

CONCURSO ESCOLAR 2011-2012  
**Consumópolis7**  
*La publicidad: ¿compras o te compran?*

Instrucciones generales

## 1. INTRODUCCIÓN

---

El **concurso escolar 2011- 2012 La publicidad: ¿compras o te compran?** está organizado por el Instituto Nacional del Consumo y las comunidades autónomas de Andalucía, Aragón, Illes Balears, Canarias, Cantabria, Castilla-La Mancha, Comunidad de Castilla y León, Cataluña, Extremadura, Galicia, La Rioja, Comunidad de Madrid, Región de Murcia, Comunidad Foral de Navarra, País Vasco, Comunitat Valenciana y la Ciudad de Melilla.

Las actividades del concurso se desarrollarán a través de la **plataforma informativa de Consumópolis**, cuya dirección es [www.consumopolis.es](http://www.consumopolis.es), en la que se puede seleccionar la lengua que se desee para participar en el concurso, de entre las lenguas oficiales del Estado (castellano/català /galego/euskera/valencià).

## 2. ACCESO AL CONCURSO ESCOLAR

---

En la **página principal** se encuentran dos accesos llamados **Concurso Escolar**, cualquiera de ellos es válido. Antes de entrar al concurso, el sistema le ofrece la selección de lenguas. El acceso a la zona de **concurso escolar Consumópolis7** será posible a partir del 4/10/2011. En este documento se detallan las instrucciones para la correcta utilización del portal como soporte para el desarrollo del concurso.

## 3. PÁGINA DEL CONCURSO ESCOLAR CONSUMÓPOLIS7

---

La página principal del concurso escolar recoge las siguientes secciones:

### 3.1. BASES

(Accesible a partir del 4/10/2011)

Desde aquí se tiene acceso a los siguientes documentos:

- BASES NACIONALES DEL CONCURSO ESCOLAR 2011-2012 **CONSUMÓPOLIS7**, que regulan la participación, la convocatoria y la concesión de los premios.
- BASES AUTONÓMICAS DEL CONCURSO ESCOLAR 2011-2012 **CONSUMÓPOLIS7**, que regulan la participación en su ámbito territorial y la convocatoria de los premios autonómicos en aquellas comunidades autónomas que así lo requieran.

\*Importante: No es necesaria la publicación de la Bases Autonómicas para proceder al registro de los equipos ni para realizar las dos actividades del concurso. En caso de que las Bases Autonómicas se retrasen o no se publiquen, rigen las Bases Nacionales y las presentes Instrucciones de participación.



### 3.2. INSTRUCCIONES GENERALES

(Accesible a partir del 4/10/2011)

Es el presente documento, que recoge de manera detalla cada uno de los aspectos del juego-concurso.

### 3.3. DIRECCIONES DE LOS ORGANIZADORES (INC y CC. AA.).

(Accesible a partir del 4/10/2011)

Este botón abre un documento en formato pdf que recoge las direcciones y teléfonos del Instituto Nacional del Consumo y de todos los organismos competentes en materia de consumo de las comunidades autónomas organizadoras del **concurso**.

### 3.4. CONTACTO

(Accesible a partir del 4/10/2011)

Correo electrónico de la administración del concurso ([ayuda@consumopolis.es](mailto:ayuda@consumopolis.es)) para resolver dudas e incidencias que surjan durante el desarrollo del juego y para informar sobre diversos aspectos del concurso.

### 3.5. DEMO

(Accesible a partir del 4/10/2011)

Permite a los usuarios que no estén registrados el acceso como invitados a un tablero de juego similar a la **ciudad de la edición de Consumópolis7**, pero en el que las preguntas y los juegos se corresponden con los de concursos **Consumópolis** de años anteriores.

Aunque no hace falta registrarse, hay que tener en cuenta dos aspectos importantes:

- Los puntos que se consigan no se registran y, por tanto, no se guardan para otras sesiones
- No se puede acceder a la sala de juegos.

### 3.6. PERSONAJE ANIMADO DE CONSUMÓPOLIS

(Accesible a partir del 4/10/2011)

Animación de un personaje de **Consumópolis** que podrá ser descargado por cada concursante en su ordenador. El personaje aparecerá en la pantalla, y ejecutará una serie de animaciones (gestos, efectos sonoros, etc.) que tiene programadas.

