Lunes 27/05 solemne ética 14:00

Lunes 20/05 clase repaso 14:00

**Contratos de adhesión**

Letra chica, es aquella que se incluye en una pieza publicitaria para entregar información adicional sobre un producto o servicio publicitado, en este sentido su objetivo debiera ser informar sobre materias que por su importancia relativa no merece destacarse en el texto principal.

Su objetivo debiera ser informar al consumidor sobre limitaciones o restricciones que no contradigan de manera sustancial el aviso principal de una campaña.

1. Prominencia, la letra pequeña debe ser de un tamaño suficiente de manera de ser notada

y leida.

1. Presentacion, redacción y forma debe permitir la comprensión del publico.
2. Ubicación, debiera estar en un lugar en el cual el destinatario pueda leerla.
3. Proximidad, la letra pequeña este cerca de la promesa principal de la campaña.

Absoluto publicitario, aquella información contenida en la publicidad que tiene un tono excluyente o que denota una superioridad respecto a los competidores, son aceptables en la medida que son veraces y demostrables por quien realiza la afirmación absoluta.

Hay 2 tipos de absolutos

* Comparativo, mejor, más que
* Mensurables, precio, características físicas del producto
* Otros que no son dimensiónales, que corresponden a impresiones o percepciones subjetivas.

Poliza voluntaria o comercial, corresponde al periodo el cual garantiza una determinada marca por un producto determinado

Garantia de satisfacion, periodo en el cual se puede dejar sin efecto la compra si es que el cliente queda insatisfecho

Garantia extendida, se garantiza la calidad de un producto, en el cual la casa comercial se hacer responsable de la calidad del bien mediante el pago de una poliza de seguro.

**Casos para accionar el derecho a cambio o devolucion**

1. Productos que están sujetos a normas de seguridad no poseen las autorizaciones correspondientes.
2. No se cumple con las normas del rotulado.
3. El bien no es apto para el uso consumo al cual esta destinado
4. Cuando se han convenido ciertas carasteristicas con el proveedor y dichas carasteristicas no se cumplen.
5. Un producto nuevo presenta fallas reiteradas dentro de un periodo de 3 meses

**Informacion y publicidad**

Publicidad engañosa, es aquella que induce o puede inducir a error, pudiendo afectar a los consumidores o a los competidores mediante exageraciones, ambigüedades u omisiones referidas a características, beneficios o precios de un determinado producto o servicio

Tambien es engaño publicitario aquella que atribuye a un producto o servicio carasteristicas o cualidades las cuales no posee o no puede cumplir

Publicidades que valiéndose de la ignorancia, el miedo, la credibilidad o ingenuidad de los destinatarios ofrecen un determinado producto o servicio

Comete infracciones a la ley el que sabiendo o debiendo saber induce a error o engaño sobre los siguientes aspectos:

* Los componentes del producto.
* Idoneidad del bien o servicio para los fines los cuales cumpla el bien o servicio
* Carasteristicas relevantes del bien o servicio
* Precio, costo de crédito o forma de pago del bien o servicio
* Condiciones de la garantía.
* La condición de no producir daño al medio ambiente o a la calidad de vida.

**Formulas de engaño publicitario**

* Publicidad parasitaria
* Comunicación no deseada, toda comunicación deseada o no deseada enviada por correo electrónico de be dictar la materia de la cual se trata, identidad de remitente y contener una dirección valida a la cual el destinatario del mensaje pueda pedir la suspensión de los mismo

**Promociones y ofertas**

Promocion, aquella campaña que persigue comercializar bienes y servicios en condiciones mas favorables que las habituales y que no consisten en rebajas de precio.

En cambio las ofertas consisten en rebajas transitorias de precios.

La ley exige que en el momento de realizar una de las anteriores se debe señalar las base de la campaña y plazo de la duración de esta, no se entiende cumplida esta obligación por el hecho de mencionar bases ante notario.

En el caso de concursos o sorteo se debe informar al publico sobre el monto o numero de premios y el plazo en que se puede reclamar y la adecuada difusión de los resultados.

Se debe en que consiste la rebaja de precio del bien o servicio, en relación con el periodo anterior.

Una oferta permanente pierde la condición de oferta y no resulta aceptado.