

2^{da} Guía del Estudiante



LA PUBLICIDAD



Ministerio de
Economía,
Fomento y
Turismo

Gobierno de Chile

TODOS
POR
CHILE

SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor

El cuadernillo que presentamos a continuación, corresponde al segundo de la serie "Guía del Estudiante", enmarcada en el Programa Escolar de Educación Financiera del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC).

El objetivo del Programa es formar ciudadanos y ciudadanas responsables e informados, que cuenten con las competencias necesarias para desenvolverse de manera eficiente en los mercados, comprendiendo el impacto de las decisiones de consumo y relevando el ahorro como una práctica necesaria a lo largo de la vida.

La metodología de trabajo propuesta en este cuadernillo responde a la necesidad de acercar estos contenidos a la cotidianidad de los escolares, fortaleciendo su trabajo autónomo a través de la auto-instrucción.

El presente material es el resultado de un modelo de educación financiera propio del SERNAC en su misión de informar, educar y proteger a los consumidores de Chile, y es una forma más de llegar a los estudiantes junto con otra serie de productos educativos con los que el Programa trabaja, tales como obras de teatro, juegos interactivos, materiales audiovisuales, curso para el profesorado, entre otros.

La Guía del Estudiante es un recurso pedagógico que el SERNAC ofrece a la comunidad educativa en miras a la construcción de una sociedad con menores asimetrías de información y con mayores oportunidades para todas y todos los ciudadanos consumidores.

Saludos cordiales,


Ernesto Muñoz Lamartine
Director Nacional
Servicio Nacional del Consumidor.



¡¡ HOLA !!

Tal como podrás darte cuenta, estamos en el segundo cuadernillo de la Guía del estudiante. En esta ocasión, queremos que conozcas el mundo de la publicidad y cómo ésta impacta en las decisiones que tomas cuando compras algún producto.

Todos los días vemos muchos avisos publicitarios en los distintos medios de comunicación, tales como la televisión, internet, la radio, entre otros. Ante tanta información, ¿crees que la publicidad influye en tus gustos o en tus decisiones de compra?...

Por ejemplo, si ves un celular bacán que muestran en la tele ¿te dan ganas de comprarlo inmediatamente? o ¿te tomas tu tiempo para ver cuál es el mejor para ti, cuál es el precio que te conviene, cuáles son sus características?

Durante toda tu vida tomarás decisiones de compra y te enfrentarás a las distintas alternativas que te da la publicidad. Para hacerlo de manera adecuada es necesario que puedas mirarla y analizarla sin que caigas en su seducción. En otras palabras, que distingas las bondades y los peligros de ella.

Este cuadernillo es una invitación para que aprendas a leer y a analizar la publicidad, para que conozcas los principales elementos legales que la regulan, reconociendo cuando corresponde, aquélla que es engañosa o no te da la información que necesitas.

En esta guía no hay notas ni pruebas. La invitación es que realices tu propio aprendizaje y lo apliques en tus acciones diarias.

A eso te invitamos.

¿Estás dispuesto?

Entonces ¡aprendamos un poco más!



Pistas para avanzar en este cuadernillo

Te invitamos a prestar atención a las siguientes indicaciones, las que de seguro te serán muy útiles cuando comiences a trabajar este cuadernillo:



Quando veas esta imagen te encontrarás con información relevante sobre el contenido que estás trabajando, el cual puede ser un dato curioso o, inclusive, algo que no sabías.



Quando veas esta imagen, quiere decir que te desafiamos a desarrollar una actividad para poner a prueba tu aprendizaje... ¡No te preocupes, sabemos que podrás lograrlo!

Historia

Quando te encuentres con esta imagen, te invitamos a ser parte de una historia entretenida para leer y reflexionar.

No queremos echar a perder las sorpresas que este cuadernillo tiene para ti, así que no te daremos más pistas de cómo avanzar. Te invitamos a comenzar esta aventura...

Queremos conocer algo de ti

Me llamo:

Tengo..... años

Vivo en la Región.....

Estoy en..... Básico / Medio (seleccionar el correspondiente).

En mis ratos libres me gusta.....

En la semana mi..... me da algo de dinero para mis gastos.

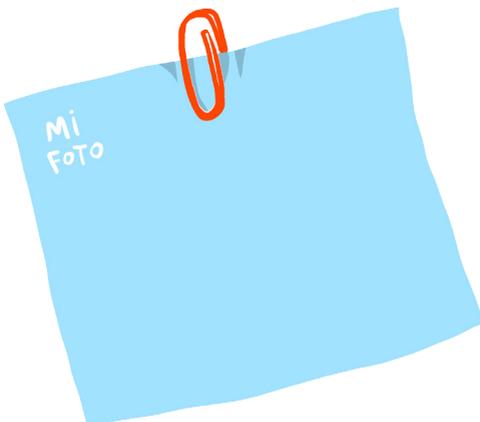
Generalmente lo uso para.....

Lo demás lo ahorro para

.....

Mi autorretrato

Te invitamos a que en unas pocas líneas nos cuentes quién eres tú, cómo te definirías, qué te gusta, cuáles son tus sueños, etc. Acompaña este autorretrato con una foto tuya que te identifique.



.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Lo que vamos a aprender en este cuadernillo

- ¿Qué es la publicidad?
- Los distintos tipos de publicidad que existen
- La historia de la publicidad
- Los mecanismos que usa para seducirnos
- ¿Cómo hacer un afiche publicitario?
- Derecho a la información veraz y oportuna
- La publicidad engañosa
- Las promociones y ofertas



LA PUBLICIDAD:



¿SABÍAS QUÉ?

De acuerdo a la Ley del Consumidor, la publicidad es la comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Ley N°19.496, Art. I, N°4.

Cuando nos enfrentamos a la publicidad es conveniente tener clara la diferencia entre **necesidades** y **deseos**.

NECESIDAD

Es todo aquello que requerimos para vivir o desenvolvernos de manera efectiva. Por ejemplo, yo necesito tener ropa y zapatos, educación, comida, etc.

Deseo

Es todo aquello que me gustaría tener, pero que si no lo tengo no me impide continuar viviendo o desenvolverme efectivamente. Por ejemplo, comerme un plato de helados o comprarme el último modelo de celular.

Desde una perspectiva económica, la diferencia está en que la necesidad es aquello que necesitamos o requerimos, mientras que el deseo corresponde al objeto específico que elegimos para satisfacerla. Por ejemplo, necesitamos alimentarnos (necesidad), pero escogemos hacerlo con un sándwich de queso y jamón (deseo).



(ver resultados al final).

Lee las situaciones que a continuación te presentamos y dinos cuándo el personaje tiene una necesidad y cuándo un deseo.

