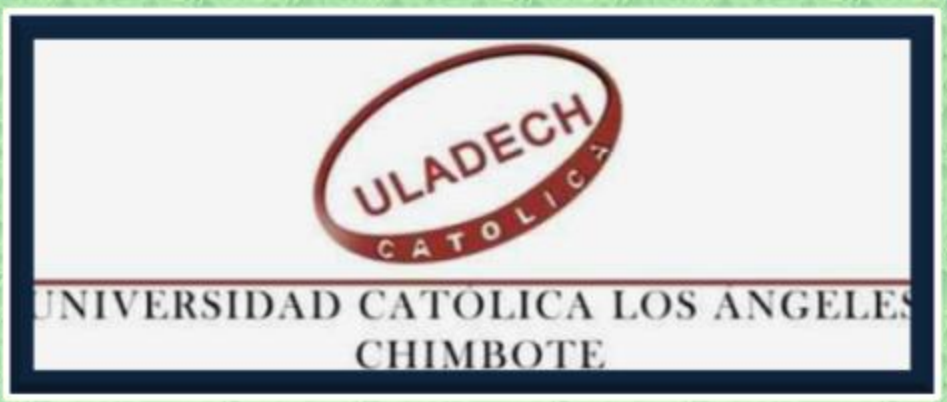


Tema: "Actividad de Extensión Universitaria (Planificación)"

Campaña de Orientación: "El consumidor ante la publicidad engañosa"

Nombres de Estudiantes:

- Ruth Cornejo Sojo
- Erika Santisteban Acosta
- Esthefany Bereche Carrasco
- Alberto Junior Montalbán Silva
- Arturo Lequernaque Pinedo
- Jonathan García Romero
- Fernando Sisniegas Guaylupo
- Juan Carlos Sosa Fiestas
- Michel Bayona Guerrero

Centro Uladech Católica: "Los Ángeles de Chimbote"

Asignatura: "Asuntos Consumidores" **Ciclo Académico:** III

Carrera Profesional: "Ingeniería de Sistemas"

Profesor tutor: Noé Rojas Cardoza **Fecha:** 2011-07-17

I.DATOS GENERALES:

1. **Facultad:** “Ingeniería de Sistemas
2. **Centro Uladech – Católica:** “Los Ángeles de Chimbote”
3. **Nombre de la asignatura:** Asuntos Consumidores
4. **Semestre académico:** II **Ciclo académico:** III
5. **Docente tutor:** Noé Rojas Cardoza
6. **Nombre del Estudiante:** Sosa Fiestas
7. **Fecha**: 2011-07-17

II. Resultados de la ejecución de la actividad de extensión universitaria

2.1.- Descripción de la ejecución:

La Ejecución para darle la realización, primeramente se dio mediante la planificación

2.1.1.- Actividades planificadas

En la planificación se dijo que el lugar a realizar la Actividad de Extensión Universitaria seria en El Pueblo de Monte sullon (**“SAGRADO CORAZON DE JESUS”)** su ubicación en (Jirón Comercio 193), pero a la hora de darse la charla, la mayoría de las personas incluyendo las madres no podían asistir ,pero aviándonos asegurado que si podían para ese día ,todo ya estaba acordado ,pero al final nos resulto una gran decepción ,la mayoría estaban trabajando y llegaban hasta la noche, si no era eso , otros estaban en su casa pero tampoco querían asistir a la charla ,como si el tema que íbamos a tratar no le importaba para nada , y lo que nosotros no olvidáramos es que a veces no sale lo que uno planifica , las personas que se acordó para la charla, día y la hora ,no asistieron ,al final nos dimos cuenta que por eso el País en donde estamos no avanza y uno ni siquiera pone un poquito de su parte ,era todo lo que le pedíamos a las madres.

2.1.2.- Actividades realizadas

Al ver todo lo que nos paso ,no nos rendimos y tubimos que buscar en el pueblo de Monte sullon otro vaso de leche ,pero gracias a Dios lo encontramos ,este vaso de leche queda ubicado en **Monte Sullon(Asentamiento Humano 17 de Setiembre)** , no tiene muchas madres solo lo conforman 14 ,las personas de ese lugar ,estubieron encantadas con darle la charla ,y lo mas importante que las madres nos dijeron algo que no olvidaremos jamas y que es una esperiencia que nunca lo debemos de cometer , las personas se comprometen en algo al final no lo cumplen dejando mal al pueblo y a ellos mismos,y ellos tuvieron toda la razon . Está charla se dio el dia **Viernes 15 de Julio de 2011 , a las 2:00pm,** tubimos que entregar los tripticos ,para que asi se familiarisen con el tema **"PUBLICIDAD ENGAÑOSA"**, tambien les explicarmos que no se pueden dejar engañar con siertos productos ,mas lo que les entregan en el **VASO DE LECHE** ,y lo primordial es que ellos tienen derechos y por lo cual las demas personas tiene que respetar y nadie puede pisotearlos ,ellos entendieron y no solamente eso , tubimos la participacion de ellas ,nos contaron que los productos que les entregan a las madres para el vaso de leche eran lacteos que a los niños no les gusta ,y tampoco les dan leche solo unas bolsas que supuestamente dice que tiene (quinua,avena,etc) pero quien sabe y hay niños que les cae mal ,ellos reclamaron pero como siempre no les isieron caso.Al final de darles toda la exposicion(explicación) de la publicidad engañosa, nos encanto mucho que entendieran y que calladas no asen nada en la vida ,hay que luchar ,para consegir lo que queremos , nos dijeron que ahora en adelante ya no mas engaño ,lucharan por sus hijos ya que es lo prmordial ya que ellos lo nesecitan ,y nos aconsejaron que asi como emos ido a donde ellos ,tambien lo agamos con mas personas ,pero que verdaderamente deseen y no lo tomen como un juego, agradecieron a la Universidad por inculcarnos en nuestra formacion profesional.

