

SOCIEDAD

La Unión de Consumidores de Andalucía premia un reportaje de Inés Gallastegui

El trabajo 'Compradores vendidos' analiza cómo el merchandising dirige la conducta de los compradores en las grandes superficies

11.03.08 - IDEAL

El reportaje de IDEAL titulado 'Compradores vendidos' ha obtenido el Primer Premio de Periodismo de Consumo en Andalucía 2008 en su novena edición, convocado por la Unión de Consumidores de Andalucía UCA-UCE. El texto de la periodista Inés Gallastegui, publicado el 21 de noviembre de 2007 en la sección de Vivir con una infografía de Carlos Valdemoros, analizaba la influencia del merchandising en los clientes de las superficies comerciales. El galardón, dotado con mil euros y placa conmemorativa, premia «los trabajos escritos en castellano, publicados o no en diarios y revistas, cuya temática esté relacionada con el ámbito del consumo».

La Unión de Consumidores de Andalucía, adherida a la UCE, es una asociación de consumidores sin ánimo de lucro que pretende «la mejora de la calidad de vida de los ciudadanos como consumidores y usuarios, la representación y defensa de sus intereses (individuales y colectivos) y el desarrollo de su participación en la vida social». Esta entidad está compuesta por uniones de consumidores en las ocho provincias.

El premio será entregado mañana miércoles en Sevilla, en el transcurso de un encuentro al que asistirá la directora general de Consumo de la Junta. El acto será presentado por el presidente de UCA-UCE, Juan Moreno Rodríguez, y en el mismo se leerá la memoria informativa correspondiente a 2007. A continuación, el secretario general de la unión leerá el fallo del jurado y hará entrega de las distinciones.

Además del primer premio, la convocatoria prevé también la concesión de un accésit, dotado con 250 euros y placa conmemorativa, y menciones honoríficas al mejor programa de consumo y calidad de vida difundido por emisoras de radio andaluzas; al mejor programa de consumo y calidad de vida difundido por emisoras de televisión; a la mejor campaña de comunicación comercial realizada en medios de comunicación, en virtud de su respeto a los derechos e intereses de consumidores y usuarios; y a la mejor labor periodística de información o divulgación sobre los derechos y deberes de los consumidores o usuarios en cada una de las provincias (en prensa, radio, televisión o Internet).

Técnicas comerciales

El reportaje premiado analizaba las técnicas destinadas a dirigir el recorrido de los consumidores por los establecimientos comerciales. En él, el profesor de Distribución Comercial de la [Universidad de Granada](#) Francisco Muñoz Leyva explicaba algunos de los trucos del merchandising para lograr que los clientes compren más, entre ellos el diseño de los carros para desviarse ligeramente a la izquierda, de modo que la mano derecha queda libre para llenarlo, o cómo la música, los colores y los olores en determinadas secciones agudizan el deseo de comprar.

En el reportaje se incluían asimismo algunas recomendaciones prácticas para hacer el acto de compra más consciente y evitar caer en la tentación de adquirir artículos innecesarios.