

Por la Navidad, diciembre es el mes de mayor estacionalidad en la compra y venta de juguetes. Los juguetes son productos lúdicos esperados por niños y niñas que ven en estas festividades las posibilidades de adquirirlos, pero los juguetes también son susceptibles de presentar riesgos para la salud y seguridad de los usuarios a los que van dirigidos, en el supuesto de la vulneración de las reglamentaciones técnicas aplicables. Los juguetes también son herramientas para desarrollar y potenciar sus características personales, sus habilidades y para aprehender sobre la exploración y relación con el mundo que los rodea, de ahí la importancia que tienen muchas veces los juguetes con la definición de roles y estereotipos. En este contexto es importante fijar las miradas en los mecanismos que promueven el consumo de juguetes y en este caso de la información publicitaria que promueve su compra a través de catálogos, publicidad en prensa y TV.

Los catálogos constituyen una práctica de difusión masiva y un valor agregado de la prensa como canal de distribución. Tal como la publicidad en general se transforma a niveles vertiginosos, se advierte en los últimos años una tendencia a optimizar el diseño y calidad de los insertos publicitarios, especialmente aquellos referidos a las grandes tiendas y supermercados. Incluso se podría suponer que los insertos son un material de uso frecuente para los lectores de diarios, ya que permiten informarse, comparar precios y organizar algunas compras. De ahí la importancia de observar este tipo de soportes publicitarios que cada vez cobra más presencia en los hogares.

Por último, cabe mencionar que la oportunidad que este estudio ofrece, tanto a SERNAC como a la ciudadanía, es la de instar a la generación de mensajes publicitarios que proporcionen información veraz, oportuna y comprobable, otorgando así mayor seguridad a quienes demandan en este caso, el producto juguetes.

Este estudio tiene como marco general la Ley **19.496** sobre protección de los derechos de los consumidores, específicamente en lo referido a las normas sobre publicidad e información.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

*Artículo 3 párrafo 1, letra B, Artículo 28, párrafo 1 c y d, Artículo 32, Artículo 33, Artículo 35.* Por otro lado, el Reglamento sobre Seguridad en Juguetes (Decreto N° 114 del Ministerio de Salud, publicado el 17 de junio de 2005).

En este reglamento se hace detallada enumeración de los requisitos de rotulación de los productos y particularmente la referencia a la información publicitaria, señala que,

*Artículo 23: “La información acerca de los juguetes debe ser veraz, describirse y presentarse de forma tal que no induzca a error al consumidor con respecto a la naturaleza y características de los mismos”.*

*Artículo 26: Aquellos juguetes que, debido a sus funciones, dimensiones, características, propiedades u otros motivos, son claramente inadecuados y podrían resultar peligrosos para niños menores de 3 años, deben llevar la indicación siguiente: **advertencia, no apropiado para niños menores de 3 años**. Los juguetes que contengan partes pequeñas, que puedan ser ingeridas y/o inhaladas por niños menores de 3 años, deben agregar a la advertencia anterior, la indicación: **contiene partes pequeñas**.*

## 1. OBJETIVOS

- Analizar si la publicidad cumple las exigencias de información establecidas en la ley.
- Ejercitar una vigilancia activa de la publicidad comercial según los requerimientos institucionales.

## 2. METODOLOGÍA

- **Tipo de estudio:** Descriptivo.
- **Universo:** se observaron todos los anuncios referidos a publicidad exhibidos por diarios de circulación nacional y publicidad televisiva desde el 1 y 9 de Diciembre 2012 y se observaron los catálogos e insertos publicitarios de grandes tiendas,

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

supermercados y tiendas de juguetes del Gran Santiago publicados entre el 19 de noviembre y el 10 de Diciembre de 2012.

- **Muestra:** Constituida por 8 catálogos recolectados entre el 19 de noviembre y el 10 de Diciembre, de las siguientes Multitiendas y/o Supermercados:

➤ **Cuadro Nº 1: Muestra<sup>1</sup>**

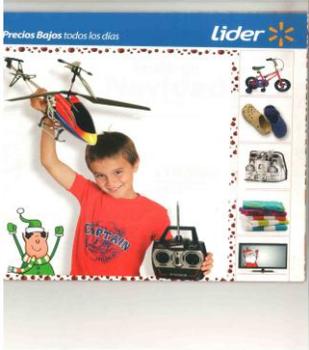
Tienda/ Supermercado	Campaña Publicitaria	Fecha de registro	Tipo de catálogo
Preunic	Navidad 2012		Mixto
Almacenes París 	Guía de compras 2012 Navidad Feliz	7/12/2012	Mixto
Falabella 	La nueva Navidad Guía de regalos 2012	7/12/2012	Mixto