Fecha	Hora	Lugar	N° de participantes
Viernes 17 de Julio de 2011	**2:00 pm**	**Monte Sullon** **Asentamiento Humano(17 de Setiembre)**	**8 participantes**

2.2.- Adjunte los registros de asistencia señalados

- Encuesta al Grupo de Interés
- Encuesta al Estudiante
- Registro de Asistencia de los Participantes

Registro de Asistencia del Grupo de Interés

Registro de Asistencia del Estudiante

ENCUESTAS AL GRUPO DE INTERES

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTA
SIGNATURA DE ASUNTOS CONSUMIDORES

CUESTIONARIO

I.DATOS GENERALES:

1. NOMBRE Y APELLIDOS: Herlinda Vera Sullón

2. NOMBRE DE LA COMUNIDAD: Monte Sullón (17 de Setiembre)

II.DATOS ESPECÍFICOS:

1. La información que ha escuchado sobre la **Publicidad Engañosa** ya la conocían

   [ ] **SI** [X] **NO**

2. Como usted calificaría la exposición

   [X] **Buena** [ ] **Mala** [ ] **Regular**

3. Conocía sus derechos como consumidor

   [ ] **SI** [X] **No**

4. Ahora que ya saben que tienen derechos y que nadie puede pisotearlos, ayudarían a otras personas a no dejarse engañar, y lo primordial luchar para parar de una vez con este tipo de publicidad engañosa.

   [X] **SI** [ ] **NO**

5. La exposición dictada le ha sido de mucha ayuda para abrir los ojos de una vez, o al contrario no le ha sido de mucha ayuda.

   [X] [ ]

- En conclusión en la **Pregunta 1** el 37.5% de las madres si han escuchado sobre **Publicidad Engañosa, porque** nos dijeron que ellos mismos lo ven con este programa de vaso de leche, mientras que el 62.5% no han escuchado sobre la publicidad engañosa.

- En la **Pregunta 2** el 87.5% de las madres califican la exposición buena, porque ahora ellos nos dijeron que comprenden muchas cosas, mas de sus derechos que tienen, mientras que el 12.5% la consideran regular.

- En la **Pregunta 3** el 50% de las madres conocían sus derechos y por lo cual se les debe de respetar y cumplir, mientras que el otro 50% no conocía para nada sus derechos que tienen

.

- En la **Pregunta 4** el 100% dijeron que ahora que ya conocen sus derechos y que nadie puede pisotearlos, ellos si ayudarían encantadas a otras personas a no dejarse engañar, y lo primordial a luchar para parar de una vez con este tipo de publicidad engañosa.

- En la **Pregunta 5** el 100% de las madres dijeron que la exposición les ha sido d mucha ayuda para abrir de una vez los ojos

Para poder realizar la charla, primeramente tuvimos que pedir permiso a la presidenta, para que pueda abrir el local donde se realiza la entrega del vaso de leche (como vemos en la imagen el nombre se encuentra en la parte de arriba).

Encuesta al Estudiante

UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTE

ASIGNATURA DE ASUNTOS CONSUMIDORES

CUESTIONARIO

(Este cuestionario es confidencial y se debe llenar de acuerdo a que como expositor de la charla dictada trataste de cumplir con los objetivos planteados)

1. Te pareció que al explicar el tema de la Publicidad Engañosa trataste de que las madres tomen conciencia de este tema y parar de una vez

   [X] SI [ ] NO

2. Tuviste la participación de las madres en la charla dictada

   [X] SI [ ] NO

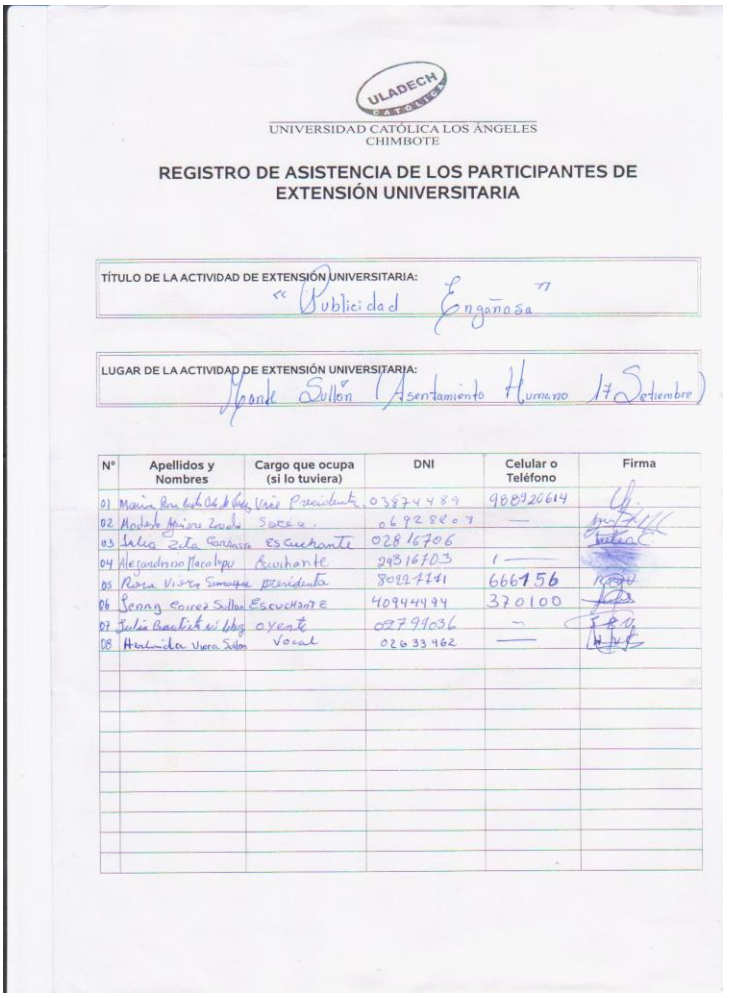
3. Lograste el objetivo que te propusiste para esta charla dictada

   [X] SI [ ] NO

4. Piensas tu como responsable de esta charla te sientes contento con los resultados obtenidos

   [X] SI [ ] NO

Registro de Asistencia de los Participantes



ULADECH CATÓLICA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

REGISTRO DE ASISTENCIA DE LOS PARTICIPANTES DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: « Publicidad Engañosa »

LUGAR DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: Jirón Sullon (Asentamiento Humano 17 Setiembre)

N°	Apellidos y Nombres	Cargo que ocupa (si lo tuviera)	DNI	Celular o Teléfono	Firma
01	[illegible]	Vice Presidenta	03874489	980920614	
02	[illegible]	Socia	06928607	—	
03	[illegible]	Escuchante	02816706		
04	[illegible]	Escuchante	24316703	—	
05	[illegible]	Presidenta	80274741	666156	
06	[illegible]	Escuchante	40944494	370100	
07	[illegible]	oyente	02799036	—	
08	[illegible]	Vocal	02633462	—	

En conclusión mediante la charla dictada, todos nosotros nos sentimos contentos y satisfechos porque las madres del vaso de leche comprendieron claramente sobre el tema planteado, y además tuvimos la participación de ellas, y gracias a la charla varias madres se prometieron a sí mismos tratar de reclamar hasta el final, esa es la una manera y no rendirse porque todos tenemos derechos.