NECESIDAD

*Deseo ♥

Sandra vió unas zapatillas que le gustaron mucho. Ella sabía que no las necesitaba porque hace dos meses su papá le había comprado unas, pero, le gustaron demasiado y estaba decidida a hacer cualquier cosa por tenerlas.

Tito tenía mucha hambre. Cuando llegó a su casa se encontró con un rico plato de lentejas, pero a él no le gustaban mucho y pidió un plato de arroz con huevo. Su abuela le dijo que eso era lo que había de almuerzo y no otra cosa. Tito se las tuvo que comer calladito.

Sebastián, amigo de Sandra, está muy urgido porque necesita un libro de Lenguaje y su familia no ha tenido dinero para comprárselo. Lo necesita urgente para estudiar. No sabe a quién recurrir.

Tipos de Publicidad

COMERCIAL

Es aquella que pretende vender un producto y tiene por objetivo inducir a que éste se consuma.



SOCIAL o PROPAGANDA

Es la que promueve una idea, un valor o personas, mediante mensajes positivos que invitan a actuar de una manera determinada.



Canales de difusión publicitaria





(ver resultados al final).

En cada uno de los textos que te presentamos, te invitamos a reconocer el tipo de publicidad y el medio en que se transmite.

	MEDIO	TIPO DE PUBLICIDAD
 <p>"Si usted vuela a través de Aerolíneas Mutantes, llegará mucho antes".</p>		
 <p>"Le solicitamos que haga una donación para apoyar al centro "Aquí estamos" donde se trabaja con las personas mayores que no tienen quién los cuide".</p>		
 <p>"Compre hoy hasta la noche en todas las tiendas del país por este medio y tendrá un 50% de descuento ¡Lo mejor es que lo puede hacer desde su casa!"</p>		
 <p>"Atractivo, distinto, único, bacán. Úseme...use póleras revers".</p>		
 <p>"Buenas tardes soy del hogar "Preocúpese" que atiende a niños con discapacidad. Si quiere hacer un aporte marque 1 y le daremos todos los datos. Si no quiere o no puede, corte. Muchas gracias por escucharnos".</p>		
 <p>"Compre lo que necesite, no se deje convencer, sea un consumidor responsable. Lo agradecerá".</p>		

Reflexionemos

¿Por qué medios recibes más publicidad?

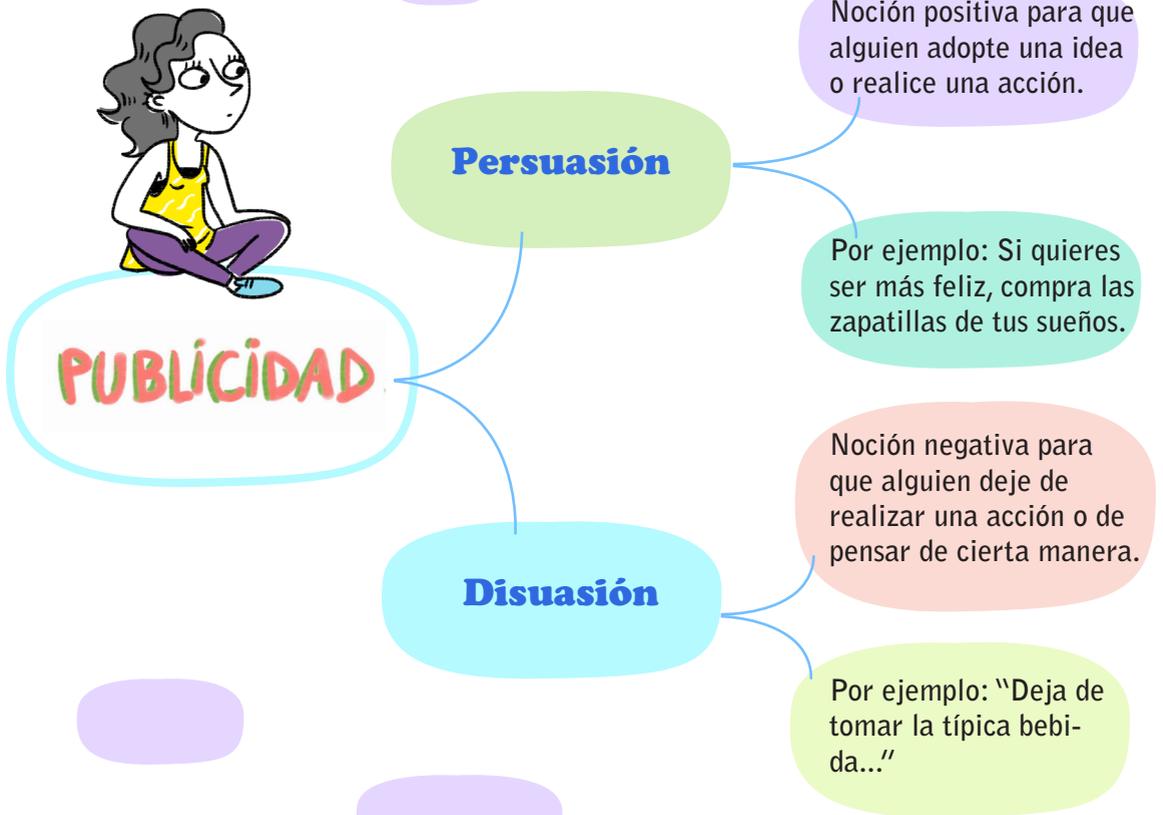
Publicidad y Decisiones de Consumo



¿SABÍAS QUÉ?

La publicidad es considerada un factor relevante para tomar decisiones de consumo debido, principalmente, a que busca cambiar conductas en las personas, además de mostrarnos los productos o servicios disponibles en el mercado.

Cuando decimos que la publicidad busca cambiar conductas nos referimos específicamente a:



Al verlo de esta forma, te podrás dar cuenta que muchas veces creías no necesitar algo pero, luego de ver una publicidad te surgió la necesidad de comprar "ESE PRODUCTO".

Todas nuestras decisiones de consumo se ven influidas por la publicidad. Algunas veces optamos por preferir una marca o producto solamente por lo que vimos en el comercial (por ejemplo: si me pongo tal desodorante las mujeres me mirarán más en la calle) o escogemos otro que nos ofrece "más o mejores cosas" que el que acostumbrábamos a comprar (el nuevo desodorante es sólo para hombres, no para niños).

Reflexionemos

¿Recuerdas la última vez que tomaste una decisión de consumo influido por la publicidad?

¿Qué te sedujo de esa publicidad?

CÁMARA VIAJERA



Hicimos un recorrido por el mundo de la publicidad. Retrocedimos en el tiempo y mira lo que encontramos:

Tebas

5.000 años AC:

Hace 5.000 años en la ciudad de Tebas se encontró un papiro que había hecho un comerciante que denunciaba la huida de un esclavo y decía. *"Se ofrece una recompensa a quién lo devuelva, a la tienda Hapú, el tejedor donde se tejen las más hermosas telas al gusto de cada uno"*. (Si quieres mirarlo se encuentra en British Museum de Londres).



