

LA PUBLICIDAD – LO QUE DEBEMOS CONOCER

Producto de la globalización actual, las viejas estrategias publicitarias sufrieron cambios importantes, teniendo que ampliar sus horizontes para desempeñar diferentes roles en el mercado. Anteriormente, la publicidad fue el medio que dió forma, posición, estabilidad y vida a una marca que identificaba a un producto o servicio, teniendo muy en cuenta que la base inicial y fundamental de la publicidad es la estrategia de venta.

Lo esencial de la publicidad es ofrecer toda la información a los consumidores, haciendo énfasis en la calidad, el precio o las características principales de los productos; para formar una imagen de la marca que se quiere vender. Por su parte una promoción lo que intenta, es llevar a los consumidores en muchos casos por el impulso, a adquirir los artículos promocionados para lo cual, ofrecen ventajas adicionales por eso hoy día vemos que al darse a conocer un producto, se ofrece ciertos valores agregados al producto promocionado.

En nuestro país la publicidad es utilizada por todas las empresas sin importar si pertenecen a las llamadas micro, pequeñas o medianas empresas, y que decir de las grandes cadenas comerciales. No decimos que la publicidad es mala, pero lo cierto es, que en muchos casos se envían mensajes negativos, reflejando la falta de información y los denominado “ganchos publicitarios”. Esta conducta la vemos cada día más provocando confusión entre los consumidores, generando engaños que a la postre afectan directamente a una gran cantidad de personas.

Muchas veces hemos tenido una mala experiencia al adquirir un producto o servicio; y en la mayoría de los casos es el resultado de un mensaje equivocado o alejado de la verdad, por lo que nuestra elección se verá afectada como producto de una publicidad engañosa.

Otro ejemplo palpable, son las muy conocidas promociones, las cuales al parecer son muy sencillas, pero al leer las diminutas letras nos percatamos que existe una gran cantidad de restricciones o condiciones para poder participar, y que generalmente es casi imposible de cumplir con todas ellas.

Otra situación muy generalizada se da cuando se ofrece la oportunidad de ganarse un crucero, un viaje a Miami o un carro, pero no se informan todos los requisitos necesarios para concursar; puesto que si usted sale ganador al momento de reclamar su premio, es en ese preciso momento que le informan que el mismo no se le puede otorgar porque usted no cuenta con una visa para viajar, o el empaque depositado no está en buen estado o que si es menor de edad no podía concursar.

Lo primero que pensamos es que hemos sido engañados, y seguramente diríamos que *“si me hubiesen informado desde el inicio, no lo hubiese comprado”*. La ley 45 de 2007, obliga al agente económico, a informar claramente al consumidor sobre las características principales del producto para que este pueda decidir si lo adquiere o no.

Lo más probable es que en algún momento usted haya sido víctima de situaciones como las mencionadas anteriormente, y tal vez muchas de ellas hayan sido investigadas por ACODECO, ya que una de sus funciones es la de investigar y sancionar los posibles casos de publicidad engañosa pudiéndose sancionar al infractor con multas de 25 mil

balboas por lo que los exhortamos a presentar todas sus denuncias las cuales serán evaluadas e investigadas, por nuestro personal.

Por otra parte, las ventas especiales que se dan mucho en nuestro país y somos muy dados a aprovechar los baratillos, ofertas, rebajas, pero es muy importante que la mercancía participante esté identificada, que usted conozca el nuevo precio (ofertado), al igual que el precio anterior y cuando se trata de una venta especial por porcentaje, deben indicar el precio y el porcentaje a rebajar, es decir, el precio indicado se entiende que no cuenta con el porcentaje aplicado.

La Ley 45 establece el vínculo proveedor publicidad, por lo que todo consumidor puede exigir que le cumplan con lo anunciado, inclusive si la oferta está agotada y no informan en la publicidad la fecha de duración o las unidades mínimas a ofertar; adicional todo consumidor tiene derecho solicitar el cese de la publicidad y su rectificación, lo que contribuye a que no se siga induciendo a error o confusión al consumidor.

Pero lo más importante es que cada consumidor entienda que debe conocer sus derechos y hacerlos valer, que debe denunciar todas aquellas prácticas contrarias a la ley y recordar que un consumidor informado tiene poder.

Ana Espino