En total los que participaron en la charla tan solo fueron 8 madres, porque las demás no se encontraban en su casa y otros estando tampoco fueron, pero gracias a esas 8 madres que si les intereso, tratamos de exponer el tema y sin querer todo salió bien, gracias a esta charla cada uno de nosotros se sintió muy importante, y pensamos que por lo menos cambiamos la forma de pensar de algunos.

Registro de Asistencia del Estudiante

ULADECH CATÓLICA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

REGISTRO DE ESTUDIANTES VINCULADOS A LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: "PUBLICIDAD ENGAÑOSA"

LUGAR DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)

CARRERA PROFESIONAL: Ingeniería de Sistemas CENTRO ULADECH: Los Ángeles de Chimbote

N°	APELLIDOS Y NOMBRES DEL ESTUDIANTE	ASIGNATURA	CICLO/ SEMESTRE	ETAPA DE LA ACTIVIDAD (diagnóstico, planificación, ejecución, informe)	LUGAR	TIPO DE PARTICIPACIÓN	FECHA	HORA DE INICIO	HORA FINAL	TOTAL DE TIEMPO	FIRMA
	CORNEJO SOTO RUTH ESTHER	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Expositor	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	
	MONTALBAN SILVA ALBERTO JUNIOR	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Expositor	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	
	Sequeiros Pinedo Arturo	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	
	Cristobal Acosta Erika	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	
	Dominguez Goycochea Fernando	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	

ULADECH CATÓLICA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

N°	APELLIDOS Y NOMBRES DEL ESTUDIANTE	ASIGNATURA	CICLO/ SEMESTRE	ETAPA DE LA ACTIVIDAD (diagnóstico, planificación, ejecución, informe)	LUGAR	TIPO DE PARTICIPACIÓN	FECHA	HORA DE INICIO	HORA FINAL	TOTAL DE TIEMPO	FIRMA
	Briseño Carranza Estefany	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	
	Sosa Fiestas Juan Carlos	Asuntos de Consumidores	II ciclo	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	(Expositor) Piccancial	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	
	Bayona Guerrero Michel	Asuntos de Consumidores	II ciclo	Ejecución	Monte Sullon	(Expositor) Principal	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	

TOTAL DE TIEMPO DEDICADO A LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA:

Este es el registro de los estudiantes, cada uno con sus respectivos cargos que tuvieron mediante la exposición o la charla dictada.

2.3.- Adjunte una foto que evidencie su participación en la ejecución de la actividad.

En esta foto salen cuando las madres empezaban a llegar, el local donde se encuentran es un colegio de inicial es pequeño, pero gracias a ese lugar pudimos dar la charla. Al leer sus trípticos empezaron entre ellos a comentar sobre el tema como vemos en la foto, cuando estábamos exponiendo, uno tras otro quería decir su opinión.

Estaban tan interesadas en este tema que cuando estábamos exponiendo una madre nos pidió que le expliquemos una parte de lo que decía el tríptico, (como sabemos en el Perú hay madres que todavía no saben leer) le ayudamos y entendió claramente, el tríptico y mas con la exposición que le dimos.

Después de la exposición tuvimos que pedirme a las madres que nos respondan una encuesta sobre cómo les pareció la exposición, si entendieron o no, y también entregar una asistencia que participaron.

Estas imágenes muestran el local donde se realizo la charla, como se observa el nombre del local 17 de setiembre., en la otra imagen muestra como empezamos con la exposición.

2.4 Evidencia del tríptico:

CAUSAS Y CONSECUENCIAS ANTE LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA

CAUSAS:

Convencen al público de que un gasto es necesario cuando antes se considera un lujo. La predisposición de usar y tirar demasiados productos. El derecho inadecuado de objetos que pueden ser reutilizados o reciclados ya sea por nosotros o por otros.

CONSECUENCIAS:

Familiar: Al caer en el consumo aumentamos nuestros gastos de forma innecesaria comprando cosas que pudiéramos evitar.

Personal: Diversas son menos saludables que las que no son .Ejemplo hacer un zumo de naranja en vez de comprar uno.

Todos debemos de ponerle un alto a tanta publicidad engañosa, de nosotros depende decir basta y luchar por nuestros derechos.

De nosotros depende a ser el cambio, por nuestros hijos, ellos no se merecen esos productos, sean la leche u otros productos, luchemos para cambiarlo.

ULADECH CATÓLICA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

ESCUELA INGENIERIA DE SISTEMAS

TEMA

PUBLICIDAD ENGAÑOSA

ALUMNOS DE LA ESCUELA DE INGENIERIA DE SISTEMAS-ULADECH-PIURA (III CICLO ACADEMICO)

PUBLICIDAD ENGAÑOSA:

Publicidad engañosa es todo aquel mensaje público que puede inducir a errores a sus destinatarios. La ley general de publicidad la define expresamente como:"la publicidad que de cualquier, incluida su presentación, incide o puede inducir a errores a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, perjudicar o ser capaz de un competidor. Es asimismo engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca error de los

Como hemos presenciado no es necesario para que la publicidad sea engañosa que el error efectivamente se produzca sino que basta con la inducción al error. La inducción al error se da desde el mismo momento en el que se pueda afectar, debido a presentación del mensaje, a la información trasmitida o a los datos en el mensaje.

