

The background is a dark purple color. It features a central dark blue circle containing the text. Surrounding this central circle are various geometric shapes and patterns: a pink circle with diagonal stripes, a blue circle with diagonal stripes, a blue circle with a dotted pattern, a yellow triangle, a pink triangle, a yellow triangle, a pink pentagon, a yellow triangle with vertical stripes, a pink triangle with dashed lines, a blue circle with a dashed outline, a yellow triangle with dashed lines, a pink circle with a dashed outline, and a blue circle with a dashed outline. There are also solid shapes in yellow, pink, and blue scattered throughout the composition.

# Publicidad y el Consumo

# Publicidad



Y en un sentido estricto, es toda aquella comunicación a través de medios de comunicación con la meta de promover la contratación de bienes y servicios publicitados.

## PUBLICIDAD V/S PROPAGANDA

- **Publicidad**
- **Está orientada a establecer relaciones de tipo económico.**
- **Esto significa que el productor, comerciante o publicista busca convencer a otro (potencial cliente) para que adquiera el producto, servicio o concepto promocionado**
- **Propaganda**
- **Su fundamento es de carácter ideológico, es decir, se basa en la divulgación de ideas con una orientación o tendencia definida.**
- **Su propósito es obtener la adhesión del receptor a esa ideología.**
- **Claro ejemplo de esta actividad es la propaganda política**



# Los 7 tipos de publicidad

## PUBLICIDAD DE MARCA

Es la más visible, se fundamenta en el desarrollo de una identidad e imagen de marca a largo plazo a nivel nacional y/o internacional.

## PUBLICIDAD DETALLISTA O LOCAL

Se enfoca en los fabricantes que venden su mercancía en ciertas áreas geográficas. El mensaje anuncia hechos acerca de productos que se encuentran disponibles en tiendas cercanas.

## PUBLICIDAD DE SERVICIO PÚBLICO

Comunican un mensaje a favor de una buena causa, estos anuncios generalmente son creados por profesionales de la publicidad sin cargo alguno y los medios a menudo donan el tiempo y el espacio necesarios.

## PUBLICIDAD DE RESPUESTA DIRECTA

Utiliza cualquier medio de publicidad, pero el mensaje es diferente al de la publicidad de marca o detallista. El consumidor puede responder por teléfono o correo y los productos se entregan directamente.

## PUBLICIDAD SIN FINES DE LUCRO

Es la que las organizaciones sin fines de lucro, como las de beneficencia, anuncian para clientes, miembros y voluntarios, así como para donaciones y otras formas de participación en programas.

## PUBLICIDAD B2B NEGOCIO A NEGOCIO

Se encuentran mensajes dirigidos a empresas que distribuyen productos, así como compradores industriales y profesionales como abogados, médicos, etc.

## PUBLICIDAD INSTITUCIONAL O CORPORATIVA

Estos mensajes se enfocan en establecer una identidad corporativa o ganarse al público sobre el punto de vista de la organización.

# Publicidad Engañosa

## \* Normas relacionadas con la publicidad en la Ley 17.250

El artículo 24 de la [Ley 17.250](#) prohíbe la publicidad engañosa. El inciso 3 la define:

*“Se entenderá por publicidad engañosa cualquier modalidad de información o comunicación contenida en mensajes publicitarios que sean entera o parcialmente **falsa**, o de cualquier otro modo, incluso por omisión de datos esenciales, sea **capaz de inducir a error al consumidor** respecto a la naturaleza, cantidad, origen, precio, respecto de los productos y servicios.” (énfasis nuestro).*



Art 24. Toda publicidad debe ser transmitida y divulgada de forma tal que el consumidor la identifique como tal.

Art 25: La publicidad comparativa será permitida siempre que se base en la objetividad de la comparación y no se funde en datos subjetivos, de carácter psicológico o emocional; y que la comparación sea pasible de comprobación.

## Algunas Formas de *Publicidad Engañosa*:

A continuación, se detallan algunos ejemplos y formas que son o pueden ser considerados (dependiendo de las leyes de cada país) como ***publicidad engañosa***:


- Mensajes publicitarios que incluyen cláusulas del tipo "oferta válida hasta fin de existencias" u "oferta válida salvo error tipográfico".
- Ambos pueden ser considerados como limitación de la oferta poco clara y confusa para el consumidor, que queda totalmente sometido a la interpretación unilateral del vendedor o fabricante .