### 3.7. REGISTRO

(Accesible desde el 10/10/2011 al 05/12/2011)

Cada equipo registrado en el **concurso escolar Consumópolis7** estará compuesto por cinco jóvenes matriculados en cursos de un mismo nivel de participación y estará coordinado por un docente del colegio.

El registro de los equipos tiene que realizarlo el docente coordinador, desde la pantalla a la que se accede a través del botón **Registro**. Además de los datos personales y profesionales, deberá introducir una contraseña personal. En el registro también deberá quedar perfectamente identificado el centro educativo.

Un mismo docente podrá coordinar a más de un equipo, con independencia del nivel de participación, y deberá expresamente declarar que conoce y acata las bases reguladoras del concurso.

En la página de registro el docente deberá identificar el **centro educativo** (listado de los colegios con su código postal introducido), su **nombre** y **apellidos** y su **contraseña**.

En esta página quedan registrados, además de los datos identificativos de los concursantes, los siguientes datos:

- Nombre del equipo.
- Contraseña del equipo.
- Un *nick* por cada uno de los cinco componentes del equipo.



- Una contraseña por cada uno de los cinco componentes, que será creada personalmente por cada alumno la primera vez que acceda a la ciudad.

Para los nombres de los equipos, contraseñas o *nicks* no podrán utilizarse palabras malsonantes, insultos, ni términos ofensivos, lo que conllevaría la inmediata eliminación del equipo.

El conocimiento y acatamiento de las bases reguladoras del concurso deberá ser confirmado expresamente por cada uno de los concursantes.

El docente coordinador recibirá una comunicación al correo electrónico que haya registrado, con la confirmación de la inscripción del equipo, en la que se especificarán todos los datos de concursantes, centro educativo y coordinador, y deberá confirmar los datos del equipo por esta misma vía.

**\*IMPORTANTE:** El equipo no podrá empezar a jugar hasta que este correo electrónico no esté validado.

Una vez validado el correo de confirmación de la inscripción del equipo, sus integrantes podrán, previa identificación, empezar a participar en la primera fase del **concurso** desde la página de la **ciudad de Consumópolis**.

### 3.8. ACCESO COORDINADORES

(Accesible a partir del 10/10/2011)

Desde aquí, los coordinadores pueden consultar los datos completos de sus equipos, así como información sobre la participación en **Consumópolis** de cada uno de ellos. Para ello deberá introducir la dirección de correo electrónico y la contraseña personal que haya establecido previamente en el registro.

### 3.9. FICHAS PEDAGÓGICAS

(Accesible a partir del 24/10/2011)

Contiene las fichas pedagógicas que servirán de apoyo a los concursantes para responder a las preguntas del concurso. Están presentadas en formato pdf, y se pueden consultar *on-line* o descargar para su posterior impresión.

Todas las fichas que se han elaborado en las ediciones anteriores de **Consumópolis** se encuentran agrupadas y actualizadas. Además este año se han creado cinco nuevas fichas que amplían información sobre diversos aspectos de la publicidad, principal tema de este año. Se dispone de un buscador de palabras claves para obtener información sobre ellas.

### 3.10. CIUDAD DE CONSUMÓPOLIS

(Accesible desde el 24/10/2011 al 14/01/2012)

Se accede a la **ciudad de Consumópolis** de forma individual, como concursante registrado.

- Si entra por primera vez, debe:
  1. Introducir la clave de su equipo.
  2. Introducir su *nick*.
  3. Crear una contraseña personal, que queda incorporada al registro.
  4. Confirmar su contraseña.
  5. Configurar su personaje.
- Si ya ha entrado alguna vez, debe:
  1. Introducir su *nick*.
  2. Introducir su contraseña personal.

Una vez identificado, el concursante accede a una pantalla donde se encuentran los accesos al tablero del juego **Consumópolis7** y a las herramientas del concurso que se detallan en el **apartado 4**.

### 3.11. CLASIFICACIÓN

(Accesible a partir del 16/01/2012)

Incluye el orden de clasificación con la puntuación final de los equipos, a nivel nacional y por comunidad autónoma, ordenados de mayor a menor puntuación.