<sup>1</sup> Por catálogos mixtos se entenderá a aquellos insertos que promocionen productos de diverso tipo.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

## INFORME PUBLICIDAD DE JUGUETES

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

Líder			
	Guía de Navidad	7/12/2012	Mixto
Johnson's			
	Juguetes para todos	7/12/2012	Juguetes
La Polar			
	Juguetes y Bicicletas. Navidad de verdad	7/12/2012	Juguetes

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI



<p>Ripley</p> 	Navidad Soñada	7/12/2012	Juguetes
	Regalos	7/12/2012	Mixto
	Pasa el ahorro pásalo bien, regalos para disfrutar.	7/12/2012	Juguetes

➤ Fuente: Observatorio de Publicidad. SERNAC. 2012

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

El Observatorio definió las siguientes dimensiones para consolidar las observaciones registradas en el periodo de muestreo:

**Dimensión 1:** Caracterización de los catálogos de juguetes.

**Dimensión 2:** Caracterización de la oferta publicitaria.

Presencia de promoción: permite identificar los anuncios publicitarios que incluyan promociones asociadas al juguete, tales como regalos y combos.

Presencia de oferta: permite identificar productos con precio de oferta.

**Dimensión 3:** Adecuación a la ley 19.496. Las variables contempladas en esta dimensión son:

Legibilidad: Presencia o ausencia de textos ilegibles en los avisos.

Información básica comercial: permite identificar en los anuncios publicitarios la presencia de la información básica comercial y de elementos exigibles en la ley como el plazo de la vigencia de lo ofertado.

Condiciones de las promociones y ofertas: vigencia, bases, stock.

## VII. Conclusiones

En cuanto a los elementos publicitarios que caracterizan los catálogos de Publicidad de Juguetes, se puede concluir lo siguiente:

- De la muestra de 8 catálogos analizados, el 50% correspondió a catálogos exclusivamente de juguetes.
- Desde la perspectiva del diseño y la diagramación, si bien no todos los catálogos están divididos explícitamente por secciones (sección juguetes para niñas, sección juguetes para niños, etc.) en todos los catálogos analizados se observa que existe una clara división por tipo de juguetes, vale decir, páginas que contienen anuncios destinados a promocionar exclusivamente muñecas y accesorios, sólo de muñecos y juguetes para bebés, sólo de figuras de acción, solo de autos y autopistas, entre otros ejemplos.
- Lo anterior tiene relación también con los contenidos simbólicos de los insertos. Para ello se suele utilizar códigos convencionales; en cada uno de los catálogos analizados existe una clara división entre juguetes para niñas y juguetes para niños. Los anuncios dirigidos al público infantil de juguetes diferencian claramente a quien van destinados los productos reproduciendo escenarios muy tradicionales, como por ejemplo lo interior y domestico para las niñas y lo exterior y de aventura para los niños.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

- Desde la observación netamente publicitaria, cabe mencionar que ningún catálogo observado realiza una distribución etérea en su catálogo. No se observan separaciones por tramos de edad. Este tipo de distribución se considera una buena práctica, en tanto orienta la compra a los y las consumidoras.
- La presentación de los juguetes ofrecidos en catálogos tiene información estandarizada en cuanto al precio, marca, imagen y código referencial del producto.
- Toda la muestra consultada presenta imágenes referenciales de los juguetes (fotografías), nombre comercial de los productos, código de la tienda y precio. La información sobre la marca de los productos se presenta en todos los catálogos. Todas las tiendas de la muestra presentan información sobre productos en oferta si se compra con tarjeta propia de la tienda.
- Toda la muestra consultada presentan ofertas exclusivas pagando con la tarjeta de la multitienda o supermercado.
- Paris, falabella, Lider y La Polar presenta información de créditos e indica precio, cuotas, costo total del crédito y CAE de los productos sujetos a crédito.
- París y Lider presentan condiciones en letra chica poco legible.
- Johnson y Paris presentan frase que puede ser abusiva: “las fotografías pueden no corresponder al producto anunciado”.
- Respecto al uso de textos en inglés,, en los catálogos se observó que algunos productos tienen el nombre comercial en inglés. Si bien se entiende que el nombre del juguete sea en ingles, se recomienda que se mencione por lo menos el tipo de producto en español (Por ejemplo: **Muñeca** Bratz Angel Fashion y no sólo su nombre comercial).