Roma:

Existieron los "alba" y los "libelli". Los primeros eran tabloncillos de anuncios permanentes, antecesores de la gigantografía y los segundos, papiros que se adosaban a los muros como los actuales afiches. Se publicaban avisos oficiales, venta de esclavos, alquiler de casas y objetos encontrados.

Edad Media:

Se utilizaban grabados. Los manuscritos se tallaban en planchas de madera que se entintaban a modo de sellos (xilografía) lo cual permitía tener un número de reproducciones. Éstos eran utilizados por la Iglesia y se ponían los días festivos, los días de boda o bautismos.

Y llegó la imprenta:

Produjo una verdadera revolución ya que permitía difundir un mismo mensaje de manera simultánea y la reproducción de cualquier texto de forma masiva.



Época moderna:

Crece los centros urbanos y propician la publicidad como medio de comunicación masivo. Existe la necesidad de informar al público acerca de los productos y servicios por distintos medios (radio, televisión, carteles, etc.). Se descubre que la publicidad debe ser pagada ya que a través de los avisos se obtienen beneficios como promocionar su producto o servicio.

Y llegamos a Chile de vuelta donde nos dicen que:

La publicidad nació en 1812, junto al primer periódico del país, "La Aurora de Chile", donde se dejó un espacio para los avisos publicitarios. Luego, éstos aparecieron en la prensa y en las revistas magazines.



¿Cómo nace un aviso publicitario comercial?

≡ Tito Publicista ≡

Oye Sebastián, necesito dar a conocer estas zapatillas que me pasó un fabricante para que vendiera. Voy a ganar una comisión.

Yaa y cuál es el rollo. Anda a una tienda y ofrécelas o véndelas en el colegio.

Tú no "entendís" nada de lo que es el negocio. Yo quiero darlas a conocer a mucha gente. Para eso necesito venderlas en el máximo de locales comerciales. Así ganaré mucho más dinero.



¿Y para quién son estas zapatillas, parecen para jóvenes?



¡Bien! Parece que estamos entendiendo. Si sigues así, te hago mi socio.



y ¿qué crees tú que les gustaría saber? ¿De qué está hechas, que suela tienen?



Mmm debiera ser, pero yo creo que lo que los engancha es, por ejemplo, que con esas zapatillas van a sentirse seguros, van a poder llegar donde quieran, etc.



Ah lo que quieres hacer es una pequeña seducción. Entusiasmarlos para que las compren.



¡Manos a la obra!



ZAPATILLAS
RENACER
SI USTED LAS USA
VOLVERÁ A APARECER

¡perfecto!



Opiniones y tendencias sobre la publicidad.



Sólo el 25% de la población presenta una opinión positiva de la publicidad actual en Chile. Las principales críticas se relacionan con la percepción de saturación y falta a la verdad, ya que, según dicen, engaña a las audiencias. (Nielsen, *Trust in Advertising*, 2013).

El chileno prefiere la publicidad que muestra a personas reales, en situaciones reales, que hablan como cualquier vecino y que son como el ciudadano que vemos todos los días en la calle, el trabajo y el transporte público. (Leporati, *El Mostrador*, 19 de noviembre de 2015).

Las características que desde su contenido debe tener la publicidad para que sea mejor acogida por la población son: que sea llamativa, entretenida, que permita tomar mejores decisiones de consumo, que aporte a la sociedad, que cumpla lo que promete, que haga ver las cosas como son y que te ayude a ser una mejor persona. (Leporati, *El Mostrador*, 19 de noviembre de 2015).

Las nuevas tendencias publicitarias apuntan a la incorporación de anuncios en las redes sociales como Facebook, Instagram, Juegos online, entre otros. Con estos nuevos canales se logra llegar de mejor forma a los públicos de interés.

Te has preguntado alguna vez ¿por qué la publicidad que ves en Facebook siempre se relaciona con tus intereses?

Esto ocurre porque personas especializadas en el tema publicitario, rescatan la información que tú y muchos otros/as compartes por este medio y, de esta forma, sacan un perfil de consumidores que se basa en tus gustos.

Tus intereses e información que compartes



Perfiles de consumo



Publicidad focalizada



Cada vez que pones me gusta, compartes información o visitas perfiles de marcas o productos, se registran dichos movimientos en bases de datos de "Intereses".

Con dichas bases de datos se crean perfiles de intereses o perfiles de consumo.

En base a los perfiles, te muestran publicidad acorde a lo que sueles hacer, comprar o compartir.

Reflexionemos

Y tú ¿qué opinas de la publicidad?

Lo que me gusta es:

Lo que no me gusta es:

Donde más veo es:

Lo que me fijo en un aviso es:

Le hago caso cuando:

El aviso que más me ha gustado es:



Te invitamos a participar

Te invitamos a realizar un **afiche publicitario** que tenga algún beneficio para tu comunidad. Por ejemplo, no botar basura en la plaza, plantar árboles en tu barrio, hacer una fiesta de fin de año comunitaria, etc. Puedes hacerlo con el estilo que quieras; como un grafiti, un afiche clásico o algo digital, para ser publicado en tus redes sociales. Tú decides.

Lee los siguientes pasos y construye tu propio afiche, tómale una foto y envíalo al correo electrónico educacionfinanciera@sernaceduca.cl. Incluye, además, los siguientes datos: Nombre, Edad, Ciudad y Región.

Las fotografías serán publicadas en la web www.sernaceduca.cl y te enviaremos un diploma de reconocimiento por tu participación.



¿CÓMO HACER UN AFICHE PUBLICITARIO EN 4 PASOS?

a) Reflexionar en:

1. ¿Cómo quiero influir en el comportamiento de las personas, a través de mi afiche publicitario? Puede ser dejar de botar basura en la calle, considerar a cierto candidato en una votación, promover el uso de la bicicleta o del cinturón de seguridad.

2. ¿Quién es el lector ideal de mi afiche? Considera a las personas a quienes está dirigido tu afiche, pues de eso dependerá el lenguaje que debas utilizar. Si son jóvenes puedes usar un lenguaje más coloquial; en cambio, si se trata de gente mayor, probablemente tengas que usar un lenguaje más formal para convencerlos e invitarlos.

b) Manos a la obra:

1. ¿De qué manera utilizaré la imagen y el texto en mi afiche? Recuerda que debes considerar el uso de la imagen y el texto por igual. El texto puede tener la función de explicar la imagen, así como también la imagen puede tener la función de explicar el texto. Lo importante es que éstas se complementen y se potencien. Todo lo que plasmes en tu afiche debe perseguir alguna finalidad, tener algún objetivo.