En estos listados se reflejarán los siguientes datos de los equipos:



- Nombre.
- Puntos obtenidos en la parte pedagógica.
- Respuestas erróneas.
- Puntos obtenidos en la parte lúdica.
- Puntos extra del **Banco de Puntos**.
- Puntos totales.
- Número de la casilla hasta la que ha llegado cada jugador.

### 3.12. CARTELES PUBLICITARIOS

(Accesible desde el 24/10/2011 al 28/02/2012)

Para poder acceder, los profesores y concursantes deberán identificarse con su *nick* y contraseña.

#### 3.12.1. AYUDA: Instrucciones / Guía práctica / Para saber más

(Accesible desde el 24/10/2010 al 28/02/2011)

Este primer apartado facilita la información necesaria para que todos los equipos sepan en detalle cómo realizar su cartel. Es imprescindible leer el documento **Instrucciones** para una correcta realización del cartel. Los carteles que no sigan estas instrucciones serán excluidos del concurso. En el **apartado 6** también se detallan las instrucciones para el correcto desarrollo de esta actividad.

Los documentos **Guía práctica** y **Para saber más** son recomendables para una mejor ejecución de esta segunda fase.

Los carteles no podrán incluir publicidad ni marcas de productos o servicios. Tampoco reflejarán imágenes o contenidos sexistas, racistas o cualquier otro contrario a los valores de la escuela actual.

#### 3.12.2. SUBIR NUESTRO CARTEL

(Accesible desde el 24/10/2010 al 28/02/2011)

A través de este acceso los profesores coordinadores de cada grupo deberán subir la fotografía de su cartel.

**El profesor solo podrá realizar la subida de los carteles en cuyos equipos los cinco concursantes hayan completado el recorrido.** Si alguno de los integrantes del equipo no reúne las condiciones, aparecerá en la pantalla el siguiente mensaje: *«Lo sentimos, pero el/los siguiente/s integrante/s de tu equipo (nicks) todavía no ha/n completado el recorrido, por lo que aún no puedes acceder».*

#### 3.11.3. EXPOSICIÓN DE CARTELES

(Accesible a partir del 15/03/2012)

Todos los carteles se expondrán en este espacio, que podrá ser visitado por concursantes y docentes coordinadores.

Se implantará un sistema de votación para valorar los carteles. El plazo para votar finalizará el 13 de abril de 2012. Estas votaciones **no tendrán ningún valor** a efectos de la concesión de los premios del concurso estipulados en las **Bases**.

Se podrá realizar la búsqueda de carteles siguiendo varios criterios:

- Ciclo escolar
- Comunidad Autónoma
- Nombre del equipo, etc.



## 4. PÁGINA DE LA CIUDAD DE CONSUMÓPOLIS

---

(Accesible desde el 24/10/2011 al 14/01/2012)

Solo se podrá entrar en esta página en la forma prevista en el punto **3.10**.

Una vez identificado el concursante, se accede a una pantalla en la que se encuentra el tablero del juego **Consumópolis7**, que permitirá desarrollar la primera actividad del concurso, y a las **herramientas**.

### 4.1. HERRAMIENTAS

Las herramientas que se han puesto a disposición de los **concursantes** para facilitar y hacer más amena su participación en esta primera parte del **concurso escolar Consumópolis7** son las siguientes:

#### 4.1.1. VESTIDOR

Cada concursante tiene que configurar un personaje, que estará presente durante su participación en las actividades del concurso y en la clasificación, así como su *nick* y los de los otros miembros del grupo, con las siguientes opciones de personalización:

- Chico-chica.
- Expresión de la cara.
- Paleta de colores para la piel de los personajes.
- Diferentes tipos de pelo/paleta de colores de pelo.
- Complementos para la cabeza.
- Prendas para las partes superior e inferior para chicos y chicas.
- Diferentes decorados para ubicar el personaje: playa, montaña, ciudad, oficina, etc.
- Accesorios: animal, monopatín, pelota, etc.

#### 4.1.2. FICHAS PEDAGÓGICAS

Las mismas a las que se accede desde la página principal.

#### 4.1.3. PUNTUACIÓN

Indica la puntuación del concursante y del equipo.