Si bien la nueva reglamentación de juguetes y la ley del consumidor no hacen mención a resguardos específicos en materia de información publicitaria de juguetes, cabe señalar lo siguiente:

- Es recomendable que los catálogos indiquen algún tipo de resguardo cuando se trate de juguetes que presenten eventuales riesgos para sus usuarios (por ejemplo: piezas pequeñas, circuitos eléctricos, entre otros).
- Una buena práctica sería la de indicar los tramos de edad para los cuales han diseñados los distintos tipos de juguetes.
- Las imágenes utilizadas para publicitar los juguetes (y otros productos) en los catálogos de tiendas y supermercados debieran ir con alguna mención a su calidad de referencia, con el fin de no distorsionar e inducir a error en la compra de los consumidores.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

- Por último, es deseable que la información relativa a formas de pagos, condiciones, precios y vigencia de promociones y ofertas sea entregada de manera clara a los consumidores, vale decir, sin uso de asterisco ni letra chica.

## VI Resultados

### 6.1 Caracterización de los juguetes publicitados

#### 6.1.1 Descripción de los juguetes

A continuación se entrega una descripción del tipo de juguetes anunciado en los catálogos. También se hace una breve descripción de las principales características de los anuncios especificando el contenido de los mismos.

Los catálogos de juguetes de las Multitiendas y Supermercados se diferencian no sólo por el tipo de juguetes que ofrecen, sino también por el contenido y la forma de exponer la información que entregan. A continuación se detalla por catálogo la información observada:

#### **ALMACENES PARÍS**

- 31 minutos
- Angry Byrd /talking Tom
- Moshi Monsters
- Lego friend/ Lego City
- Star Wars
- Ninjagio
- Hello Kitty
- Disney Minnie
- Barbie /Bratz
- Little Mommy
- LalaLoopsy
- Steffi / Baby Alive
- Little Pony
- Littles Pet Shop
- Fisher Price
- Play Doh
- Cars / Toy Story
- Disney Ralph el demoledor
- Spider Man
- Batman
- Helicopteros
- Mosuno
- Beyblade

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

- Super soaker
- Rodados
- Cat
- Juego
- Perrito cabechón.

**FALABELLA**

- Monster High
- Barbie
- My little pony
- Animales interactivos
- Muñecas
- Muñecas interactivas
- The Avengers
- Nerf
- Pistas
- Radio Controladores
- Lego
- Transformers
- Angry Birds
- Play Doh
- Juegos
- Deportes
- Correpasillos
- Playskool
- Pelotas Autos
- Bicicletas

**LIDER**

- Jeep, Autos a motor
- Autos
- Hot Wheels / Air Dogs
- Beyblade /spider Man / Max steel
- Ninjago
- Lego StarWars
- Nerf
- Play Set
- Peluches
- Juegos Salón
- Monster high
- Masas
- Little pony / Disney/ littles pet shop
- Barbie

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI



- Disney Princesa
- Steffi Love
- Kid Conecction
- Lala Loopsy
- Little momy
- Monster High (accesorios)
- Librería
- Juguetes preescolares
- Rodados
- Bicicletas

#### **JOHNSON'S**

- Little Pony /Littles Pet shop
- Steffi Love / Disney
- Barbie / Monster High
- Baby Alive/ Muñecas
- Varios
- Play Doh
- Ben 10 / Max Steel
- Transformes / spider Man
- Cat /Beyblade
- Nerf / Hot Wheels
- Autos
- Juegos de salón
- Rodados

#### **LA POLAR**

- Barbie
- Steffi Love
- Monster High
- Barbie accesorios
- Littles PetShop
- Little pony
- Muñecas Bebés
- Barbie (accesorios)
- Artículos de cocina
- Hasbro
- Fisher Price
- Max Stell
- Spider Man / Transformers
- Nerf
- Hot wheels / Majorette
- Radio Controlados
- Rodados

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

## RIPLEY

- One Direction
- Color me mine
- Monster High
- Barbie
- Bratz
- Steffi love
- Disney
- Hello kitty
- Muñecas
- Accesorios
- Little Mommy
- LalaLoopsy
- Zoobles
- Little Pony / littlest Pet Shop
- Moshi Monsters
- Fur Real / Talking Friends
- Spider Man
- Marvel
- Transformers
- Crows
- Max Steel
- Lego
- Hotwheels
- Majorette
- Cars
- Radio controlados
- Tonka / cat
- Nerf
- Rincon mágico
- Fisher Price
- Thomas
- Play doh
- Tonka chuck / Playskool
- Rodados.