2. ¿Cómo quedó el afiche? Será importante que utilices unas fuentes llamativas, que los colores sean armónicos (a no ser que quieras potenciar algo en la imagen) y que utilices las imágenes y el texto preciso. El afiche no debe verse excesivo: a veces, menos es más.

<http://www.escolares.net/lenguaje-y-comunicacion/el-afiche-propagandistico/>



Derecho a Una Información Veraz y Oportuna



¿SABÍAS QUÉ?

La Ley del Consumidor, en su Artículo N°3 inciso primero letra b), establece el "Derecho a una información veraz y oportuna" sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y el deber de informarse responsablemente de ellos.

Para que la publicidad sea válida debe cumplir con algunos criterios básicos, entre ellos debe velar por ser legal, es decir, cumplir con los requisitos de la Ley del Consumidor y con normas publicitarias distribuidas en distintos textos especiales como en materias bancarias, seguros, etc. En otras palabras, tiene que ser **verdadera y comprobable**, que **no induzca a error** o engaño, ser **oportuna** y que entregue la **información completa y relevante** para que el consumidor pueda tener los datos que necesita para tomar una decisión. Adicional a esto, la publicidad debe ser respetuosa de las reglas de juego, lo que se ofrece al consumidor debe formar parte del contrato.



¿Cuándo una publicidad es falsa o engañosa?

La Ley del Consumidor señala que la publicidad falsa o engañosa cuando induce a error o engaño respecto de ciertos elementos del producto o servicio que se publicita.

- 1.** Miente sobre los componentes de un producto y el porcentaje en que concurren. Por ejemplo, que su etiqueta señale que una zapatilla es de cuero y sea sintética en la realidad.
- 2.** Dice que el producto sirve para ciertas cosas o es capaz de lograr ciertos resultados y no ocurre. Por ejemplo, un automóvil "todo terreno", y no tiene tracción en las cuatro ruedas.
- 3.** Contiene información falsa. Por ejemplo, "podrá bajar de peso en 7 días", sin señalar que el producto sólo funciona acompañado de una estricta dieta y 2 horas de ejercicios diarios.
- 4.** Señala las características más relevantes y no son tales. Por ejemplo que una empresa diga que su arroz es sin colesterol, lo cual induce a error porque ningún tipo de arroz lo tiene.



5. No es clara con el precio, la forma de pagarlo o el costo del crédito. Por ejemplo, se informa el precio, pero no se menciona el IVA.

6. La información del precio induce a error. Por ejemplo, carteles que tienen un precio enorme del producto en oferta, pero en realidad lo que muestran es el valor de la cuota, informando sólo en pequeñas letras el valor final.

7. Engaña sobre su condición de ser inofensiva para la salud o el medioambiente. Por ejemplo, un spray que tiene un componente que produce daño al medio ambiente.

8. No informa sobre las condiciones en que opera la garantía. Por ejemplo, si es un producto de segunda mano y no te lo informan antes de realizar la compra.





(ver resultados al final).

Marque con una cruz cuál de estas publicidades son engañosas y a qué tipo corresponden. (Marque el número correspondiente).

	ENGAÑOSA	NÚMERO CORRESPONDIENTE
<i>Compré una bolsa de arroz en el supermercado que decía sin colesterol.</i>		
<i>Me informaron que el celular costaba \$35.000 pero no me dijeron que era sin IVA.</i>		
<i>Compré una tintura para el pelo donde decía que la probara antes en la mano para ver si no producía alergia. Me la puse directamente en la cabeza y me salieron ronchas.</i>		
<i>Salió una información en Facebook donde anunciaban un producto estrella que reducía 10 centímetros de cintura en 15 días. Lo compré y me redujo sólo dos.</i>		
<i>Me compré una polera que anunciaba que era de algodón, pero al leer la etiqueta ví que decía 20% de algodón y 80% de fibra.</i>		
<i>Compré un celular, se me cayó a la piscina y se echó a perder. Tenía garantía por 6 meses, pero no me respondieron porque me dijeron que era por mal uso del producto.</i>		
<i>Compré una bicicleta y me confundí con el precio porque las cuotas estaban muy grandes y el precio en letras muy chicas.</i>		

Promociones y

¡OFERTAS!



¿SABÍAS QUÉ?

Por Promoción se entiende a las prácticas comerciales, cualquiera sea la forma que se utilice en su difusión, que ofrecen al público bienes o servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquéllas que consistan en una simple rebaja de precio. Por ejemplo, la venta de combos en los restaurantes de comida rápida.

Las Ofertas corresponden a prácticas comerciales que ofrecen precios de bienes o servicios rebajados en forma transitoria, en relación con los habituales del respectivo establecimiento. Por ejemplo, precios rebajados por el CyberMonday.

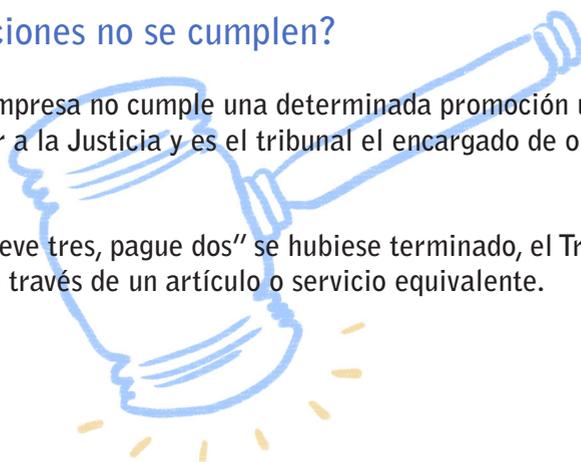
Según la Ley de Protección al Consumidor, ambas deben:

- Informar las bases por parte de la empresa, las cuales estarán a disposición de los consumidores (por ejemplo, en los puntos de venta o en la página Web Institucional).
- El tiempo o plazo de su duración durante el cual se podrá exigir el cumplimiento de la promoción u oferta. Si esto no se cumple, el proveedor infringe la Ley del Consumidor.
- El número de unidades que contempla la promoción, oferta, concurso o sorteo. Por ejemplo, "Televisores plasma, 1.000 unidades, disponibles en Parque El Cielo". Es incorrecto promocionar "Oferta de Televisores plasma hasta agotar stock".

¿Qué pasa si estas condiciones no se cumplen?

La Ley contempla que, si una empresa no cumple una determinada promoción u oferta, el consumidor puede recurrir a la Justicia y es el tribunal el encargado de ordenar el cumplimiento forzado.

Por ejemplo, si la promoción "lleve tres, pague dos" se hubiese terminado, el Tribunal puede disponer que se cumpla a través de un artículo o servicio equivalente.