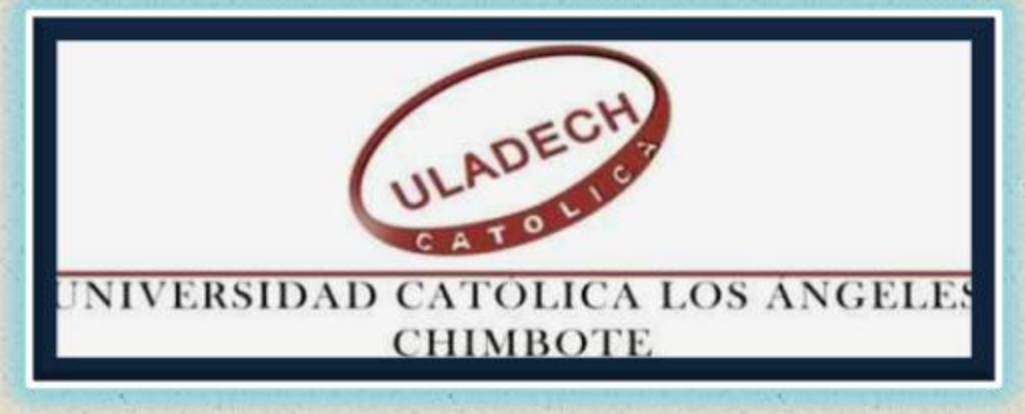
SER INFORMADOS:

Mientras más informado están ya no se dejaran estafar fisilmente sino que podrán darle un uso adecuado consumiendo cierto producto.

SER ECUCHADO:

No solo en el momento del reclamo. Cualquier duda, comentario o aporte que realice debe ser recibido por la empresa que lo tiene como cliente.

En conclusión de lo vivido en la charla, aprendieron ellos con la exposición y también nosotros, porque sin querer también cometíamos lo mismo, callándonos con la publicidad que nos dan .De nosotros depende hacer ese cambio, solo así detendremos tanto engaño a los seres humanos



Tema: "Actividad de Extensión Universitaria (Informe Final)"

Campaña de Orientación: "El consumidor ante la publicidad engañosa"

Nombres de Estudiantes:

- Ruth Cornejo Sojo
- Erika Santisteban Acosta
- Esthefany Bereche Carrasco
- Alberto Junior Montalbán Silva
- Arturo Lequernaque Pinedo
- Jonathan García Romero
- Fernando Sisniegas Guaylupo
- Juan Carlos Sosa Fiestas
- Michel Bayona Guerrero

Centro Uladech Católica: "Los Ángeles de Chimbote"

Asignatura: "Asuntos Consumidores" **Ciclo Académico:** III

Carrera Profesional: "Ingeniería de Sistemas"

Profesor tutor: Noé Rojas Cardoza **Fecha:** 2011-08-20

INTRODUCCION

Presentamos este trabajo de la **ACTIVIDAD DE EXTENCION UNIVERSITARIA,** todo relacionado a la recopilación de las actividades tanto en el diagnostico, planificación, ejecución, presentando así el trabajo final, sobre la charla dictada a las madres del vaso de leche **(PUBLICIDAD ENGAÑOSA)** en el pueblo de monte sullon (Asentamiento Humano 17 de setiembre)

ÁMBITO DE APLICACIÓN:

El lugar donde se desarrollo la charla de la Actividad de Extensión Universitaria fue en el **Pueblo de monte sullon (Asentamiento Humano 17 de setiembre),** entrevistamos a la presidente del vaso de leche (**Rosa Viera Sernaque**) para poder realizar esta actividad **(Publicidad engañosa),** y poder dictar la charla ,al final la presidenta estuvo encantada con lo que le propusimos y no solamente eso sino que le intereso el tema que íbamos a exponer y nos aconsejo que hay personas que sin quieren forman parte de este tipo de publicidad engañosa ,incluyéndose ella misma ,pero debemos de parar de una vez y tomar conciencia , y nos aconsejo algo que nunca olvidaremos como grupo ,a seguir dando charlas sobre este tema no solamente a ellos, sino a más personas que lo necesitan ,por falta de información ,solo así podrá cambiar el país en que vivimos ,y en parte depende de nosotros mismos .Esta charla se dio en un comedor ,donde también entregan el vaso de leche y se reúnen las madres en reuniones que tienen ,su dirección(17 de setiembre).

NÚMERO DE PARTICIPANTES:

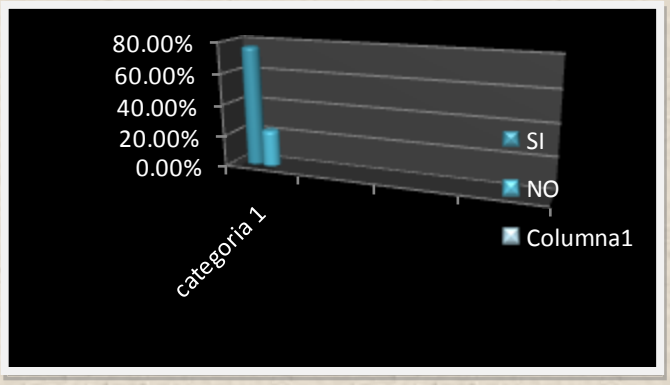
El número de las madres que participaron en la charla **(Publicidad Engañosa)**, por la cual recibieron el tríptico sobre el tema: **PUBLICIDAD ENGAÑOSA** fueron 8 madres.

RESULTADOS:

En el Diagnostico: Los resultados que se dieron en el diagnostico fue que nosotros analizamos mediante encuestas al pueblo de Monte Sullon (Asentamiento Humano 17 de setiembre) y nos dimos con la sorpresa que la mayoría no conocía sus derechos como consumidores que son y que nadie pude pisotearlos ,también nos dimos cuenta ,que la mayoría de ellos eran estafados con el producto o programa del **VASO DE LECHE** por ese motivo nos propusimos a dar la charla en ese lugar y parar de una vez, dejar de formar parte ellos con tan solo callar, y que estén informados para que nadie los pueda estafar mas y lo más importante que de nosotros depende .

