

REVISTA n°8. 2009

REVISTA
Kontsumo

ALDIETARIA

El tema es...
Publicidad y consumo

Publicidad y consumo

La publicidad está muy presente en nuestro día a día. Nos incita a comprar, comprar, comprar, tener, conseguir, contratar... aunque a veces no seamos conscientes de ello.

En este modelo de sociedad parece que lo importante está en "tener" para "ser" o "llegar a ser", y en base a este parámetro vamos organizando nuestra vida cotidiana en torno a un consumo irresponsable.

Un día con la familia Zárate

Es sábado. Después de una semana ajetreada de trabajo, colegios, estudios y actividades extraescolares ¡Ha llegado el fin de semana!

Eva (la madre) y Luis (el padre) se levantan temprano. Ayer a la noche ya organizaron el día: a primera hora desayunar y recoger las habitaciones comunes entre los dos. Ane y los mellizos, Xabi e Iker, recogerán sus cuartos y se encargarán de la colada. A las 11:30 recogerán en la estación a la tía María Luisa que viene a pasar el fin de semana.

Todo marcha según lo previsto. De vuelta a casa hay que preparar la comida y cada miembro de la familia se encarga de una tarea.

Por fin en la mesa...

¡Está todo delicioso! - comenta la tía María Luisa.

¡Me alegro! - responde Luis. A él le ha tocado asar el cordero.

¡Estaba de oferta! Comprando el cordero entero (20kg) te regalaban una fuente para ensaladas - añade Eva.

¿Y cuando os vais a comer tanto cordero? - responde la tía María Luisa.

A la hora de hacer la compra *hay que prestar especial atención a lo que se necesita y analizar* la publicidad, las ofertas, los regalos, etc., desde una perspectiva crítica.



Publicidad y consumo

Es importante ser conscientes de si lo que se publicita es o no una buena oportunidad de compra en base a necesidades de la persona o de la familia. ¡Haz una compra responsable!

Ya en el postre, Ane trae un catálogo de una agencia de viajes. Aprovechando que está la tía en casa quiere convencer a sus padres para que le dejen irse a pasar el fin de semana con su novio. Enseña el catálogo a la tía y le explica en qué consiste la oferta buscando su complicidad.

¡Tía, mira esta oferta!, ¿a que es una oportunidad genial? Un 2x1 para un fin de semana en la nieve por sólo 80€ ¡Es una ganga!

¡Sí, parece muy barato!- responde la tía María Luisa.

¿A ver? Déjame que lo lea- dice Eva.

Lee atentamente el catálogo y comenta:

¿Ane, ya has leído la letra pequeña? Aquí pone que el 2x1 sólo incluye el alojamiento, todo lo demás, billete de autobús, forfait, dietas etc., van aparte.

Ane pone cara de decepción. Su gozo en un pozo.

A la hora de contratar un viaje u otro servicio es importante leer la letra pequeña de las condiciones de contratación. Ha-

bitualmente, como reclamo publicitario se resaltan datos para captar la atención de la persona consumidora, pero profundizando en las condiciones de la oferta, en ocasiones no es tan ventajosa como parece.



Por tanto, muy importante: ¡Lee la letra pequeña de la publicidad e infórmate más detalladamente antes de decidirte!

Ane sigue ojeando el catálogo y haciendo cuentas con la calculadora. Mientras, los mellizos han encendido el ordenador y navegan por Internet.

Xabi e Iker quieren cambiar de móvil. Hay una oferta interesante que les ha comentado un amigo y la han confirmado por Internet. Efectivamente, solicitando la portabilidad a otra operadora se consigue un súper móvil 3G con acceso a la red social Facebook ¡por sólo 25€!

Publicidad y consumo

Llaman a la madre para que se acerque al ordenador y lea la superganga. Eva lee atentamente la información y llega a un enlace que dice "condiciones de contratación":

"Promoción válida hasta el 31/01/10. PVP Súper móvil 25€ para portabilidades a nuestra operadora contratando la tarifa "súper plan horario libre" (25,90€/mes IVA Inc.), con consumo mínimo de voz de 40€. Tarifa Plana Internet en el móvil de 15€/mes (17,40€ con IVA) condicionado al mantenimiento del alta de la línea en el servicio y el módulo de datos el contrato de voz al menos 24 meses..."

Eva se queda perpleja. La oferta no es tan buena como parece. Son demasiados requisitos y supondría un consumo mensual muy elevado. Está muy por encima de la asignación mensual para teléfono móvil de los gemelos, por lo que les hace ver que no se lo pueden permitir.

Xabi e Iker desisten de su idea aunque les hacía ilusión poder ir a clase con el súper móvil. Reflexionando un poco se dan cuenta de que no necesitan ese súper móvil para comunicarse con sus amigos ya que les ven todos los días y además tienen Internet en casa para comunicarse.