La contratación de un producto o servicio es una decisión que debe ser tomada de manera informada, reflexiva y responsable. Por tanto, debemos exigir que se nos entregue toda la información necesaria respecto a lo ofertado; siempre cotizar y comparar en otras instituciones.



(ver resultados al final).

Revisa el siguiente caso:

Juan vió en Facebook que llamaban a realizar una compra nocturna de computadores donde habrían grandes e interesantes promociones tales como parlantes, bolsos de computadores, etc. Juan compró su computador y exigió el parlante, pero le dijeron que ya se habían terminado las promociones.

De acuerdo a los contenidos que has revisado,
¿qué le falta a la promoción?



HISTORIA



Chancho estaba sentado en la pieza de su casa con, valga la redundancia, un chancho de alcancía donde había juntado sus ahorros durante todo el año. Esto lo había aprendido en una historia que contaban en un cuadernillo de SERNAC. Ahí enseñaban para qué y cómo ahorrar.

Mirando su gorda alcancía, se repetía: "si ya sé que mis ahorros son para comprarme esas zapatillas bacanes que aparecieron en Facebook donde unos chanchos corrían a tal velocidad que parecían voladores. No tenían peso. Eso quiero yo. Sentirme liviano, esbelto, para que la Rosita se fije en mi figura y quiera quedarse conmigo".

Bueno, pero puedo sacar algunas moneditas e ir a comerme ese gran lomito. Cuando estaba terminando la última palabra se arrepintió: "no lomito jamás, cómo me voy a comer a mis amigos"; "mejor una gran churrasco de vacuno con hartas papas fritas y mayonesa, y tomates y palta y chucrut y todo lo que me traigan a la mesa", como ese que apareció en la tele. "Que sea grande, muy grande".

En esas divagaciones estaba cuando apareció su hermano chico.

- ¿En qué estás hermano?
- Acá mirando mi chancho alcancía.
- No querrás sacar la plata. Acuérdate que la estás juntando para tus zapatillas.
- Si obvio. No pretendo. Cómo se te ocurre. ¡Qué desatinada tu pregunta!

- Y tú, pequeño hermano gordo y rubicundo que sólo piensas en comer, ¿en qué estás?

- Pensando en algo bien grande para comer... tengo mucha hambre.

- ¿Pero cómo? ¿No vienes llegando de "La escuela Chanco Villa"?

-Exactamente, por eso mismo. Ahora están haciendo un programa de alimentación sana y nos dan sólo manzanas, pan con palta, y cereales. No entienden que yo necesito algo graaande como un pan con carne y hamburguesas, cebollas y papas fritas. Y sólo tengo una gran manzana en mi guata. Chanchón pensó "ésta es la mía". Se le apareció esa promoción que había visto en la Tele. Dos churrascos inmensos que decía "Gran Promoción: Lleve dos y pague uno". Tenían todas esas cosas.

-Hagamos un trato le dijo a Chanchín. Te invito a comer algo rico.

-Pero de dónde vamos a sacar plata.

-No te preocupes, tú pones un poco y yo otro... ¡y listo! Tenemos dos churrascos inmensos de esos que nos gustan a nosotros, los de la familia chanco.

-Pero yo no puedo sacar de mi plata, la estoy guardando para comprarme un skate y llegar de una al colegio y hacer ejercicio.

-Es un poco no más, yo también voy a sacar algo.

-Imagínate esta imagen: los dos con un churrasco inmenso por el precio de uno. "Lleve dos y pague uno. Hasta agotar stock".

-¿Hasta qué?

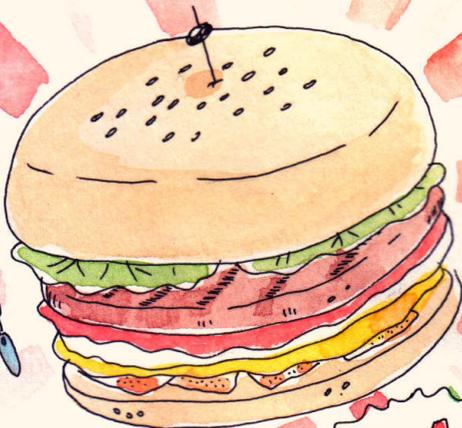
-Agotar stock.

-Y ¿qué es eso?

-Eso.

-Ah. Ya.

¡SÚPER PROMO!



2x1



-Listo, vamos. Que no se diga más. Partamos raudos y veloces.

Los dos sacaron una pocas monedas, dejando bastante más livianos los chanchos alcancías.

Llegaron al local y pidieron la promoción de dos por uno.

- Tuvieron suerte - les dijo el que los atendió.- Sólo queda una promoción.

- Chanchín le dijo: parece que agotamos el stock.

- Parece que llegamos justo, afirmó Chanchón.

Tamaño sorpresa se llevaron cuando aparecieron dos sándwich chicos sin palta, sin mayo y con unas papas fritas blancas y duras.

Ambos se miraron y Chanchón le dijo: ¡pero esto no es lo que aparecía en la tele!

- Bueno, tal vez su tele es muy grande y con muchos colores, pero así son. Si no les gusta, no se los comen, pero ya los pidieron.

Chanchón y Chanchín no supieron qué hacer y de dos mascadas se los habían devorado, incluida las papas blancas y duras.

Pagaron con todas las monedas que habían sacado y se volvieron cabizbajos, tristes y con mucha más hambre. No les quedó más que comprar unos panes por el camino y devorárselos.

-Eso no fue lo que prometían, dijo Chanchón.

-Eso no fue lo que me prometiste, dijo Chanchín.

-Para la otra.

-No habrá otra. No suelto ni una moneda más. Mi skate me espera.





(ver resultados al final).

¿Qué le pareció atractivo a Chanchón?

¿Qué errores cometieron?

¿Qué podríamos decir de la publicidad en esta historia?

¿Qué podrían haber hecho los hermanos?



(ver resultados al final).

A utilizar todo lo aprendido: se han perdido 12 palabras en la sopa de letras. Utiliza tu ingenio y encuéntralas.

W N I D O S N E C E S I D A D
T I O S N O I C A M R O F N I
A M F I L N P H Z I Ñ N I T I
O A E L S O G A L G E O J A A
M X R O I A T R H U P I O S D
U B T A R Z U A S P O S L I N
S U A D E C I S I O N A Z A A
N U L I D O S Q I R F U R R G
O R T S E R X N J D I S L P A
C E C E S A N W A E N R W O P
E I A C S Z P D I S A E E S O
D A R I O A I U R E L P J O R
L O L F C C S J X O I Q D Ñ P
I X Ñ I I R Z U O S S T W D T
F O A L A O G P I H T U I T U
R I B A L S E R L Ñ A N P S I
E U O J E Q P R O M O C I O N
P I R U S W U E J O D I L G A

Palabras ocultas:

DECISION / DESEOS / DISUASION / INFORMACION
NECESIDAD / OFERTA / PERFIL DE CONSUMO
PERSUASION / PROMOCION / PROPAGANDA
PUBLICIDAD FALSA / REDES SOCIALES



Tal como hemos visto, la publicidad tiene un impacto directo en lo que consumimos o dejamos de consumir, por esto se dice que la publicidad genera nuevas necesidades. Ante esto, es necesario tener claridad sobre qué cosas son realmente una necesidad y cuáles otras son sólo un deseo.

