

NOMBRE DE LA ACTIVIDAD
LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR EN LAS REBAJAS Y LA PUBLICIDAD
AUTOR/A
GREGORIO PÉREZ DE OBANOS ROMERO Y JORGELINA TALLEI
APARTADO (según el MCER): http://www.cvc.cervantes.es/aula/didactired/didactiteca/indice.htm
NIVEL
B2 Avanzado
TIPO DE ACTIVIDAD
Español de los negocios
OBJETIVOS
<p>OBJETIVO GENERAL. El objetivo de la presente secuencia didáctica es el desarrollo de las destrezas comunicativas por parte de alumnos de un curso de EFE (español con fines específicos) Asimismo, tendrán acceso al vocabulario relacionado con el <i>área del comercio y los derechos de los consumidores</i>.</p> <p>OBJETIVOS ESPECÍFICOS. Al final de la secuencia los alumnos serán capaces de:</p> <ul style="list-style-type: none">- Hablar acerca de sus derechos y sus deberes como consumidores.- Conocer vocabulario relacionado con los derechos de los consumidores en las rebajas y en relación a la publicidad.- Redactar una carta formal de reclamación a una empresa solicitando la retirada de un anuncio.
DESTREZA QUE PREDOMINA
Comprensión de lectura y auditiva e interacción y expresión oral.
CONTENIDO GRAMATICAL
<ul style="list-style-type: none">- Usos del condicional: <i>habría que / deberíamos + infinitivo</i>;- Perífrasis verbales: <i>haber de / deber / tener que + infinitivo</i>- Subordinadas sustantivas: <i>proponer / ser conveniente / ser ilegal + infinitivo / que + subjuntivo</i>, etc.
CONTENIDO FUNCIONAL
<ul style="list-style-type: none">- Organizar la información: elementos para opinar y argumentar- Proponer y sugerir- Expresar derechos y obligaciones
CONTENIDO LÉXICO
<ul style="list-style-type: none">- Vocabulario para describir y hablar de productos, servicios, y modelos de cartas de reclamación.
DESTINATARIOS
Alumnos relacionados al mundo de los negocios.

DINÁMICA
En grupos y plenaria.
MATERIAL NECESARIO
Documentos que se adjuntan y diccionarios monolingües.
DURACIÓN
120 minutos.
MANUAL (SI PROCEDE) CON EL QUE SE PUEDE UTILIZAR
FUENTE DE INSPIRACIÓN
Trabajo del curso EFE (Español Fines Específicos, Universidad de la Rioja).

DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD

1. Explícales a los alumnos que van a trabajar una serie de actividades cuyo tema es algunos aspectos de la legislación española sobre el derecho de los consumidores en relación a la publicidad engañosa y a la época de compras en las rebajas. Para ello, a modo de actividad de calentamiento, puedes plantearles una serie de preguntas, antes de empezar:

- a) ¿Sabes qué son las rebajas?
- b) ¿Qué problemas para el consumidor pueden surgir en esta época de compras?
- c) ¿Conoces los derechos de los consumidores?
- d) ¿Crees que las Asociaciones de defensa del consumidor son útiles? ¿Para qué sirven? ¿Cuáles son sus funciones?
- e) ¿Alguna vez te has sentido engañado al adquirir algún producto o servicio ya que en la publicidad te prometieron algo que no cumplieron?
- f) ¿Qué es una publicidad engañosa?
- g) ¿Son efectivas las quejas de los consumidores en estas situaciones?

La idea es proponer un pequeño debate sobre estos temas y despertar interés para el desarrollo de la primera actividad.

2. Probablemente van a surgir dudas en relación al léxico relacionado con estos temas, por ello, puedes plantear primero la siguiente actividad de vocabulario ([ANEXO 1 A](#)). El objetivo de esta actividad es presentar vocabulario relacionado con el tema y los textos que van a trabajar posteriormente.

3. A continuación, divide a la clase en dos grupos (si es un grupo numeroso, puedes dividirlo en cuatro). Cada uno de ellos va a trabajar una actividad diferente y en torno a un tema diferente. Para establecer los grupos puedes preguntarles qué tema les resulta más interesante: 1) las rebajas o 2) la publicidad engañosa.