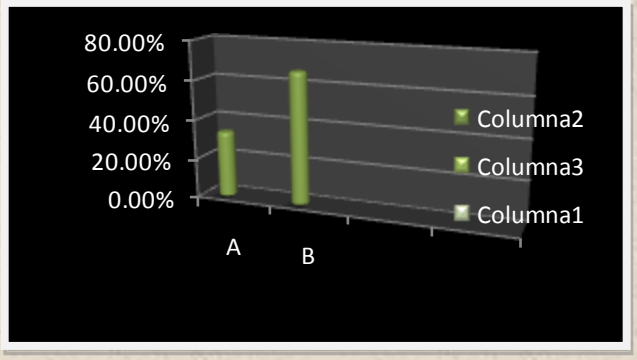
- Las encuestas que dimos a las madre del vaso de leche pudimos sacar estas conclusiones:

1. ¿Alguna vez te has sentido "burlado" al comprar un producto o servicio, ya que estabas motivado por su publicidad?

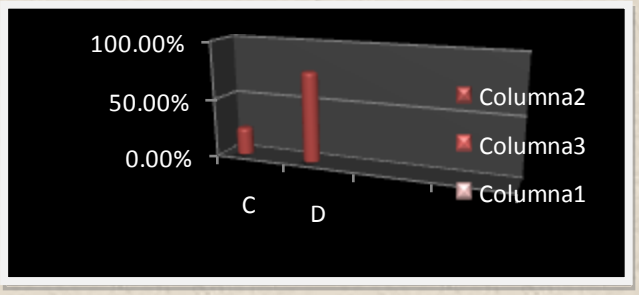


El **76.67%** de los encuestados consideran que se han sentido burlados al comprar un producto o servicio, como es el caso del vaso de leche en los productos envasados y también de la leche que han llegado en mal estado perjudicando a los niños, la publicidad engañan a las personas, pero no debe de ser así porque se supone que es un programa alimentario para niños que todavía están en su desarrollo, por eso es que su porcentaje es alto en esta pregunta, mientras que el **23.33%** consideran que no se han sentido burlados al comprar un producto o servicio.

. ¿Conoces tus derechos como consumidor? . ¿Sabes lo que es marketing?

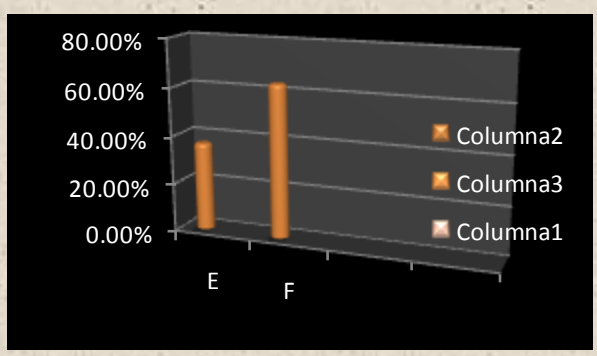


En este cuadro concluimos que el **33.33%** de los encuestados conoces sus derechos como consumidores y por lo cual se debe de respetar, mientras que el **66.67%** de los encuestados no conocen sus derechos como consumidores por lo mismo que no están informados ni asesorados.



En este cuadro concluimos que el **23.33%** de los encuestados saben que es Marketing, tienen una definición clara y precisa por lo que nos dijeron que vendría hacer un conjunto de actividades destinadas a lograr con beneficio la satisfacción como consumidor mediante un servicio, mientras que el **76.67%** no tienen una definición clara o un concomimiento sobre el Marketing

¿Te consideras un consumidor responsable



En este cuadro concluimos que el **36.67%** se consideran unos consumidores responsables, mientras que el **63.33%** no se consideran consumidores responsables.

- Al dar estas encuentras y sacando nuestras conclusiones nos vimos en la preocupación que necesitaban ser orientados y darles una charla a las madres del vaso de leche para que nunca más sean estafados y hacer valer sus derechos y no convertirse en uno de ellos.

Planificación: Nosotros planificamos como iba hacer nuestra charla ,primeramente teníamos que entrevistarnos con la encargada del vaso de leche **(PRESIDENTA)** y explicarle cuán importante es esta charla para las madres del vaso de leche ,que hoy en día se ve mucha publicidad engañosa perjudicando mas a los niños, y lo más triste es convirtiéndonos en uno de ellos ,también planificamos el día y la hora para dar esta charla y todos los instrumentos necesarios para que las madres estén atentas y contentas con la charla dada y que puedan entender lo que nosotros queremos llegar.

Ejecución: Todo lo que nosotros planificamos tuvimos que ponerlo en marcha, primeramente una vez estando en el pueblo de monte sullon tuvimos que tener una conversación con la encargada del vaso de **leche (PRESIDENTA:ROSA VIERA SERNAQUE)** y le explicamos cuán importante era esta charla para las madres del vaso de leche ,que entiendan que ser consumidor es tener derechos por los cuales se deben de cumplir ,y dejar o parar de una vez con tanta publicidad engañosa que al final nosotros mismos nos convertimos en uno de ellos ,la presidenta entendió todo lo que le explicamos ,y sé quedo asombrada y agradeció a nuestra **UNIVERSIDAD "LOS ANGELES DE CHIMBOTE"** porque a los jóvenes de hoy en día les enseñan a no ser estafados y a no dejarse estafar y a reclamar por lo que es justo ,y llevar estos conocimientos a personas que lo necesitan, la charla se dio el día viernes 17 de julio de 2011 a las 2:00pm**(Asentamiento Humano 17 de setiembre)MONTE SULLON** terminando a las 3:30pm,las 8 madres recibieron su tríptico sobre el tema ,y se dio la charla como lo planificamos ,tuvimos la participación de las madres, nos contaron sobre programa de **VASO DE LECHE** que es una estafa con los productos lácteos que le dan para sus niños ,y ya se han cansado de reclamar pero no les asen caso y han renunciado a seguir reclamando, pero gracias a la charla que dimos varios entendieron que tiene que valer sus derechos y a nunca más ser estafados y a no convertirse en uno de ellos ,todo lo que expusimos ellos entendieron ,al final de la charla ,tanto nosotros como ellas estuvimos contentos por los objetivos y por lo que nos propusimos.