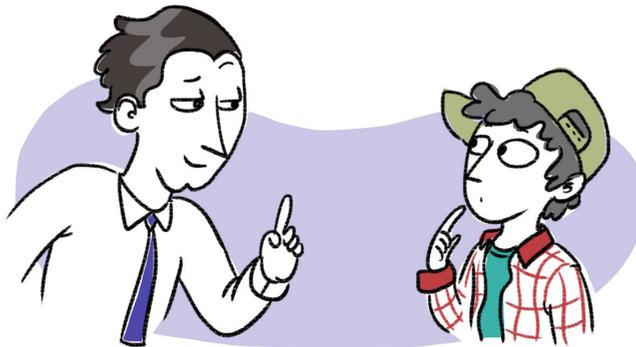
Para que te quede más claro, lo vamos a ejemplificar:

“Tito necesita un computador para hacer sus trabajos y tareas. Hace algún tiempo está esperando encontrar uno que le guste y que tenga lo mínimo (total lo quiere sólo para hacer las tareas y trabajos), el sábado pasado fue a una tienda del mall para ver a cuánto estaban. Al entrar vio uno que cumplía con todo lo que buscaba... era verde (su color favorito) y, lo mejor de todo, estaba en oferta.



Un vendedor se le acercó al notar su interés y comenzó a preguntarle sobre lo que buscaba. Tito le contó que buscaba un computador económico y sencillo, sólo para las cosas del colegio y navegar en la web. El vendedor le mostró el computador que tanto le había gustado y le señaló que cumplía con todo lo que pedía. Seguido a esto, le hizo una pregunta que cambió toda la historia...

¿Y has pensado que quizás los juegos online, los editores de fotos y videos y las películas no se verán tan bien en este computador?



Tito se detuvo a pensar sobre ello y preguntó ¿No? ¿Y cuál me recomienda para eso?

Rápidamente el vendedor le mostró un computador que estaba al centro del pasillo, de color verde (justo como le gustaban) y con una tarjeta de video y memoria RAM incalculable.

Tal como era de esperarse, Tito no dudó en acercarse a ese computador y mirarlo por todos lados... "Es perfecto", pensó. Acto seguido, miró su precio... ¿cuál fue la triste noticia? Costaba \$200.000 más caro que el otro y, claramente, no disponía de tanto para pagar por un computador.



Decepcionado se volvió a casa, donde apenas entró intentó convencer a su familia de darle o prestarle el dinero restante, porque necesitaba ESE y SÓLO ESE computador.



Su abuela, una sabia mujer, le preguntó sobre las razones de ese cambio de interés, pasando de un computador lo más sencillo posible a uno que tuviera todos esos requisitos. Tito le comentó sobre lo conversado con el vendedor y sobre lo útil que le sería para jugar, ver películas, editar fotos y videos.

Su abuela sólo escuchaba lo que Tito contaba hasta que le preguntó: ¿Entonces ahora comenzarás a jugar en línea con tus amigos? A lo que Tito respondió: no, con ellos juego futbol, no les gustan los juegos así. Y ¿vas a comenzar a grabar videos y a editarlos? ¡No!, exclamó Tito, sabes que me cargan las cámaras Abuela... eso sí que no"... Entonces, dijo la abuela,

¿Para qué necesitas ese computador?



Tito no sabía qué decir... luego de pensarlo un rato le dijo a su abuela: creo que tienes razón. No necesito ese tremendo computador si no lo voy a usar, finalmente, lo usaré para lo mismo que me serviría el otro que vi y que costaba \$200.000 menos."

Reflexionemos

El producto que quería comprar Tito ¿era una necesidad o deseo?. Si era un deseo, ¿cómo fue generado?



(ver resultados al final)

Una decisión racional

Tito requiere rehacer su plan de búsqueda, cotización y compra del computador que necesita para hacer sus trabajos. Para eso, debido al problema que tuvo la vez anterior cuando fue a la tienda, decidió pedirte ayuda para realizar la compra de forma racional:

Anteriormente, Tito fue a una tienda a cotizar su computador y terminó eligiendo uno mucho más caro porque el vendedor lo _____ a comprar uno distinto.

- a) persuadió
- b) disuadió
- c) dejó

Lo ocurrido con Tito fue que, debido a la publicidad realizada por _____, optó por un computador mucho más caro.

- a) Internet
- b) el vendedor
- c) la tienda

Después de conversar con su abuela, Tito optó por hacer una compra _____.

- a) impulsiva
- b) informada
- c) a y b

Para que esto no vuelva a ocurrir, Tito debe preguntarse.

- a) ¿Cuánto dinero tiene?, ¿cuál es la necesidad? Y, finalmente, ¿cuáles son las condiciones o características que debe tener el producto?
- b) ¿Cuál es la necesidad?, ¿cuáles son las condiciones o características que debe tener el producto? Y, finalmente, ¿cuánto dinero tengo?
- c) ¿Cuál es la necesidad?, ¿cuánto dinero tengo? Y, finalmente, ¿cuáles son las condiciones o características que debe tener el producto?

De acuerdo a esto, comenzó a planificar su nueva compra. Definió que su necesidad era _____.

Definió que el color lo podía transar, total correspondía a un _____.

Así, junto a su abuela, fue hasta la tienda y se volvió a encontrar con los dos computadores por los que había dudado estos días.

Se acercó al más caro y volvió a leer sus características técnicas. Algo no le pareció bien. Se acercó al vendedor y le planteo lo siguiente: La etiqueta dice que la Memoria RAM es incalculable, ¿cómo puede ser posible eso? Eso es _____.

- a) Información veraz
- b) Publicidad oportuna
- c) Publicidad engañosa

Le explicó al vendedor que _____ regula la información contenida en la Publicidad y que de acuerdo a lo que decía la etiqueta no lo estaban cumpliendo.

- a) La Ley del Consumidor
- b) La Empresa
- c) La Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)

Seguido a esto notó que en realidad el computador que le ofrecían no era tan bacán como lo había visto en un principio, así que decidió con facilidad.

Se acercó al verde que había visto inicialmente y, junto a su abuela, se dirigieron a la caja a pagarlo. Su compra, finalmente, había sido racional.