#### 4.1.4. AYUDA

Este botón abre un documento en formato pdf que se ofrece como una ayuda rápida ya que incluye una relación de las preguntas más frecuentes y las correspondientes respuestas sobre diversos aspectos del Concurso.

#### 4.1.5. SALA DE JUEGOS

Acceso directo a los juegos lúdicos puntuables en la **primera actividad del concurso**, con el objeto de intentar mejorar las puntuaciones obtenidas al realizar el recorrido por la **ciudad de Consumópolis**. Por tanto, para que un juego esté operativo, el jugador debe haber entrado y jugado previamente desde la casilla correspondiente en el recorrido.

Cada concursante podrá jugar tantas veces como desee, pero sólo puede mejorar su puntuación durante las cinco primeras partidas de cada juego.

A partir del 04/10/2011 los concursantes e invitados podrán participar en estos juegos del concurso desde la sala de juegos que se encuentra en la **página de inicio del portal Consumópolis**, pero la puntuación que obtengan en ellos NO tendrá validez a efectos de la clasificación del equipo en **Consumópolis7**.

### 4.2. TABLERO DEL JUEGO CONSUMÓPOLIS7

El diseño de la **ciudad de Consumópolis** está adaptado para su utilización como tablero virtual de juego, con 35 casillas, en el que los concursantes podrán desplazarse casilla a casilla siguiendo un orden predeterminado.

El objetivo del juego es completar el recorrido por la **ciudad de Consumópolis**, para lo que hay que responder correctamente a **25 preguntas**, jugar a **5 juegos** distintos y conseguir **5 pistas** que ayuden



al equipo a resolver las pruebas relacionadas con el CONSUMO RESPONSABLE que se les plantearán en la **5 visitas al Banco de Puntos**.

Las casillas que conforman el tablero son de tres tipos:

#### **Casillas preguntas**

En ellas el concursante deberá responder a una pregunta relacionada con el CONSUMO RESPONSABLE. Cada jugador deberá responder un total de 25 preguntas, una por cada casilla. De estas, las casillas 2, 6, 11, 15, 19, 23, 27 y 32, abrirán un escenario 2D (la casa, el colegio, la calle, el centro comercial). Estos escenarios contendrán un elemento activo en donde se formulará la pregunta. Este elemento es pequeño y se encuentra escondido, por lo que el concursante debe encontrarlo. Como ayuda, al pasar por encima de algunos otros elementos, se abren textos con pistas para su localización.

Como el acceso a cada escenario tendrá lugar dos veces desde dos casillas distintas, el elemento activo será distinto dependiendo de la casilla.

Cada concursante tiene hasta dos intentos para responder a la pregunta. Si no responde correctamente al segundo intento, podrá continuar con el recorrido sin obtener puntuación alguna.

#### **Casillas juego**

Son cinco casillas (números 7, 14, 21, 28 y 35) desde las que el concursante se trasladará directamente a la sala de juegos, en las que ha de completar obligatoriamente **al menos una partida** con el juego que corresponda a cada casilla.

Desde ese momento, tendrá la posibilidad de acceder directamente a ese juego desde la sala de juegos de la **ciudad de Consumópolis** para mejorar su puntuación. Podrá jugar tantas veces como desee, pero puede mejorar su puntuación un máximo de cinco veces.

#### **Casillas pistas: Banco de Puntos**

En las casillas 3, 10, 17, 24 y 31, cada miembro del equipo conseguirá cinco pistas, una por cada casilla, que necesitará para resolver las cinco pruebas que se le propondrán en las cinco visitas que deberá realizar al **Banco de Puntos** el equipo al completo en el momento que considere más oportuno, con la única condición de que los cinco integrantes hayan conseguido las cinco pistas correspondientes.

Así pues, el equipo al completo deberá efectuar todas las visitas al **Banco de Puntos** y cada uno de los integrantes deberá haber obtenido las pistas correspondientes a cada una de ellas.

En cada visita, los equipos podrán aumentar su cuenta global de puntos.

Para ello, los cinco concursantes deberán identificarse con su contraseña personal. En el caso de que algún miembro del equipo no haya conseguido la correspondiente pista, el sistema no permitirá la entrada al equipo al **Banco de Puntos**.