Informe final: Todo lo que nos propusimos salió bien gracias a Dios aunque tuvimos dificultades pero se pudo superar ,tuvimos la participación de las madres ,le explicamos este tema y ellas entendieron muy bien y no estuvieron de acuerdo con la publicidad engañosa ,porque en si perjudica a todos ,asiendo creer que es un producto bueno y al final no lo es como es el caso del VASO DE LECHE, al final le agradecimos por su atención por el tiempo que nos dedicaron ,y les aconsejamos a decir VASTA con tanta publicidad engañosa, como consumidores tenemos derechos y por lo cual se nos deben de cumplir ,tratar de luchar por lo que reclamemos ,y nunca rendirnos ,de nosotros depende cambiar el país que hoy en día vivimos ,que es una triste realidad como la publicidad avanza y nadie hace nada para detenerla

LECCIONES APRENDIDAS:

- Como estudiante tuve muchas lecciones aprendidas primeramente tuvimos un poco de temor en darles la charla a las madres del vaso de leche ,en estar adelante y tu tener el mando parecía que no era fácil ,pero cuando ya le agarras el hilo ,al final uno se siente sumamente importante y feliz por lo que día a día estas aprendiendo mas de las experiencia que tenemos ,la madres de vaso de leche estuvieron contentas con la charla que dimos ,supimos que ellas comprendieron por sus participaciones que tuvimos y también por lo que nos contaron la triste realidad **del VASO DE LECHE**, que formaría parte de la **PUBLICIDAD ENGAÑOSA** ,al final la presidenta nos agradeció por dar la charla porque aunque no parecía ellas han aprendido mucho de esta charla, cosas que ni siquiera entendían pero que ahora ya entienden ,y eso nos puso más contentos con lo que logramos, gracias a la **UNIVERSIDAD** que en parte nos da esta oportunidad de salir a la sociedad y ayudar a las personas ,asiendo entender de miles de cosas que no saben.

DIFICULTADES:

- Bueno a nosotros si se nos ha presentado muchas dificultades para realizar la charla ,nuestro objetivo era dar la charla en el pueblo **de MONTE SULLON(SAGRADO CORAZON DE JESUS) VASO DE LECHE**, pero tuvimos muchos inconvenientes ,primeramente porque cuando estuvimos en el pueblo de monte sullon acordamos con la presidenta del vaso de leche que día las madres se encuentran desocupadas ,ella nos dio el día y la hora, entonces nosotros acordamos todo con la presidenta pero al final, nos decepcionaron ,nos dijeron que disculpe que ha salido por trabajo y todas las madres no se encontraban en su casa y no se podía realizar la charla, le pedimos otro día pero tampoco se podía, al final nos dio puro pretextos ,y tuvimos que buscar otro vaso de leche ,por lo cual la charla se dio en **MONTE SULLON(ASENTAMIENTO HMANDO 17 DE SETIEMBRE)** ,en donde nos abrieron sus puertas y pudimos

Dar la charla gracias a Dios salió mucho mejor de lo que nosotros ni siquiera nos hubiéramos imaginado.

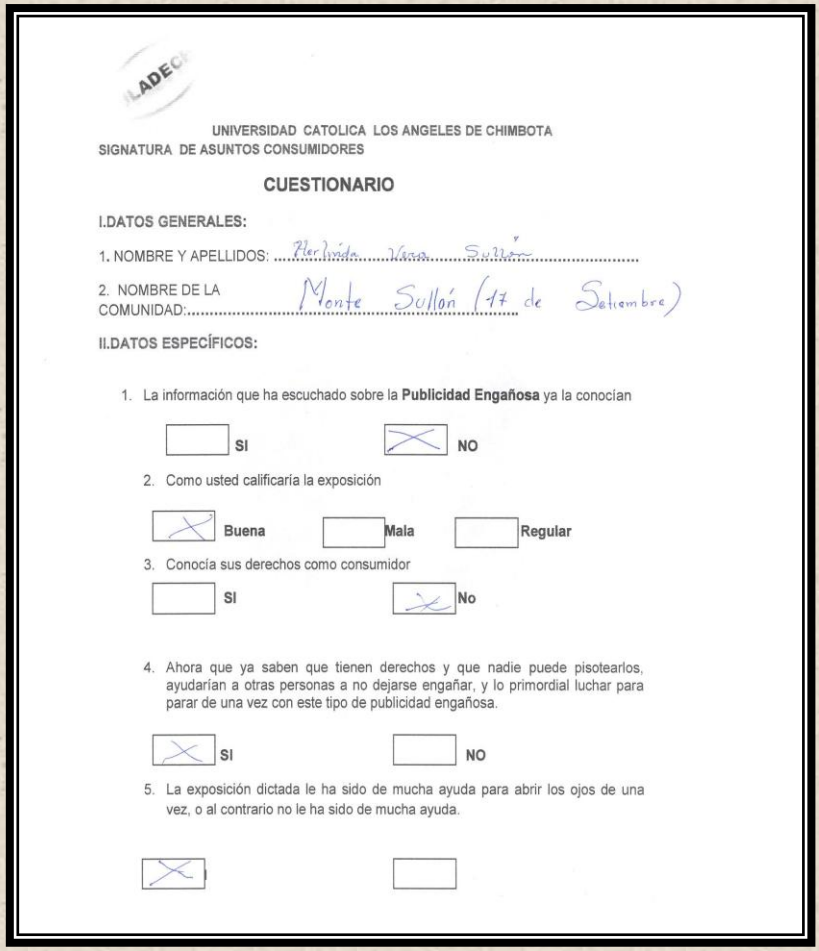
SUGERENCIAS:

Una de las sugerencias es que haiga mas coordinación en grupo, unión, creemos que si hubiéramos hecho más esas dos cosas todo hubiera salido mucho mejor, pero gracias a Dios todo salió bien.