Recuerda que los principales responsables del ejercicio de sus derechos son los propios consumidores, por lo tanto, es tarea de todos desarrollar una actitud para mirar críticamente lo que la publicidad nos ofrece y actuar con conciencia plena de que la publicidad cumple un importante rol informativo y que intenta seducirnos para orientar nuestras conductas de consumo. Antes de comprar un producto, pregúntate si es una necesidad o un deseo.

Reflexionemos:

Después de haber sido protagonistas de este cuadernillo donde aprendiste, jugaste, hiciste tu propio afiche publicitario.

¿Qué aspectos piensas cambiar en relación a cómo ves o entiendes la publicidad?

Queremos saber lo que tú cambiarías.

Envíanos la respuesta a esta pregunta al correo electrónico: educacionfinanciera@sernaceduca.cl con tu foto, nombre, edad, Comuna y Región. La respuesta enviada será compartida con otros estudiantes como tú en la página web.



Persuasión: corresponde al intento de convencimiento o noción positiva para que alguien adopte una idea o realice una acción determinada.

Disuasión: corresponde al intento de convencimiento o noción negativa para que alguien deje de realizar una acción o de pensar de cierta manera.

Publicidad: divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial, político o social que busca atraer posibles compradores, espectadores, usuarios, clientes, etc.

Necesidad: desde una perspectiva psicológica, se entiende como la sensación de carencia de algo unido al deseo de satisfacerlo.

Desde la perspectiva económica, corresponde a todo aquello que requerimos para vivir o desenvolvernos de manera efectiva.

Deseo: desde una perspectiva psicológica, se entiende como el afecto o interés que se muestra a cierto producto, servicio u objeto para ser utilizado como satisfactor de una necesidad.

Desde la perspectiva económica, es todo aquello que quisiéramos tener, pero que, en caso de no poseerlo, no nos impide continuar viviendo o desenvolvernos de manera efectiva.

Afiche: es sinónimo de cartel. Corresponde a una lámina con inscripciones o figuras y que es comúnmente utilizado como una herramienta publicitaria.

Papiro: lámina sacada del tallo del papiro y que se empleaba en la antigüedad para escribir en ella. En sus comienzos, cumplía la misma utilidad que presta el papel en nuestros días.

Xilografía: corresponde al arte de grabar en madera. En la antigüedad se utilizaba como una forma de registro de información relevante y correspondía a una impresión tipográfica hecha con placas de madera grabadas.

Comisión: porcentaje de ganancia que percibe una persona o institución por el acto de venta de un bien o servicio.

Perfil de consumo: conjunto de características que permite describir a un potencial cliente. En palabras simples, corresponde al análisis de diferentes elementos relevantes que permiten caracterizar y separar a un tipo de consumidor de otro.

Publicidad focalizada: corresponde a la publicidad orientada a un perfil específico de cliente.

Ley del Consumidor: conjunto de normas o reglas que regulan los actos de consumo.

Promoción: conjunto de actividades o acciones que tienen por objetivo promover algo o incrementar las ventas de un producto determinado.

Oferta: puesta a la venta de determinado producto a un precio rebajado.

Publicidad engañosa: corresponde a aquella que puede inducir a error a sus destinatarios o afectar su comportamiento económico. También corresponde a aquella que oculta u omite información relevante del producto o servicio, además de condiciones necesarias para su prestación.

1) El presente glosario pretende entregar definiciones presentadas como una primera aproximación a la terminología y no corresponden necesariamente a una definición técnica del concepto descrito. Te sugerimos complementar esta información con los contenidos que te pueda entregar tu profesor o profesora.

2) La información señalada en este glosario no corresponde a una definición formal de tales términos, sino que su utilización debe realizarse sólo bajo fines pedagógicos.

¿Cómo anduvo tu aprendizaje?

Actividad N 1:

Lee las situaciones que a continuación te presentamos y dinos cuando el personaje tiene una necesidad y cuando un deseo.

Sandra vio unas zapatillas que le gustaron mucho. Ella sabía que no las necesitaba porque hace dos meses su papá le había comprado unas, pero, le gustaron demasiado y estaba decidida a hacer cualquier cosa por tenerlas.

Tito tenía mucha hambre. Cuando llegó a su casa se encontró con un rico plato de lentejas, pero a él no le gustaban mucho y pidió un plato de arroz con huevo. Su abuela le dijo que eso era lo que había de almuerzo y no otra cosa. Tito se las tuvo que comer calladito.

Sebastián, amigo de Sandra, está muy urgido porque necesita un libro de Lenguaje y su familia no ha tenido dinero para comprárselo. Lo necesita urgente para estudiar. No sabe a quién recurrir.

NECESIDAD

*Deseo ✓

✓
✓

✓

Actividad N 2:

En cada uno de los textos que te presentamos, te invitamos a reconocer el tipo de publicidad y el medio en que se transmite.

	MEDIO	TIPO DE PUBLICIDAD
 <p>"Si usted vuela a través de Aerolíneas Mutantes, llegará mucho antes".</p>	TV	Comercial
 <p>"Le solicitamos que haga una donación para apoyar al centro "Aquí estamos" donde se trabaja con las personas mayores que no tienen quién los cuide".</p>	Correo	Social
 <p>"Compre hoy hasta la noche en todas las tiendas del país por este medio y tendrá un 50% de descuento ¡Lo mejor es que lo puede hacer desde su casa!"</p>	internet	Comercial
 <p>"Atractivo, distinto, único, bacán. Úseme...use polaras revers".</p>	cartel	Comercial
 <p>"Buenas tardes soy del hogar "Preocúpese" que atiende a niños con discapacidad. Si quiere hacer un aporte marque 1 y le daremos todos los datos. Si no quiere o, no puede corte. Muchas gracias por escucharnos".</p>	teléfono	Propaganda
 <p>"Compre lo que necesite, no se deje convencer, sea un consumidor responsable. Lo agradecerá".</p>	radio	Social

Actividad 3:

Marca con una cruz cuál de estas publicidades son engañosas y señala el número al que corresponden:

	ENGAÑOSA	NÚMERO CORRESPONDIENTE
<i>Compré una bolsa de arroz en el supermercado que decía sin colesterol.</i>	X	4
<i>Me informaron que el celular costaba \$35.000 pero no me dijeron que era sin IVA.</i>	X	5
<i>Compré una tintura para el pelo donde decía que la probara antes en la mano para ver si no producía alergia. Me la puse directamente en la cabeza y me salieron ronchas.</i>		
<i>Salió una información en Facebook donde anunciaban un producto estrella que reducía 10 centímetros de cintura en 15 días. Lo compré y me redujo sólo dos.</i>	X	3
<i>Me compré una polera que anunciaba que era de algodón, pero al leer la etiqueta vi que decía 20% de algodón y 80% de fibra.</i>	X	1
<i>Compré un celular, se me cayó a la piscina y se echó a perder. Tenía garantía por 6 meses, pero no me respondieron porque me dijeron que era por mal uso del producto.</i>	X	6
<i>Compré una bicicleta y me confundí con el precio porque las cuotas estaban muy grandes y el precio en letras muy chicas.</i>		

Actividad 4:

Revisa el siguiente caso:

Juan vio en Facebook que llamaban a realizar una compra nocturna de computadores donde habrían grandes e interesantes promociones al comprar ciertos productos, como parlantes, bolsos de computadores, etc.