Una vez establecidos los grupos (Grupo A y Grupo B), preséntales los siguientes textos: ([ANEXO 2A](#)) y ([ANEXO 3A](#)).

En estos dos textos tenemos una serie de preguntas sobre cada tema, deberán hacer una puesta en común para responder a las preguntas. Seguramente no van a tener respuestas para todas las preguntas, pero lo importante es que intenten hacer hipótesis y opinar. Una vez que hayan discutido y dado una respuesta, el profesor deberá dar a cada grupo las respuestas a las preguntas ([ANEXO 2B](#)) y ([ANEXO 3B](#)). Las respuestas se encuentran desordenadas y los

alumnos deben realizar una comprensión del texto relacionando las preguntas con su correspondiente respuesta. Si tienen dudas, el profesor ayudará a cada grupo en esta tarea. Las soluciones se encuentran en los ANEXOS 2C y 3C respectivamente. Por último, cada grupo debe redactar un breve informe con la información obtenida. El objetivo es que con sus propias palabras resuman el contenido del texto y lo intercambien con el otro grupo. En este momento el profesor puede aprovechar para recordar algunos contenidos gramaticales abordados en las actividades anteriores de la unidad didáctica (ANEXO 3D).

Por último, tras la lectura del texto elaborado por el otro grupo, el profesor puede plantear un diálogo a modo de conclusión.

4. La siguiente actividad consiste en el visionado de dos anuncios audiovisuales que una asociación de consumidores denominada FACUA (www.facua.org) ha denunciado como fraudulentos. El objetivo de la actividad es que los alumnos en plenario vean los anuncios y entiendan qué productos o servicios se anuncian y en qué puede consistir la información engañosa. Les presentamos la actividad (ANEXO 4A) en la que deberán realizar una comprensión auditiva de los anuncios y escoger uno de los dos. Posteriormente, agrupados según sus intereses, deberán leer un texto para obtener más información: ANEXOS 4B y 4C. Con todo ello, cada grupo (como representante de FACUA) redactará una carta formal de reclamación a la empresa solicitando la retirada del anuncio. El objetivo de esta última actividad de la secuencia es repasar y poner en práctica los contenidos trabajados a lo largo de la unidad didáctica.

Posteriormente, se intercambiarán las cartas y se trabajarán los errores.

En el ANEXO 4D tenemos el enlace en Internet de los dos videos y los dos textos.

CRITERIOS EN LOS QUE NOS BASAREMOS A LA HORA DE EVALUAR LA ACTIVIDAD:

Los alumnos serán evaluados en función de:

- su trabajo colaborativo en la realización de las actividades
- la producción oral
- la producción escrita de cada grupo

BIBLIOGRAFÍA

Texto 1 (texto adaptado): El 'spot' engañoso de Yoigo en el que acusa a la competencia de no decir la verdad.

En: <https://www.facua.org/es/noticia.php?id=4708> [Fecha de consulta: 12/03/2012]

Texto 2 (texto adaptado): FACUA denuncia a Euro 6000 y El Corte Inglés por prometer falsos descuentos del 10%

En: <https://www.facua.org/es/noticia.php?id=3743&IdAmbito=21> [Fecha de consulta: 12/03/2012]



ANEXO 1A

A.

Todas estas palabras y expresiones que te presentamos van a aparecer en dos textos que trabajarás más adelante: Texto 1 *“Las rebajas”*, Texto 2 *“La publicidad engañosa”*

Con ayuda de tus compañeros, establece una clasificación: determina si la palabra va a aparecer en el texto, en el texto 2 o puede aparecer en ambos.

competidor, reclamación, valor contractual, liquidación, oferta, contrato, bienes (muebles o inmuebles), producto, servicio, presentación (de un producto), valor de canje, comerciante, artículo, error, destinatario, comprobante

PALABRA	“REBAJAS”	“PUBLICIDAD ENGAÑOSA”	EN AMBOS TEXTOS

B.

