

Figura 3

Proveedor: La Polar

Medio: La Red

Fecha de difusión: 08-06-2017



Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- Presenta letra ilegible por exponer información en un escaso periodo de tiempo.

Figura 4

Proveedor: Clínicas Odontológicas Everest

Medio: Revista Club La Tercera

Fecha de difusión: 04-06-2017



Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- Comprobabilidad de la frase "N° 1 en servicios odontológicos"

5. Conclusiones

De acuerdo a la observación y análisis de la publicidad del día del padre, en concordancia con las normas consagradas en la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, se registraron infracciones y desajustes consistentes en:

- No informar plazo en que se podrán reclamar los premios.
- Presencia de letra ilegible por encontrarse expuesta en posición vertical y escaso tiempo de exposición,
- Uso de frase "fotos de referencia".

Además se solicitará comprobabilidad de la afirmación publicitaria a uno de los anunciantes.

Considerando los resultados del estudio, el Servicio Nacional del Consumidor ejercerá acciones sobre 4 proveedores, lo que significa oficiar a las empresas solicitando el ajuste de su publicidad y/o comprobabilidad de la información difundida.

Las empresas y motivos por los cuales se ejercerán estas acciones se señalan a continuación:

a. Oficios

Empresa	Motivo
El Cielo	No informa plazo en que se podrán reclamar los premios; Información ilegible por encontrarse expuesta en posición vertical y uso de frase "fotos de referencia".
Farmacias Ahumada	Información ilegible por escaso tiempo de exposición.
La Polar	Información ilegible por escaso tiempo de exposición.
Clínicas Odontológicas Everest	Se solicita comprobabilidad por frase "N° 1 en servicios odontológicos".



Anexo N° 1

N°	Anunciante	Mercado
1	16 hrs	Tienda Especializada
2	Abcdin	Retail
3	Audiomúsica	Tienda Especializada
4	Casa Costanera	Retail
5	Chivas Regal	Alimentos y Bebidas
6	Clinicas Odontológicas Everest	Clinicas, Hospitales, Centros Médicos y Dentales
7	Dockers	Tienda Especializada
8	Easton Outlet Mall	Retail
9	El Cielo	Tienda Especializada
10	Falabella	Retail
11	Farmacias Ahumada	Farmacias, Artículos Médicos y Laboratorios
12	HBT	Tienda Especializada
13	Hites	Retail
14	Infinity	Automóviles y Derivados
15	Jumbo	Supermercados y Distribuidoras Mayoristas
16	La Cuarta	Prensa
17	La Polar	Retail
18	La Tercera	Prensa
19	Lapiz Lopez	Tienda Especializada
20	Lider	Supermercados y Distribuidoras Mayoristas
21	Ma Evans	Farmacias, Artículos Médicos y Laboratorios
22	Mitsubishi Motors	Automóviles y Derivados
23	Monarch	Tienda Especializada
24	Nescafé	Alimentos y Bebidas
25	Ópticas Schilling	Tienda Especializada
26	Paris	Retail
27	PC Factory	Tienda Especializada
28	Pichara	Tienda Especializada
29	Puntos Cencosud	Retail
30	Ripley	Retail
31	Rosen	Tienda Especializada
32	Salcobrand	Farmacias, Artículos Médicos y Laboratorios
33	Tarjeta Cencosud	Financiero
34	Toyota	Automóviles y Derivados
35	United Colors of Benetton	Farmacias, Artículos Médicos y Laboratorios
36	Van Heusen	Tienda Especializada
37	Viña Requingua	Alimentos y Bebidas
38	Visa	Financiero
39	Winery Boutique Hotel	Turismo
40	Wom	Telecomunicaciones