Juan compró su computador y exigió el parlante, pero le dijeron que ya se habían terminado las promociones.

De acuerdo a los contenidos que has revisado, ¿qué le falta a la promoción?

Para que esta promoción fuera válida debiera decir cuál es el número de parlantes disponibles y bajo qué condiciones podrían ser obtenidos. Por ejemplo debieron indicar que:

“Se entregará un parlante de regalo a las 100 primeras personas que compren un computador de precio superior a \$300.000, además de 150 bolsos entre quienes realicen compras por un monto inferior a los \$300.000”.

Clarificando esa condición, Juan, podría haber sabido de antemano que sólo quienes llegaran primero a realizar la compra podrían obtener la promoción.

Actividad 5:

¿Qué le pareció atractivo a Chanchón?

La imagen que vio de esta promoción porque era muy grande.

La idea de poder comer dos por el precio de uno.

¿Qué errores cometieron?

No se informaron bien de la promoción, es decir no sabían el número de stock que disponían.

No compararon la imagen con la realidad. Debieron haber preguntado cuáles eran las características del churrasco que ofrecían.

Se dejaron guiar sólo por su deseo de comer.

¿Qué podríamos decir de la publicidad en esta historia?

En este caso podríamos decir que fue una publicidad engañosa porque la imagen no correspondía a la realidad, además de no entregar toda la información.

¿Qué podrían haber hecho?

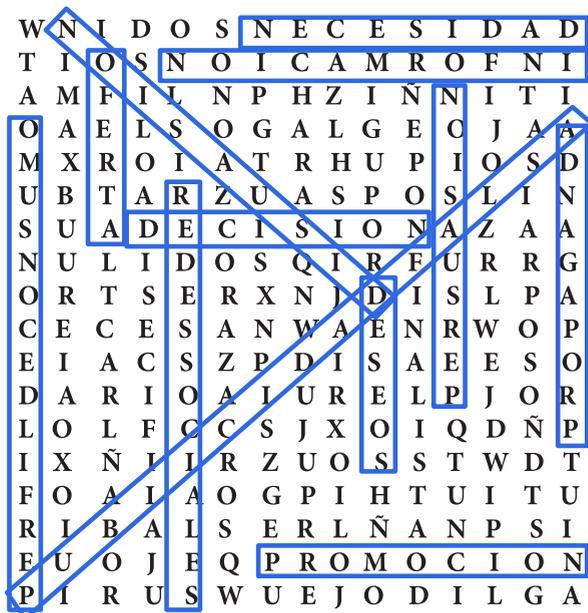
Primero no haber aceptado los churrascos.
Si los habían pagado pedir la devolución del dinero.
Reclamar al Sernac por publicidad engañosa.

Actividad 6:

A utilizar todo lo aprendido: se han perdido 12 palabras en la sopa de letras. Utiliza su ingenio y encuéntralas.

Palabras ocultas:

DECISION / DESEOS / DI-
SUASION / INFORMACION
NECESIDAD / OFERTA /
PERFIL DE CONSUMO
PERSUASION / PROMO-
CION / PROPAGANDA
PUBLICIDAD FALSA / RE-
DES SOCIALES



Actividad 7:

Una decisión racional.

Tito requiere rehacer su plan de búsqueda, cotización y compra del computador que necesita para hacer sus trabajos. Para eso, debido al problema que tuvo la vez anterior cuando fue a la tienda, decidió pedirte ayuda para realizar la compra de forma racional

Anteriormente, Tito fue a una tienda a cotizar su computador y terminó eligiendo uno mucho más caro porque el vendedor lo _____ a comprar uno distinto.

- a) persuadió
- b) disuadió
- c) dejó

Lo ocurrido con Tito fue que, debido a la publicidad realizada por _____, optó por un computador mucho más caro.

- a) Internet
- b) el vendedor
- c) la tienda

Después de conversar con su abuela, Tito optó por hacer una compra _____.

- a) impulsiva
- b) informada
- c) a y b

Para que esto no vuelva a ocurrir, Tito debe preguntarse.

- a) ¿Cuánto dinero tiene? ¿cuál es la necesidad? Y, finalmente, ¿cuáles son las condiciones o características que debe tener el producto?
- b) ¿Cuál es la necesidad?, ¿cuáles son las condiciones o características que debe tener el producto? Y, finalmente, ¿cuánto dinero tengo?
- c) ¿Cuál es la necesidad?, ¿cuánto dinero tengo? Y, finalmente, ¿cuáles son las condiciones o características que debe tener el producto?

De acuerdo a esto, comenzó a planificar su nueva compra. Definió que su necesidad era **un computador básico para hacer sus trabajos.**

Definió que el color lo podía transar, total correspondía a un **deseo.**

Así, junto a su abuela, fue hasta la tienda y se volvió a encontrar con los dos computadores por los que había dudado estos días.

Se acercó al más caro y volvió a leer sus características técnicas. Algo no le pareció bien. Se acercó al vendedor y le planteo lo siguiente: La etiqueta dice que la Memoria RAM es incalculable, ¿cómo puede ser posible eso? Eso es

_____.

- a) Información veraz
- b) Publicidad oportuna
- c) Publicidad engañosa**

Le explicó al vendedor que _____ regula la información contenida en la Publicidad y que de acuerdo a lo que decía la etiqueta no lo estaban cumpliendo.

- a) La Ley del Consumidor**
- b) La Empresa
- c) La Subsecretaría de Telecomunicaciones (SUBTEL)

Seguido a esto notó que en realidad el computador que le ofrecían no era tan bacán como lo había visto en un principio, así que decidió con facilidad.

Se acercó al azul que había visto inicialmente y, junto a su abuela, se dirigieron a la caja a pagarlo. Su compra, finalmente, había sido racional.

¡NOS VEMOS
EN EL PRÓXIMO
CUADERNILLO!



Para más actividades e información, te invitamos a visitar:
www.sernaceduca.cl

¡NO TE LO PIERDAS!





www.sernac.cl | 600 594 6000

Síganos en Youtube



SernacYoutube

Síganos en Twitter



@sernac



Ministerio de
Economía,
Fomento y
Turismo

**TODOS
POR
CHILE**

SERNAC

Servicio Nacional del Consumidor