Ahora en parejas debéis elegir una de las palabras y redactar con vuestras propias palabras una definición (podéis ayudaros del diccionario) El profesor recogerá todas las definiciones y las leerá en clase para que después intentemos adivinar de qué palabra se trata.

¿Hay alguna palabra cuyo significado desconocéis? Preguntad a vuestros compañeros o al profesor.



ANEXO 2A

Te presentamos una serie de preguntas en relación al tema de: “Las Rebajas y los derechos de los consumidores”. Discute con tu grupo las respuestas. No os preocupéis por las dudas. En la siguiente actividad te ofreceremos las respuestas.

1. ¿Es lo mismo liquidación que rebajas?
2. En mi barrio hay tiendas que no tienen rebajas. ¿Es obligatorio que todas las tiendas tengan un periodo de rebajas?
3. Justo antes empezar las rebajas me di cuenta de que los precios de la tienda habían subido y cuando empezaron las rebajas los volvieron a bajar. ¿Es esto legal?
4. En la publicidad de una tienda aparecen ciertos artículos con un precio determinado y cuando llego a la tienda no tienen ninguno de esos artículos. ¿Puedo exigir que los tengan?
5. En una tienda anuncian con un gran cartel rebajas del 50% y cuando entro no encuentro ningún artículo con este descuento. ¿Puedo reclamar?
6. Voy a una tienda a comprar en periodo de rebajas, pero la mayoría de los artículos tienen fallos. ¿No deben ser de la misma calidad que el resto de las prendas?
7. Tras comprar durante las rebajas unos pantalones, quiero cambiarlos y en la tienda me dicen que no. ¿Es esto legal?
8. Hay tiendas que terminan sus rebajas antes de la fecha oficial de finalización. ¿Hay un periodo mínimo obligatorio?
9. Finalizado el periodo de rebajas algunos establecimientos siguen anunciando rebajas en prendas de otras temporadas. ¿Pueden hacer esto?



ANEXO 2B

Ahora os damos la respuesta a cada una de estas preguntas. Se encuentran desordenadas, así que deberéis relacionarlas con estas. A continuación, deberéis redactar un breve resumen con vuestras propias palabras y contárselo al resto de la clase.

a) No, es una elección del COMERCIANTE.

b) La publicidad tiene VALOR CONTRACTUAL, por tanto permite a los consumidores exigir las condiciones expuestas en un anuncio. La obligación del vendedor no se limita solo al precio del producto, sino también a las características.

c) Si el PRODUCTO no tiene defectos y, simplemente, hay un cambio de parecer por parte del comprador prevalece el criterio del ESTABLECIMIENTO, pudiendo indicar la no aceptación de DEVOLUCIONES o la aceptación, mediante entrega del dinero o de un VALE DE CANJE.

d) Las ventas en rebajas sólo tienen lugar como tales en dos temporadas anuales, una iniciada al principio de año y la otra en torno al período estival de vacaciones. Su duración es como mínimo de una semana y como máximo de dos meses, dentro de las fechas concretas que fijan las autoridades.

e) Los ARTÍCULOS ofertados en rebajas deben haber estado a la venta con anterioridad, y el precio rebajado debe aparecer junto al precio anterior. Si esto es así no se estaría infringiendo la normativa, por lo que si puedes probar que el comercio lleva a cabo estas prácticas para dar apariencia de legalidad a sus rebajas puedes denunciarlo en el Servicio de Consumo para provocar una inspección.

f) No, la LIQUIDACIÓN es una venta con la finalidad de extinguir las EXISTENCIAS de determinados productos, motivado por el cese total o parcial de la actividad comercial, reforma del negocio o cambio de local. Sólo puede efectuarse en el establecimiento que experimenta la reforma o cierre y siempre deben indicar las causas de la liquidación. Las REBAJAS consisten en una OFERTA a los consumidores de una reducción de los precios habituales. Esta oferta sólo está vigente durante unos periodos regulados por Ley y es común para todos los comercios de una región. Actualmente existen dos periodos de rebajas legalmente establecidos al año: las rebajas de enero y las de verano.