Utilización de letra pequeña, ilegible o diminuta en los anuncios, con la intención o no, que el destinatario no los perciba.

Utilización de mensajes que estimulan al comprador a tomar una decisión rápida pero que no se cumplen.

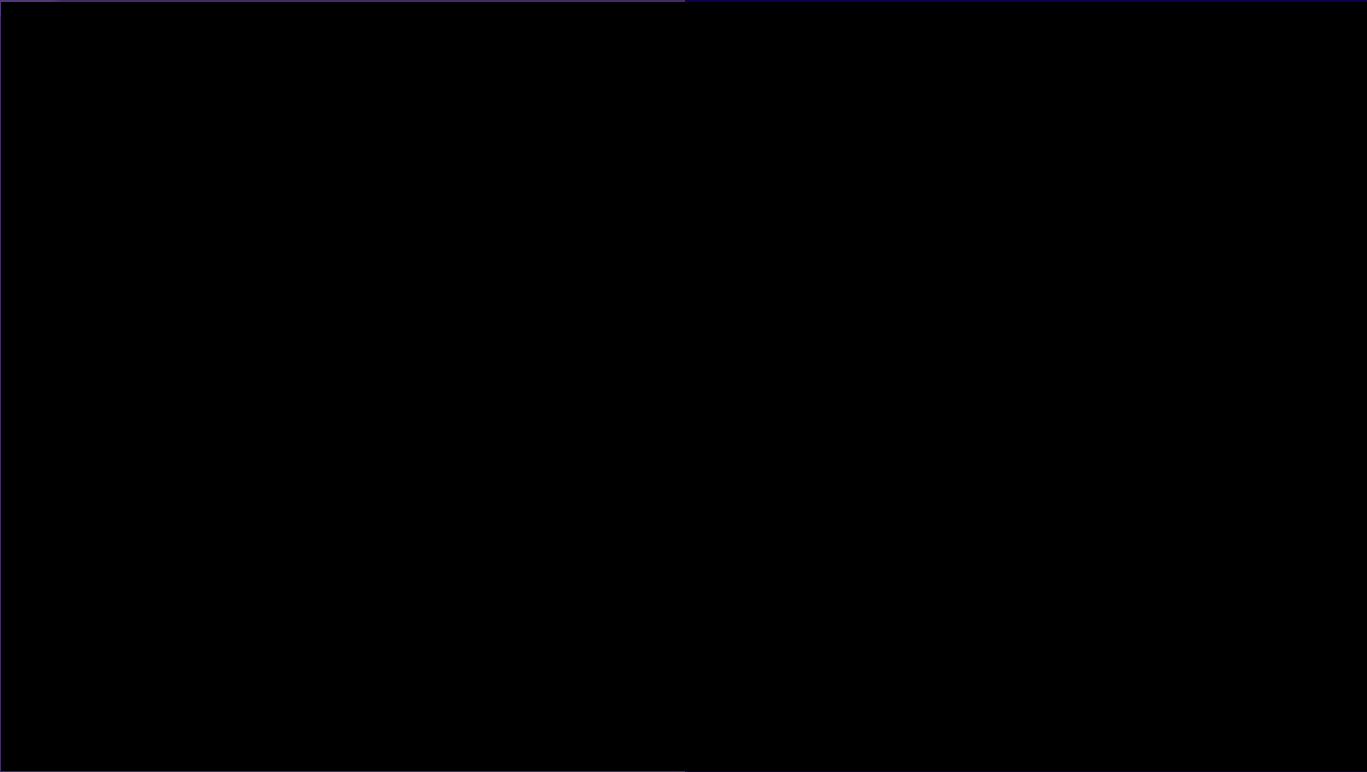


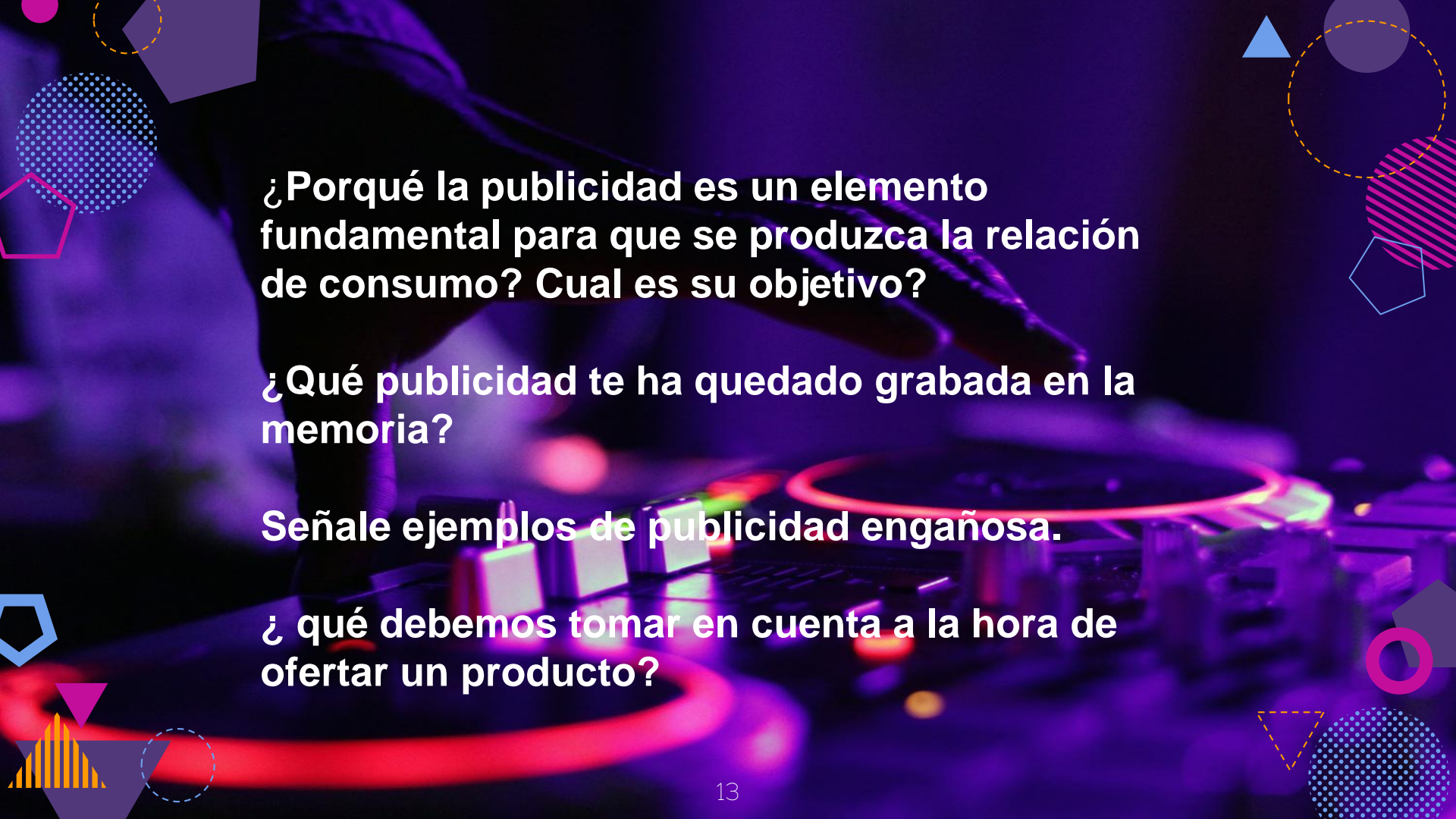
Inclusión del precio sin IVA en el anuncio, con la intención de que el destinatario vea un precio más atractivo o menor al de la competencia.

# Algunos ejemplos









¿Porqué la publicidad es un elemento fundamental para que se produzca la relación de consumo? Cual es su objetivo?

¿Qué publicidad te ha quedado grabada en la memoria?

Señale ejemplos de publicidad engañosa.

¿ qué debemos tomar en cuenta a la hora de ofertar un producto?



# Gracias!

Cynthia Velazco