



**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

REPORTE PUBLICIDAD DE TELECOMUNICACIONES

AGOSTO 2016

INDICE

I.	INTRODUCCIÓN.....	Pág.3
1.	Antecedentes.....	Pág.3
2.	Reclamos de consumidores y publicidad.....	Pág.4
3.	Estudios anteriores relativos a Publicidad y Prácticas Comerciales.....	Pág.4
II.	OBJETIVOS DEL INFORME.....	Pág.6
1.	Objetivo general.....	Pág.6
2.	Objetivos específicos.....	Pág.7
III.	METODOLOGÍA.....	Pág.7
a.	Unidad de Análisis.....	Pág.8
b.	Universo.....	Pág.8
c.	Tipo de Producto.....	Pág.9
IV.	ANÁLISIS.....	Pág.9
V.	RESULTADOS.....	Pág.23

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

I. INTRODUCCIÓN

1. Antecedentes

El mercado de las telecomunicaciones se revela como uno de los más importantes para los consumidores, tanto por su masividad como por el papel que desempeñan las comunicaciones en la vida diaria de los ciudadanos. Para dimensionar su magnitud, el siguiente documento entrega cifras descriptivas sobre el sector de telecomunicaciones en Chile; el número de reclamos recibidos por el Servicio Nacional del Consumidor, asociado a este mercado en general y relativo a lo publicitario en particular; los estudios realizados por la Unidad de Análisis Publicitario de SERNAC; y finalmente, el análisis de las piezas publicitarias que forman parte del presente informe en el marco de las disposiciones de la Ley N° 19.496, además de algunos aspectos necesarios a considerar a la luz de las regulaciones sectoriales existentes.

La importancia y masividad del mercado de telecomunicaciones, se reflejan en las siguientes estadísticas sectoriales:

Los abonados móviles, al mes de marzo del año 2016, son un total de 23.037.004; De ellos, 7.899.674 son con contrato que corresponde al 34,3% y 15.137.330 prepagos que corresponden al 65,7%; respecto del tipo de cliente, 5.903.050 son residenciales (25,6%), 2.321.990 son comerciales (10,1%) y 14.811.964 no son identificables (64,3%), lo que significa una penetración de 126,96 por cada 100 habitantes¹.

Respecto de Internet, el Informe Sector Telecomunicaciones 2015², muestra que a diciembre del año 2015, los accesos a internet (fijos + móvil 3G+4G) alcanzaron 13,1 millones con un crecimiento anual de 14,1% (1,6 millones de nuevos accesos). La penetración, fijo y móvil (3G+4G), pasa de 64,1 accesos cada 100 hab. En diciembre 2014 a 72,4 accesos cada 100 habitantes, en comparación al año anterior (+8pp interanual).

Un dato importante a considerar es que el 79,2% de los accesos a Internet son móviles, destacando el crecimiento de la navegación vía smartphones. Los accesos 4G (acceso móvil de alta velocidad) alcanzaron los 2,2 millones de conexiones a diciembre de 2015, con un crecimiento anual de 307%. **Esto explica en parte, que en la actualidad la mayoría de las ofertas y promociones de las empresas de telefonía, apunten al tráfico de datos antes que a los minutos para llamadas telefónicas.**

¹ <http://www.subtel.gob.cl/estudios-y-estadisticas/telefonía/>

² http://www.subtel.gob.cl/wp-content/uploads/2015/04/PPT_Series_DICIEMBRE_2015_V5.pdf



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Los suscriptores de TV pagada han aumentado un 4,7% en los últimos 12 meses, alcanzando una penetración para este servicio de 16,3 suscriptores por cada 100 habitantes a diciembre 2015. Los accesos satelitales superan a los alámbricos, llegando a un 51,3% de los suscriptores a diciembre 2015.

2. Reclamos de consumidores y publicidad

Durante el periodo del 1 de enero al 15 de junio del presente año, se registraron 25.330 reclamos (clasificados en 57 motivos) sobre el mercado de las telecomunicaciones, lo que representa el 22% del total de reclamos recibidos durante el periodo, siendo a la fecha, el mercado más reclamado.