g) La venta en rebajas supone una rebaja en el precio y no en la calidad, de forma que cuando se está vendiendo un producto con fallos no estamos ante una venta en rebajas, sino de saldos y debe anunciarse como tal. Los artículos rebajados han de tener la misma calidad que tenían cuando se vendían a su precio original.

h) Sí, puesto que el establecimiento está obligado a tener en el mismo los productos publicitados y por el periodo de tiempo que haya establecido en su publicidad; en caso de no ser así estaría infringiendo la normativa y su conducta sería sancionable.

i) No, los establecimientos pueden vender a un precio inferior estos productos, pero no es una venta en rebajas. En este caso se trata de un SALDO, que es la venta de productos a un precio inferior al habitual por presentarse algún deterioro, desperfecto o pérdida de actualidad. La publicidad de la venta de saldos debe especificar las circunstancias concretas de su deterioro. El producto en saldo nunca puede suponer un riesgo o engaño para el consumidor.



ANEXO 3A

Te presentamos una serie de preguntas en relación al tema de “La Publicidad y los derechos de los consumidores”. Discute con tu grupo las respuestas. No os preocupéis por las dudas. En la siguiente actividad te ofreceremos las respuestas.

1. ¿Qué entiende la Ley como publicidad?
2. ¿Qué entiende la Ley como publicidad engañosa?
3. ¿Qué diferencia existe entre la publicidad engañosa y la publicidad ilícita?
4. ¿Se consigue realmente con las quejas de los usuarios que las empresas rectifiquen su publicidad?
5. Hace semanas contrato la estancia en un hotel alentado por la gratuidad de una serie de servicios complementarios tales como la sauna, jacuzzi, gimnasio, piscina climatizada y guardería infantil. Sin embargo, al pedir la factura, observo que el establecimiento me ha cobrado en la factura dichos servicios, contradiciendo así lo establecido en su propia publicidad. ¿Qué puedo hacer?
6. ¿Existen límites en la publicidad de ciertos productos que, como el tabaco, pueden ser perjudiciales para la salud?
7. En un cartel publicitario aparece un artículo con unas determinadas características. Sin embargo, al ir al adquirirlo, observo que sus características difieren de las mencionadas en dicha publicidad. ¿Es ese comportamiento publicidad engañosa?



ANEXO 3B

Os damos la explicación a cada una de estas preguntas. Se encuentran desordenadas, así que deberéis relacionarlas con estas. A continuación, deberéis redactar un breve informe con vuestras propias palabras y contárselo al resto de la clase.

a) Se entiende como publicidad engañosa la que, de cualquier forma, incluida su PRESENTACIÓN, induce o puede inducir a error a SUS DESTINATARIOS, o puede afectar a su comportamiento económico o perjudicar o ser capaz de perjudicar a un COMPETIDOR. La Ley también entiende como engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios, siempre que dicha omisión induzca a error a los destinatarios.

b) Los usuarios tienen que denunciar siempre cualquier tipo de publicidad que entiendan que induce o puede inducir a ERROR. En muchas ocasiones se ha conseguido que las empresas rectifiquen su publicidad. Por lo tanto, es siempre recomendable denunciar este tipo de publicidad.

c) En este caso la publicidad anunciada por el establecimiento, que resulta no ser real, induce a error. Por lo tanto, este hecho debe ser denunciado con independencia de la RECLAMACIÓN individual para exigir un producto acorde con la publicidad o de similares características al anunciado, al mismo precio o proporcionalmente inferior.

d) El concepto publicidad ilícita hay que entenderlo de manera más amplia que el de publicidad engañosa. Así, es publicidad ilícita tanto la publicidad engañosa como la publicidad desleal, la subliminal o cualquier otra que infrinja lo dispuesto en la NORMATIVA que regule la publicidad de determinados productos, BIENES, ACTIVIDADES o SERVICIOS.

e) Existen ciertos límites en lo que se refiere a la publicidad de productos o servicios concretos, regulados por su NORMATIVA específica. Esto ocurre en sectores como la de materiales o productos sanitarios, actividades o servicios susceptibles de generar riesgos para la salud o seguridad de las personas, o la publicidad sobre juegos de azar.