Quando se va a contratar un servicio, como en este caso, de telefonía móvil, es muy importante leer y conocer las condiciones promocionales, qué tarifa, qué servicios extras hay que contratar, qué permanencia... En la publicidad aparecen los datos más llamativos, "el gancho", pero el verdadero compromiso que se va a adquirir con la compañía debe conocerse con antelación a la contratación. Una vez conocido éste, se podrá tomar una decisión más responsable y adecuada a la situación de cada persona.



Mientras toman el café, la tía María Luisa, comenta que próximamente irá al Centro de Salud a hablar con la médica de cabecera...

Publicidad y consumo

¿Qué tienes, María Luisa? ¿Te encuentras mal?- pregunta Luis preocupado.

¡No, que va!, ¡estoy estupendamente! Pero cuando estaba en la estación he visto en la marquesina un anuncio, que decía "si eres mayor de 65 años acude a tu centro sanitario y solicita información sobre la gripe".

¡Estupendo, es bueno estar bien informados!- responde Eva.

En ocasiones la publicidad no "nos vende" nada, simplemente nos informa o nos aconseja sobre determinados temas como la salud, la seguridad vial o el consumo responsable, por ejemplo.

La publicidad es un instrumento de gran impacto y llega a un número muy elevado de la población, bien a través de formatos impresos (carteles, paneles...), o bien, a través de medios de comunicación audiovisuales (TV, radio, Internet...). Por este motivo las instituciones también utilizan técnicas publicitarias para concienciarlos, informarnos o sensibilizarnos.

Luis se dispone a recoger la mesa y poner el lavavajillas. En la cocina encuentra el periódico y se entretiene con un anuncio del suplemento: "Viaja seguro en este súper coche y que la crisis no afecte a tu seguridad y la de tu familia".

Se queda pensativo... La verdad que el coche ya tiene unos añitos y sería conveniente renovarlo. Además en esta oferta hacen referencia a unas ayudas "renove". ¡Interesante!



En ese momento, Eva le sorprende absorto en sus pensamientos.

¿Qué estás pensando, lavar a mano o en el lavavajillas? - pregunta con una sonrisa en los labios.

¡Me has pillado! - Luis le enseña el suplemento y le cuenta que tenía esa idea en la cabeza hacía tiempo y que tal vez esta oferta sea una oportunidad.

¡Bueno, no te precipites. Vamos al concesionario la semana que viene y que nos lo expliquen mejor!- Responde Eva. ¡Pero no te hagas ilusiones, primero habrá que hacer números, que los anuncios lo ponen todo muy fácil!

Publicidad y consumo

La publicidad, con el fin de incitar a la persona consumidora a comprar, resalta datos llamativos para captar la atención. Puede que en algunos casos, induzca a confusión o no sea lo suficientemente clara a la hora de comunicar información relevante del producto, como puede ser el precio final, las prestaciones técnicas exactas y los equipamientos que incluye o no en base a ese precio; las formas de pago o financiación, qué gastos añadidos conllevan; las garantías comerciales, si las tuviera...

En definitiva, datos que la persona consumidora necesita conocer y que la publicidad no siempre refleja claramente. Por eso, ante decisiones de compra, es muy importante conocer las verdaderas condiciones en las que se realizará.

Para ello es conveniente:

- Guardar toda la publicidad referente a la promoción del producto. La publicidad es vinculante y si lo publicitado no coincide con la oferta real, exigir lo publicitado.
 - Comparar entre diferentes marcas para analizar cuál es la oferta más conveniente.
 - Reflexionar si realmente se necesita o no ese producto.
 - Hacer una compra responsable.
- Leer la "letra pequeña" de la publicidad.
 - Informarse directamente de las condiciones de compra:
 - Prestaciones técnicas del producto.
 - Precio final y lo que incluye dicho precio (IVA,...).
 - Formas de financiación (%TAE, comisiones, periodos...).
 - Garantía comercial (la garantía legal es de 2 años).



Publicidad y consumo

Y en caso de que no se cumpla lo ofertado en la publicidad:

- Acudir al propio establecimiento, presentar el soporte publicitario (folletos, catálogos, anuncios impresos, ...) y reclamar lo anunciado.
- En caso de que no se atienda adecuadamente la reclamación, acudir a la Delegación de Consumo del Gobierno Vasco, a una OMIC, o a una Asociación de personas consumidoras para solicitar información y asesoramiento.

Son las 17.00 de la tarde y la familia se prepara para salir. Ane, se queda estudiando y buscando otras alternativas para hacer un viaje de fin de semana. Los gemelos van a jugar un partido de fútbol con sus amigos. Eva y Luis han quedado con unos amigos y la tía M^a Luisa les acompaña. Hace una tarde estupenda para pasear por la ciudad y desconectar.

El catálogo de viajes, la oferta del super movil, el chollo del coche... Todo eso puede esperar. No es imprescindible para disfrutar de una agradable tarde.

