

CONSUMO Y CALIDAD DE VIDA, GUÍA N°3, ABRIL, 2°NIVEL (3ro y 4to).
MÓDULO I: PUBLICIDAD COMERCIAL Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS
UNIDAD 2: PUBLICIDAD E INFORMACIÓN.

NOMBRE ESTUDIANTE: _____ CURSO _____
RUT: _____



Contenidos:

- Publicidad comercial.
- Disposiciones legales que regulan, en Chile, la publicidad comercial y la información sobre bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.
- Ley Número 19.496.



Documentos y fuentes de análisis

Publicidad comercial:

La Publicidad comercial tiene como propósito poner en conocimiento del mercado la existencia de bienes y servicios. En este sentido, la publicidad debe indicar los siguientes detalles:

- Anunciar la existencia en los mercados de determinados bienes y servicios:** Busca informar sobre la existencia de un bien o servicio, o bien, dar cuenta de sus transformaciones en función de los requerimientos del mercado.
- Informar sobre el lugar de origen del producto y dónde se puede comprar:** La publicidad debe ser una guía de consumo con información verídica respecto al lugar de procedencia, además debe indicar el lugar donde poder acceder al bien o servicio determinado y su valor de comercialización. Los mensajes difundidos para este fin suponen un conjunto de informaciones imprescindibles para su comercialización.
- Describir las cualidades que poseen los productos, las formas de uso de los mismos, para favorecer o determinar la decisión del consumidor:** La publicidad busca persuadir a los consumidores para que consuman el bien o servicio ofrecido. Para hacerlo la publicidad se estructura sobre el conocimiento, los deseos y necesidades de las personas. Cuando el producto satisface de manera evidente la publicidad no necesita persuadir, en estos casos un buen precio o una buena calidad de los materiales que lo componen es suficiente. Pero cuando un producto es desconocido, la publicidad es quien debe persuadir a las personas para que lo consuman mediante técnicas propias de la comunicación publicitaria, en estos casos, la información adquiere un sentido motivacional alejado del simple hecho de informar, constituyendo una herramienta fundamental en la competencia del mercado.

Leyes que regulan la publicidad comercial y la información sobre bienes y servicios que se ofrecen en el mercado.

Entre los vendedores y consumidores (**compradores**) existe una desigualdad sobre la información acerca de un bien (**producto material o fabricado**) o un servicio (**trabajo que tiene por finalidad satisfacer necesidades de otras personas, ejemplo: restaurant, hotelería, etc.**). Esta situación constituye una ventaja para el vendedor en cuanto conoce con precisión detalles que el consumidor desconoce y que podrían eventualmente incidir en su decisión de consumo. En nuestro país se ha legislado este tema a través de la Ley 19.496, de los Derechos de los Consumidores, la que establece la responsabilidad de los proveedores de informar a sus usuarios respecto de los bienes y servicios que ofrecen y sus modalidades de adquisición; con un acceso a la información expedito, claro y legible, así como veraz y oportuno. De modo complementario, esta ley define que uno de los deberes de los consumidores y consumidoras es informarse responsablemente, con lo que el análisis crítico de la publicidad y la información comercial cobra especial relevancia.

Algunos deberes de información según lo dispuesto por la ley número 19.496:

La ley número 19.496 tiene por objeto normar las relaciones entre proveedores (**fabricantes, distribuidores y vendedores**) y consumidores, establecer las infracciones en perjuicio del consumidor y señalar el procedimiento aplicable en estas materias.

- 1) Información del Precio: La ley 19.496 señala que el precio de todo producto debe ser claro y visible para que el consumidor pueda ejercer su derecho a elección, antes de ejecutar el acto de consumo. El monto del precio debe incluir los impuestos correspondientes, además, se deben indicar los montos que solo la ley permite cobrar en operaciones de crédito.
- 2) Información sobre la rotulación de productos: La rotulación debemos entenderla como el conjunto de inscripciones, leyendas o ilustraciones contenidas en la etiqueta que informan acerca de las características de un producto.
- 3) Información acerca de productos potencialmente peligrosos: Esta información está íntimamente relacionada con el derecho a la seguridad en el consumo de bienes y servicios.
- 4) Información básica comercial: Se trata de los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor para cumplir así, con la ley. Ellos son:

1. Identificación del Bien o Servicio que se ofrece.
2. Los instructivos de uso de un determinado bien o servicio.
3. Los términos de la Garantía.

Actividad. Cada pregunta equivale a 2 puntos. (6 puntos en total).



1. Según la información acerca a la publicidad comercial, ¿Qué detalles debe indicar la comunicación publicitaria? Luego de señalarlos, explique uno de ellos brevemente.
2. ¿Cuál es el objetivo de la ley 19.496?
3. En relación, a los productos que consumes a diario, ejemplo, leche, bebida, jugo, elementos para vestir, etc. comprueba si sus rótulos o etiquetas contienen la información requerida por la ley 19.496. Debes señalar dos productos y describir sus etiquetados tomando en cuenta el punto número 2 explicados en la segunda página de esta guía. En caso de que tengas acceso a una cámara fotográfica, puedes adjuntar una foto con cada etiqueta y luego describir el punto número 2.

Imágenes de rótulos o etiquetas de productos alimenticios:



A continuación, te invitamos a ver los siguientes videos, ellos te servirán para complementar lo aprendido en esta guía.

https://www.youtube.com/watch?v=4KSx6_mp5x8

<https://www.youtube.com/watch?v=ByKTQKhusSE>