f) La publicidad es definida en la Ley como “cualquier forma de comunicación realizada por una persona física o jurídica, pública o privada, en el ejercicio de una actividad comercial, industrial, artesanal o profesional, con el fin de promover de forma directa o indirecta la CONTRATACIÓN de BIENES MUEBLES o INMUEBLES, servicios, derechos y obligaciones”.

g) La publicidad tiene plena fuerza contractual. La legislación establece que su contenido, las prestaciones propias de cada producto o SERVICIO, las condiciones y garantías ofrecidas por la misma, serán exigibles por los consumidores aunque no figuren expresamente en el CONTRATO celebrado o en el documento o COMPROBANTE recibido.



ANEXO 3D

Recordad que para redactar vuestro breve resumen sobre el tema, podéis utilizar frases como estas:

Las tiendas / empresas están obligadas a...

Las autoridades deberían...

Está prohibido...

Debería estar prohibido...

Deben / Tienen que...

Es / sería conveniente que...

Es ilegal que...



ANEXO 4A

A.

Vais a ver dos anuncios publicitarios que una asociación de defensa del consumidor, denominada FACUA, ha denunciado como engañosos. Responde a las siguientes preguntas:

- ¿qué productos o servicios se anuncian?
- ¿crees que inducen al engaño al error del consumidor?
- ¿por qué piensas que una asociación de consumidores los ha denunciado?

B.

¿Cuál de los dos te ha interesado más? Elige uno de los dos y agrúpate con los compañeros que hayan elegido el mismo anuncio.

C.

Ahora te damos un poco más de información con los motivos que aduce la asociación para denunciarlo como engañoso. Con la información del anuncio y del texto, deberéis, como representantes de FACUA, redactar una carta formal de reclamación a la compañía solicitando y razonando la retirada del anuncio.

Recordad algunas frases que os pueden ayudar en la redacción de la carta.

En relación con...

El problema es que...

Les rogamos verifiquen / retiren...

Con la finalidad de...

Les instamos a que...

En el caso de que no atiendan a nuestras demandas...



ANEXO 4B

EL 'SPOT' ENGAÑOSO DE YOIGO EN EL QUE ACUSA A LA COMPETENCIA DE NO DECIR LA VERDAD

FACUA-Consumidores en Acción ha instado al operador de telecomunicaciones móviles Yoigo a rectificar el anuncio televisivo donde se atribuye la mejor tarifa del mercado y acusa a compañías de la competencia de no decir la verdad.

"Todos dicen que tienen la mejor tarifa, pero sólo uno dice la verdad", asegura Yoigo en su última campaña publicitaria en alusión a su nueva tarifa, que denomina La del 6. Con esta tarifa, el cuarto operador con red propia cobra 6 céntimos más IVA (6,96) por minuto en las llamadas nacionales, con un precio de establecimiento de cada comunicación de 15 céntimos (17,4 con IVA) y 10 céntimos (11,6 con IVA) por SMS.

MÁSMOVIL Y PEPEPHONE TAMBIÉN OFERTAN 6 CÉNTIMOS POR MINUTO

Asimismo, la asociación recuerda que aunque en la actualidad los 6 céntimos representan el suelo del mercado en lo que se refiere a la tarifa por minuto, este no es el único elemento que debe tenerse en cuenta para considerar cuál es la mejor tarifa para un usuario.

HAY TARIFAS SIN ESTABLECIMIENTO DE LLAMADA

Y es que hay dos operadores, Eroski Móvil y Pepephone, que tienen tarifas en las que no se cobra el establecimiento de cada comunicación, por lo que podrían resultar mejores para determinados perfiles de consumo. En cualquier caso, FACUA señala que la tarifa de 6 céntimos por minuto de Yoigo tiene condiciones más desfavorables para los usuarios que las otras dos existentes en el mercado en la actualidad.

LAS CONDICIONES DE YOIGO SON MÁS DESFAVORABLES

Así, la tarifa de Yoigo exige un consumo mínimo mensual de 25 euros más IVA (29), frente a la de Másmovil, que sólo obliga a consumir 1 euro (1,16 con IVA) cada mes, y la de Pepephone, sin consumo mínimo.