Para poder obtener puntuación en las visitas al **Banco de Puntos**, el equipo deberá resolver conjuntamente una prueba de carácter pedagógico. El equipo tendrá tres oportunidades para resolver cada prueba. Si después de los tres intentos no la resuelve, no se beneficiará de puntos extras.

**\*Muy importante:** Para que un concursante, y por extensión su equipo, pueda dar por finalizado el recorrido, todos los integrantes deben haber completado las cinco visitas al **Banco de Puntos**.

## **5. PUNTUACIÓN DEL RECORRIDO POR LA CIUDAD DE CONSUMÓPOLIS**



### 5.1. PRUEBAS PEDAGÓGICAS: PREGUNTAS

A lo largo del recorrido hay 25 pruebas pedagógicas. Los puntos se atribuyen por pregunta.

Si la respuesta a una pregunta es correcta:

- en el primer intento, obtendrá 10 puntos.
- en el segundo intento, obtendrá 6 puntos.

Si no se responde correctamente después del segundo intento, no se obtendrá puntuación en esa pregunta.

La puntuación máxima para cada concursante es de 250 puntos.

La puntuación máxima para todo el equipo es de  $5 \times 250 = 1.250$  puntos.

Los puntos obtenidos por los miembros de un equipo se suman automáticamente y aparecen en la clasificación final.

### 5.2. PRUEBAS LÚDICAS: JUEGOS

A lo largo del recorrido hay 5 juegos.

Al final de cada partida aparece la puntuación obtenida en el juego.

La puntuación máxima por juego es 10.

- La puntuación máxima para un alumno es:  $5 \times 10 = 50$  puntos.
- La puntuación máxima para el equipo es:  $5 \times 50 = 250$  puntos

### 5.3. PRUEBAS EN EQUIPO: BANCO DE PUNTOS

Por cada visita al **Banco de Puntos**, si el equipo resuelve la prueba pedagógica correctamente:

- en el primer intento, obtendrá 100 puntos extras.
- en el segundo intento, obtendrá 80 puntos extras.
- en el tercer intento obtendrá, 60 puntos extras.

Estos puntos se sumarán a su puntuación global.

Por tanto, la puntuación máxima que se puede obtener es:  $100 \times 5 = 500$  puntos

**La puntuación máxima que puede conseguir un equipo es de 2000 puntos**

## 6. CARTELES PUBLICITARIOS - INSTRUCCIONES

---

(Accesible a partir del 24/10/2011 hasta el 28/02/2012)

Se trata de la segunda actividad de **Consumópolis7**.

Dependiendo del curso al que pertenezca cada equipo los concursantes tendrán que elegir entre las siguientes propuestas detalladas:

### 6.1. – CARTELES PRIMARIA

Se puede elegir entre las siguientes propuestas para la realización del cartel publicitario.

#### [PROPUESTA 1:](#)

1.- Qué se tiene que publicitar:

**Fomento de la lectura de las etiquetas de los productos**

2.- Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria:

A vuestra aula ha llegado un compañero nuevo que es celíaco, es decir, no puede tomar alimentos con gluten. El compañero os explica en qué consiste y os cuenta que se tiene que fijar mucho en las etiquetas de los alimentos, ya que muchos de ellos, como las galletas y la pasta, llevan gluten.





El profesor os enseña cómo saber qué alimentos tienen gluten y cuáles no. Mirando los productos vemos que las etiquetas tienen mucha más información de la que normalmente vemos. Dedicamos la clase a analizar la información de las etiquetas y vemos lo importante que es que todos nos acostumbremos a leerlas y tenerlas en cuenta.

### 3. - Público objetivo al que se dirige el cartel

El alumnado de primaria del centro

### 4. Objetivo que se persigue con el cartel publicitario

Que se comprenda la importancia que tiene, para nuestra salud y seguridad, leer las etiquetas de los productos antes de utilizarlos

## PROPUESTA 2:

### 1.- Qué se tiene que publicitar:

#### **Fomento del conocimiento de los pictogramas de productos del hogar**

### 2.-Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria:

El hermano de una amiga vuestra, que tan solo tiene cuatro años, se intoxicó la semana pasada al beber un producto para lavar los suelos que tenía en su casa.