ANEXO:

- Encuesta al Grupo de Interés
- Registro de Asistencia de los Participantes
- Registro de Asistencia del Grupo de Interés
- Registro de Asistencia del Estudiante

ENCUESTAS AL GRUPO DE INTERES



UNIVERSIDAD CATOLICA LOS ANGELES DE CHIMBOTA
SIGNATURA DE ASUNTOS CONSUMIDORES

CUESTIONARIO

I.DATOS GENERALES:

1. NOMBRE Y APELLIDOS: Herlinda Vara Sullon

2. NOMBRE DE LA COMUNIDAD: Monte Sullón (17 de Setiembre)

II.DATOS ESPECÍFICOS:

1. La información que ha escuchado sobre la **Publicidad Engañosa** ya la conocían

   [ ] SI [X] NO

2. Como usted calificaría la exposición

   [X] Buena [ ] Mala [ ] Regular

3. Conocía sus derechos como consumidor

   [ ] SI [X] No

4. Ahora que ya saben que tienen derechos y que nadie puede pisotearlos, ayudarían a otras personas a no dejarse engañar, y lo primordial luchar para parar de una vez con este tipo de publicidad engañosa.

   [X] SI [ ] NO

5. La exposición dictada le ha sido de mucha ayuda para abrir los ojos de una vez, o al contrario no le ha sido de mucha ayuda.

   [X] [ ]

- En conclusión en la **Pregunta 1** el 37.5% de las madres si han escuchado sobre **Publicidad Engañosa, porque** nos dijeron que ellos mismos lo ven con este programa de vaso de leche, mientras que el 62.5% no han escuchado sobre la publicidad engañosa.

- En la **Pregunta 2** el 87.5% de las madres califican la exposición buena, porque ahora ellos nos dijeron que comprenden muchas cosas, mas de sus derechos que tienen, mientras que el 12.5% la consideran regular.

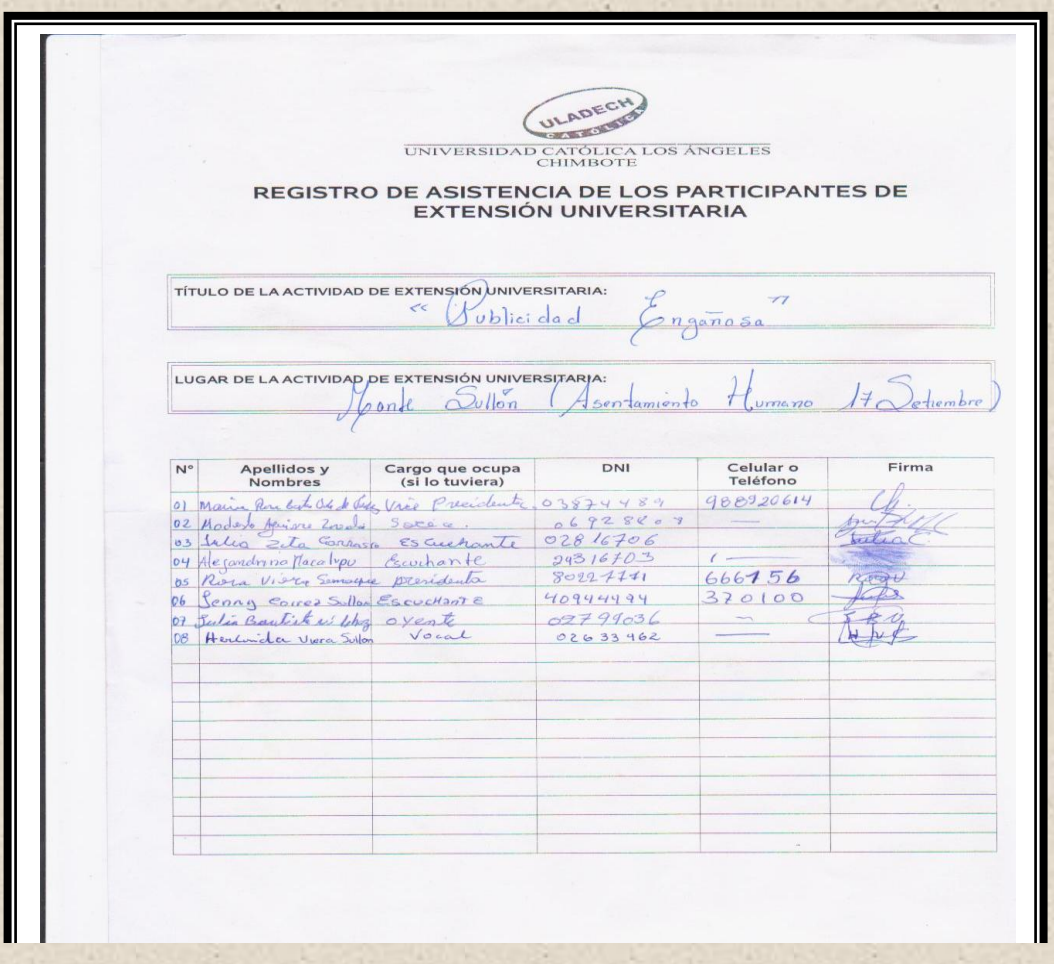
- En la **Pregunta 3** el 50% de las madres conocían sus derechos y por lo cual se les debe de respetar y cumplir, mientras que el otro 50% no conocía para nada sus derechos que tienen

.

- En la **Pregunta 4** el 100% dijeron que ahora que ya conocen sus derechos y que nadie puede pisotearlos, ellos si ayudarían encantadas a otras personas a no dejarse engañar, y lo primordial a luchar para parar de una vez con este tipo de publicidad engañosa.

- En la **Pregunta 5** el 100% de las madres dijeron que la exposición les ha sido d mucha ayuda para abrir de una vez los ojos

Registro de Asistencia de los Participantes



ULADECH CATÓLICA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES
CHIMBOTE

REGISTRO DE ASISTENCIA DE LOS PARTICIPANTES DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: "Publicidad Engañosa"

LUGAR DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)

N°	Apellidos y Nombres	Cargo que ocupa (si lo tuviera)	DNI	Celular o Teléfono	Firma
01	Maria Rosa Castro Ortiz de Vivas	Vice Presidenta	03874489	988920614	[illegible]
02	Modesto Aguirre Zavala	Socio	06928808	—	[illegible]
03	Julia Zita Carrasco	Escuchante	02816706		[illegible]
04	Alejandrina Macalupu	Escuchante	29316703	—	[illegible]
05	Rosa Viera Semoque	presidenta	80227771	666156	[illegible]
06	Jenny Correa Sullon	Escuchante	40944494	370100	[illegible]
07	Julia Bautista Villalobos	oyente	02799036	—	[illegible]
08	Herlinda Viera Sullon	Vocal	02633462	—	[illegible]

En conclusión mediante la charla dictada, todos nosotros nos sentimos contentos y satisfechos porque las madres del vaso de leche comprendieron claramente sobre el tema planteado, y además tuvimos la participación de ellas, y gracias a la charla varias madres se prometieron a sí mismos tratar de reclamar hasta el final, esa es la una manera y no rendirse porque todos tenemos derechos.