## JUMBO

- Barbie
- Monster High
- Little Pony

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

- Moshi Monsters
- Lettle Pet Shop
- Hello Kitty
- Minnie
- Steffi love
- Lego friends
- Lalaloopsy
- Little Mommy
- Baby Alive
- Spider man
- Ligo Super héroes
- Transformers
- Max Steel
- Cars
- Beyblade
- Súper Soaker
- Lego Ninjago
- Autos
- Play Doh
- Rodados
- Fisher Price
- Play Skool

#### **SANTA ISABEL**

- Accesorios y muñecas
- Steffi Love / Barbie
- Hello Kitty
- Spider Man/ Max Steel
- Nerf / Beyblade
- Autos
- Play Doh
- Juegos de salón
- Varios

#### **6.1.2 Contenidos de la información publicitaria**

La presentación de los juguetes ofrecidos en catálogos tiene información estandarizada en cuanto al precio, marca, imagen y código referencial del producto.

Toda la muestra consultada presenta imágenes referenciales de los juguetes (fotografías), nombre comercial de los productos, código de la tienda y precio. La información sobre la marca de los

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

productos se presenta en todos los catálogos. Todas las tiendas de la muestra presentan información sobre productos en oferta si se compra con tarjeta propia de la tienda.

## 6.2 Caracterización de la oferta publicitaria

A continuación se distingue en que consiste el tipo de ofrecimientos publicitarios:

**Cuadro Nº 2: Caracterización de la Oferta Publicitaria**

<b>Tienda/ Supermercado</b>	<b>Presencia de Ofertas y / o Promociones</b>
Almacenes París	<u>Ofertas:</u> Oferta exclusiva pagando con la tarjeta. Se oferta 1 sólo producto a precio rebajado, sin compra con tarjeta. Presenta información de crédito, precio, cuotas, CTC y CAE.
Falabella	<u>Ofertas:</u> Oportunidad única con tarjeta. Se ofertan productos a precios rebajados sin compra con tarjeta Presenta información de crédito, precio, cuotas, CTC y CAE.
Líder	<u>Ofertas:</u> Oportunidad presto Se ofertan productos a precios rebajados sin compra con tarjeta Presenta información de crédito, precio, cuotas, CTC y CAE.
Johnson's	<u>Ofertas:</u> Oferta exclusiva con tarjeta Se ofertan productos a precios rebajados sin compra con tarjeta Promoción 2x
La Polar	<u>Ofertas:</u> Oferta exclusiva pagando con tarjeta Presenta información de crédito, precio, cuotas, CTC y CAE.
Ripley	<u>Ofertas:</u> Oferta exclusiva con tarjetas.
Jumbo	<u>Ofertas:</u> Oferta exclusiva con tarjeta Se ofertan productos a precios rebajados sin compra con tarjeta

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

Santa Isabel	<b>Ofertas:</b> Oferta exclusiva con tarjeta Se ofertan productos a precios rebajados sin compra con tarjeta
--------------	---

➤ Fuente: Observatorio de Publicidad. SERNAC. 2012

### 6. 3 Adecuación a la ley 19.496

#### 6.3.1 Legibilidad y claridad en la información

**Cuadro Nº 3: Legibilidad y claridad en la información**

Tienda/ Supermercado	
Almacenes París	<b>Letra chica poco legible y problema de contraste. Presenta vigencia y dice hasta agotar existencias. Presenta frase “las fotografías pueden no corresponder al producto anunciado. “los valores cuotas son referenciales”</b>
Falabella	Condiciones legibles. Presenta vigencia y dice hasta agotar stock. Presenta Garantía de satisfacción: “Si usted no queda satisfecho con su compra le devolvemos su dinero, sin trámites ni demoras”. Requisito presentación del producto dentro de 10 días de la fecha de compra, producto con boleta, etiquetas y empaques originales”.
Lider	<b>Letra chica poco legible y problema de contraste. Presenta vigencia y dice hasta agotar stock. Presenta frase “productos sujetos a disponibilidad en cada local.</b>
Johnson’s	Condiciones legibles. <b>Presenta vigencia y dice hasta agotar existencias Presenta frase “las fotografías pueden no corresponder al producto anunciado.</b>
La Polar	Condiciones legibles. Presenta vigencia y dice hasta agotar stock.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI



	<b>Presenta frase “fotografías pueden ser referenciales”.</b>
Ripley	Condiciones legibles. Presenta vigencia y dice hasta agotar stock. Presenta frase: productos y promociones sujetos a disponibilidad en tienda.
Jumbo	Condiciones legibles. Presenta vigencia y dice hasta agotar stock. Presenta frase: fotos referenciales.
Santa Isabel	Condiciones legibles. Presenta vigencia y dice hasta agotar stock.

➤ Fuente: Observatorio de Publicidad. SERNAC. 2012

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	14/12/2012	17/12/2012	
Cargo	Profesional LCF	Jefatura DEI	Jefatura DEI