Cuando la madre de vuestra amiga se dio cuenta, llamó a los servicios de emergencia y le preguntaron cómo era el producto, qué componentes tenía, y los pictogramas que aparecían en él.... Y aunque finalmente todo quedó en un susto, vuestra amiga se dio cuenta de que desconocía qué significaban esos "dibujos" que denominan pictogramas y que aparecían en el producto, y se da cuenta de la importancia que tiene conocerlos.

### 3.- Público objetivo al que se dirige la campaña publicitaria:

Los niños y niñas de vuestra ciudad de edades comprendidas entre los 4 y 10 años

### 4. Objetivo que se persigue con el cartel publicitario

Que los niños comprendan lo importante que es, para su seguridad, conocer los pictogramas de los productos del hogar y los peligros que estos encierran

## PROPUESTA 3

### 1.- Qué se tiene que publicitar:

#### **Potenciar el uso adecuado de las consolas**

### 2.-Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria:

Tenéis un compañero que nunca sale a jugar con vosotros, ya que no hace otra cosa más que jugar con la consola....incluso con videojuegos que no son recomendables para su edad debido a contenidos negativos. Este es un problema que tienen muchos de vuestros compañeros y compañeras: limitan su tiempo de ocio a jugar con las consolas

### 3.- Público objetivo al que se dirige la campaña publicitaria





Alumnado de primaria.

#### 4. Objetivo que se persigue con el cartel publicitario:

Fomentar el uso de juegos al aire libre en el que participen varios amigos y amigas.

### **6.2. – CARTELES 1º y 2º ESO**

Se puede elegir entre las siguientes propuestas para la realización del cartel publicitario.

#### PROPUESTA 1:

##### 1.- Qué se tiene que publicitar:

#### **El comercio justo**

##### 2.-Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria

Vuestro profesor os ha enseñado un vídeo de una cooperativa de mujeres de comercio justo en Ecuador que hacen mermelada de piña y que explica cómo funcionan las cooperativas de comercio justo. Como el tema os parece muy interesante, decidís ampliar la información sobre el comercio justo: qué significa, qué es, dónde se puede comprar,...

##### 3. Público objetivo al que se dirige el cartel

Personas entre 20 y 35 años

##### 4. Objetivo que se persigue con el cartel publicitario

Dar a conocer este tipo de comercio y sensibilizar sobre las relaciones comerciales entre los países del norte y los países del sur, animando a que compren productos de este tipo de comercio.

#### PROPUESTA 2

##### 1.- Qué se tiene que publicitar:

#### **El asociacionismo de consumo**

##### 2.-Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria

Cuando a María se le estropeó el móvil que había comprado recientemente, su padre le dijo que debían ir a una asociación de personas consumidoras para que les asesoraran sobre lo que podían hacer. Así lo hicieron, y finalmente en la asociación les ayudaron a poner una reclamación.

Al contarlo, os habéis quedado asombrados con el tema, ya que desconocíais que existiera este tipo de organizaciones que ayudan y defienden a las personas consumidoras, y seguramente habrá muchas personas que también lo desconozcan.

##### 3. Público objetivo al que se dirige el cartel

Las personas adultas de vuestro entorno.

##### 4. Objetivo que se persigue con el cartel publicitario



Dar a conocer las asociaciones de consumo y fomentar que las personas se asocien a ellas.

### PROPUESTA 3

#### 1.- Qué se tiene que publicitar:

**La importancia que tiene guardar los tickets de compra y las facturas de los productos adquiridos, para poder ejercer nuestros derechos como personas consumidoras ante cualquier problema.**

#### 2.-Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria

Vuestro profesor os ha contado que hace dos días se fue a comprar unos zapatos, pero al llegar a casa y probárselos, observó que la suela estaba un poco desgastada.

Volvió a la tienda y les comentó el problema. En la tienda no le pusieron ningún problema para cambiárselos, tan solo tenía que presentar los zapatos con la caja y el ticket de compra.

Como cuando los compró tenía un poquito de prisa, no cogió el ticket, y la dependienta le comenta que sin él no podían hacer nada, ya que el documento de la garantía es el propio ticket y además es la prueba de que se ha comprado allí el producto.