Asimismo, los SMS cuestan con la tarifa de Yoigo 10 céntimos más IVA (11,6), mientras que con la de Másmovil suponen 8 céntimos (9,28 con IVA) y con la de Pepephone 9 céntimos (10,44 con IVA). El establecimiento de cada comunicación cuesta 15 céntimos más IVA (17,4) en los tres casos.

FACUA espera que Yoigo elimine el mensaje engañoso de su campaña publicitaria. En caso contrario, denunciará a la compañía ante las autoridades competentes.



ANEXO 4C

FACUA DENUNCIA A EURO 6000 Y EL CORTE INGLÉS POR PROMETER FALSOS DESCUENTOS DEL 10%

EN REALIDAD, LAS DEVOLUCIONES SE LIMITAN A 15 EUROS Y ESTÁN CONDICIONADAS A REALIZAR COMPRAS POR IMPORTE DE 300

FACUA-Consumidores en Acción ha denunciado a Euro 6000 y el Grupo El Corte Inglés por prometer falsos descuentos del 10% en las compras realizadas con tarjetas de la citada red entre el 21 de noviembre y el 7 de enero a quienes se den de alta en la promoción Privilegios Euro 6000.

"Apúntate y te damos un 10% en el Grupo El Corte Inglés", aseguran los anuncios. Pero FACUA advierte que en realidad, la promoción se reduce a la devolución de 15 euros a los consumidores que gasten al menos 300 en el citado periodo, con lo que el porcentaje de descuento se reduce al 5%, además de estar condicionado a un gasto mínimo y tener un tope.

Mediante una enrevesada explicación, las *"condiciones de la promoción descuento 10% en El Corte Inglés de Euro 6000"* publicadas en la página web de esta empresa indican que *"los premios de la presente promoción consisten en la devolución de un 10% de sobre los 150 primeros euros de gasto"*. Eso sí, sólo podrán beneficiarse quienes hayan realizado *"pagos con su tarjeta Euro 6000 por valor de al menos 300 euros"*. *"Por tanto"*, continúa, *"el premio está limitado a una devolución máxima por cliente de 15 euros"*.

FACUA amenaza con presentar sendas denuncias por publicidad engañosa a la Dirección General de Consumo de la Comunidad de Madrid, donde ambas empresas tienen sus sedes sociales, y el Instituto Nacional del Consumo (INC) del Ministerio de Sanidad y Consumo.

La asociación recuerda que el artículo 4 de la Ley 34/1988, de 11 de noviembre, General de Publicidad, define como engañosa la que *"de cualquier manera, incluida su presentación, induce o puede inducir a error a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico"*. Y añade que *"es asimismo engañosa la publicidad que silencie datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca a error de los destinatarios"*.



ANEXO 4D

Video1:

<https://www.facua.org/es/videos.php?id=64>

[Fecha de consulta: 13/03/2012]

“El mundo fuera de Yoigo” (Spot)

Video 2:

<https://www.facua.org/es/videos.php?id=52&idAmbito=21>

[Fecha de consulta: 13/03/2012]

“Euro 6000 y El Corte Inglés” (Spot)



ANEXO 1B. SOLUCIONES

Respuesta abierta.

PALABRA	“REBAJAS”	“PUBLICIDAD ENGAÑOSA”	EN AMBOS TEXTOS
	liquidación, oferta, valor de canje, comerciante,	competidor, valor contractual, contrato, bienes (muebles o inmuebles), servicio, error, destinatario, comprobante	reclamación, producto, presentación, artículo,



ANEXO 2C. SOLUCIONES

En: <https://www.facua.org/es/derechos.php?id=15> (Texto adaptado)

Las rebajas

1 F / 2 A / 3 E / 4 B / 5 H / 6 G / 7 C / 8 D / 9 I



ANEXO 3C. SOLUCIONES

En: <https://www.facua.org/es/derechos.php?id=66&idAmbito=21> (Texto adaptado)

1 F / 2 A / 3 D / 4 B / 5 G / 6 E / 7 C