En total los que participaron en la charla tan solo fueron 8 madres, porque las demás no se encontraban en su casa y otros estando tampoco fueron, pero gracias a esas 8 madres que si les intereso, tratamos de exponer el tema y sin querer todo salió bien, gracias a esta charla cada uno de nosotros se sintió muy importante, y pensamos que por lo menos cambiamos la forma de pensar de algunos.

Registro de Asistencia del Estudiante

ULADECH CATÓLICA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

REGISTRO DE ESTUDIANTES VINCULADOS A LA EXTENSIÓN UNIVERSITARIA

TÍTULO DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: " PUBLICIDAD ENGAÑOSA "

LUGAR DE LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA: Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)

CARRERA PROFESIONAL: Ingeniería de Sistemas CENTRO ULADECH: Los Ángeles de Chimbote

N°	APELLIDOS Y NOMBRES DEL ESTUDIANTE	ASIGNATURA	CICLO/ SEMESTRE	ETAPA DE LA ACTIVIDAD (diagnóstico, planificación, ejecución, informe)	LUGAR	TIPO DE PARTICIPACIÓN	FECHA	HORA DE INICIO	HORA FINAL	TOTAL DE TIEMPO	FIRMA
	CORNEJO SOJO RUTH ESTHER	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setimbre)	Expositor	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minut	Ruth Cornejo
	MONTALBAN SILVA ALBERTO JUNIOR	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Expositor	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minutos	
	Soquerinaque Pinedo Arturo	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00pm	2:40 pm	40 minutos	
	Santisteban Acosta Erika	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00 pm	2:40pm	40minutos	
	Sismiegas Guaylupo Fernando	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00pm	2:40 pm	40 minutos	

ULADECH CATÓLICA

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES CHIMBOTE

N°	APELLIDOS Y NOMBRES DEL ESTUDIANTE	ASIGNATURA	CICLO/ SEMESTRE	ETAPA DE LA ACTIVIDAD (diagnóstico, planificación, ejecución, informe)	LUGAR	TIPO DE PARTICIPACIÓN	FECHA	HORA DE INICIO	HORA FINAL	TOTAL DE TIEMPO	FIRMA
	Pinedo Romero Stefany	Asuntos Consumidores	III	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	Ayudante	15/07/2011	2:00 pm	2:40 pm	40minut	
	Sosa Fiestas Juan Carlos	Asuntos de Consumidores	II ciclo	Ejecución	Monte Sullón (Asentamiento Humano 17 Setiembre)	(Expositor) Presencial	15/07/2011	2:00 pm	2:40pm	40minutos	
	BAYONA GUERRERO MICHEL	ASUNTOS DE CONSUMIDORES	II ciclo	EJECUCIÓN	Monte Sullon	(Expositor) Principal	15/07/2011	2:00 pm	2:40pm	40minutos	

TOTAL DE TIEMPO DEDICADO A LA ACTIVIDAD DE EXTENSIÓN UNIVERSITARIA:

Adjunte las fotos y/o video de la ejecución de la actividad

Estas imágenes muestran el comedor donde se realizo la charla, y la participación de las madres.

RECIEN LLEGANDO AL COMEDOR A DAR LA CHARLA EN MI MOTO, AUNQUE NO SALGO EN LA EXPOSICION, YO FUI UNO DE ELLOS QUE EXPUSO EL TEMA "PUBLICIDAD ENGAÑOSA"

CAUSAS Y CONSECUENCIAS ANTE LA PUBLICIDAD ENGAÑOSA

CAUSAS:

Convencen al público de que un gasto es necesario cuando antes se considera un lujo. La predisposición de usar y tirar demasiados productos. El derecho inadecuado de objetos que pueden ser reutilizados o reciclados ya sea por nosotros o por otros.

CONSECUENCIAS:

Familiar: Al caer en el consumo aumentamos nuestros gastos de forma innecesaria comprando cosas que pudiéramos evitar.

Personal: Diversas son menos saludables que las que no son .Ejemplo hacer un zumo de naranja en vez de comprar uno.

Todos debemos de ponerle un alto a tanta publicidad engañosa, de nosotros depende decir basta y luchar por nuestros derechos

De nosotros depende a ser el cambio, por nuestros hijos, ellos no se merecen esos productos, sean la leche u otros productos, luchemos para cambiarlo.

ESCUELA INGENIERIA DE SISTEMAS

TEMA

PUBLICIDAD ENGAÑOSA

ALUMNOS DE LA ESCUELA DE INGENIERIA DE SISTEMAS-ULADECH-PIURA (III CICLO ACADEMICO)

PUBLICIDAD ENGAÑOSA:

Publicidad engañosa es todo aquel mensaje público que puede inducir a errores a sus destinatarios. La ley general de publicidad la define expresamente como:"la publicidad que de cualquier, incluida su presentación, incide o puede inducir a errores a sus destinatarios, pudiendo afectar a su comportamiento económico, perjudicar o ser capaz de un competidor. Es asimismo engañosa la publicidad que silencia datos fundamentales de los bienes, actividades o servicios cuando dicha omisión induzca error de los destinatarios.

Como hemos presenciado no es necesario para que la publicidad sea engañosa que el error efectivamente se produzca sino que basta con la inducción al error. La inducción al error se da desde el mismo momento en el que se pueda afectar, debido a presentación del mensaje, a la información trasmitida o a los datos en el mensaje.

SER INFORMADOS:

Mientras más informado están ya no se dejaran estafar fisilmente sino que podrán darle un uso adecuado consumiendo cierto producto.

SER ECUCHADO:

No solo en el momento del reclamo. Cualquier duda, comentario o aporte que realice debe ser recibido por la empresa que lo tiene como cliente.