#### 3.- Público objetivo al que se dirige el cartel

Alumnado de primer y segundo cursos de secundaria y profesorado del Centro.

#### 4.- Objetivo que se persigue con el cartel publicitario

Concienciar al alumnado y profesorado sobre la necesidad de guardar el ticket y las facturas para poder hacer uso de las garantías de los productos.

### **6.3. – CARTELES 3º y 4º ESO**

Se puede elegir entre las siguientes propuestas para la realización del cartel publicitario.

### PROPUESTA 1

#### 1.- Qué se tiene que publicitar:

**Fomentar el comercio de proximidad/denominación de origen**

#### 2.-Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria

El profesorado de nuestro Centro os lleva a hacer una visita a una empresa de la zona que comercializa miel de sus propias colmenas.

Os explican cómo es el proceso de producción y los controles que pasan para garantizar la calidad del producto; además, esta miel, que se produce en vuestra zona, va directamente al mercado, por lo que llega más fresca y reduce los gastos y los problemas de transporte.

#### 3.- Público objetivo al que se dirige el cartel

Alumnado del Instituto

#### 4.- Objetivo que se persigue con el cartel publicitario



Dar a conocer el comercio de proximidad y los productos con denominación de origen, y las ventajas que ofrecen a las personas consumidoras.

## PROPUESTA 2

1.- Qué se tiene que publicitar:

### **El arbitraje de consumo**

2.- Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria

Un representante de la Oficina Municipal de Información al Consumidor (OMIC) se desplaza a vuestro centro para realizar una serie de talleres de consumo responsable. Uno de los talleres se denomina "el arbitraje de consumo para la resolución de conflictos". El tema os parece muy atractivo, pues pueden resolverse problemas de consumo de forma amistosa e interviniendo todos los implicados. También os dais cuenta de que es un tema poco conocido en vuestra ciudad.

3.- Público objetivo al que se dirige el cartel

Personas adultas de vuestra ciudad

4.- Objetivo que se persigue con el cartel publicitario

Que conozcan el sistema arbitral de consumo y cómo utilizarlo

## PROPUESTA 3

1.- Qué se tiene que publicitar:

### **El uso responsable del ordenador**

2.- Descripción de la situación que aconseja realizar una campaña publicitaria

Un compañero vuestro se pasa todo el día en el ordenador, la mayor parte del tiempo, navegando por Internet, jugando con los videojuegos, etc. Cuando le proponéis ir al cine, a dar una vuelta nunca quiere ir con vosotros, ya que prefiere quedarse en casa enganchado al ordenador, y sólo sale de casa para ir al colegio.

3.- Público objetivo al que se dirige el cartel

Alumnado de 3º y 4º de ESO.

4.- Objetivo que se persigue con el cartel publicitario

Que los jóvenes comprendan las desventajas y problemas que puede ocasionar un uso irresponsable del ordenador

## **6.4. PARA DAR POR FINALIZADA LA SEGUNDA FASE**



Una vez que un profesor haya subido el cartel/ carteles de su/s equipo/s se a través del botón “Subir nuestro cartel” deberá imprimirse **LA FICHA VIRTUAL DEL CARTEL**, documento que contiene los datos identificativos del mismo: referencia / nombre del equipo / componentes.

El coordinador será el encargado de imprimir este documento y de enviarlo **junto con el cartel original** al organismo competente de su comunidad autónoma o, en su caso, al Instituto Nacional del Consumo, cuyas direcciones se encuentran en el documento **Direcciones de los organizadores**.

Con la referencia que aparece en este documento, los miembros de los jurados podrán acceder y, así, proceder a la evaluación y puntuación del equipo.

Desde el momento en que **LA FICHA VIRTUAL DEL CARTEL** haya sido impresa por el coordinador, el cartel no podrá ser sustituido.

Aquellos equipos a los que se les presenten problemas técnicos que les dificulten o impidan subir el cartel, deberán enviar un correo electrónico a la administración del concurso, que les indicará, por la misma vía, el procedimiento que deben seguir.

**ADVERTENCIA MUY IMPORTANTE: Las faltas de ortografía descalifican automáticamente el trabajo presentado y, por tanto, el equipo queda eliminado del concurso.**