En cuanto al tipo de servicio, del total de reclamos, 13.565 (53,5%) aplican sobre *Telefonía Celular*; 11.108 (43,8%) corresponden a *Telefonía Multiservicio (fija-internet-tv)*; 499 (1,96%) al servicio *Tv Cable*; 130 (0,51%) al *Carrier-Larga Distancia* (cabe señalar que este servicios desde el 2014 se cuenta como servicio local); y 28 (0,11%) sobre la categoría *Internet*.

Del total de reclamos en telecomunicaciones que se vinculan más estrechamente a los temas publicitarios son los siguientes: 550 (4,5%) corresponden a "Incumplimiento de promociones y ofertas"; 187 (1,37%) por "Falta de información veraz y oportuna" y 102 (0,75%) por "Publicidad engañosa".

3. Estudios anteriores relativos a Publicidad y Prácticas Comerciales

Las principales acciones desarrolladas por la Unidad de Análisis Publicitario del Servicio Nacional del Consumidor han sido:

a) Reporte Publicidad de Telefonía en mayo 2014: Se analizaron 28 piezas publicitarias comerciales del mercado de telefonía exhibida en prensa y televisión en el periodo comprendido entre el 21 y 28 de abril del año 2014 (21 de prensa y 7 de televisión). Los resultados mostraron infracciones a la LPC por parte de 2 proveedores (7,1% del total de piezas analizadas): Claro y Entel. En el caso de Claro, las infracciones se refirieron a la presencia de las frases "promoción válida hasta agotar stock" e "imágenes de equipos referenciales", además, se observó que una de las piezas no entregó información sobre el plazo o tiempo de duración de la promoción. Respecto de Entel, el proveedor presentó información importante en letra chica, ilegible por la corta duración del mensaje.

b) Reporte Publicidad Roaming Junio 2014: Se analizó la publicidad comercial en prensa e información de tarifas del servicio de Roaming en los sitios web de las empresas de telefonía móvil, Entel, Movistar, Claro, Nextel, VTR y Telefónica



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

del Sur (Telsur), entre el 2 y 30 de mayo del año 2014. Los resultados mostraron infracciones a la LPC por parte de: a) Movistar que presentó una pieza publicitaria en la cual no se observó la vigencia de la promoción. Además, presentó la frase "Tarifa válida en Chile", restricción que no se explica en las condiciones de la promoción; y, b) Entel, Movistar, Claro, Nextel, VTR y Telsur, dado que en sus páginas web exhiben las tarifas de Roaming en dólares USD y no en moneda de curso legal.

c) Reporte Publicidad de Planes de Internet en Octubre 2014: En el periodo comprendido entre el 01 de agosto y el 03 de octubre del año 2014, se observaron un total de 31 piezas publicitarias (22 en prensa escrita y 9 en televisión) correspondientes a las Empresas Entel, Claro, Movistar y VTR. Además, se analizaron los sitios web de 6 empresas (Telefónica del Sur, Claro, Entel, Movistar, Nextel y VTR). El análisis puso especial énfasis en la detección de piezas publicitarias que presentaron ofrecimientos de "PLANES DE INTERNET ILIMITADO". Esto en consideración a que las empresas deben cumplir sus promesas publicitarias, y por lo tanto, si un proveedor oferta un plan ilimitado con una determinada velocidad de uso de Internet, debe garantizar que la navegación sea realmente "Ilimitada".

d) Durante el año 2015 se vigiló la publicidad del mercado de telecomunicaciones a través del monitoreo diario, oficiando a las empresas VTR, MOVISTAR y DIRECTV por problemas de Disponibilidad y Acceso a la Información.

e) En el mes de Diciembre del año en curso, la Unidad de Análisis Publicitario del Servicio Nacional del Consumidor, procedió a realizar un Reporte sobre Publicidad Navideña, con la finalidad de analizar si la publicidad que se realiza a este respecto cumplía con las exigencias establecidas en la Ley N° 19.496, de manera de poder identificar las principales transgresiones y/o falencias informativas de este tipo de publicidad. Fruto del análisis realizado se detectó que las empresas de telecomunicaciones Claro, Entel y Wom, presentaron infracciones a la normativa en relación a forma de entrega de la información, básicamente en lo relativo a la presencia de información relevante en formato de letra chica ilegible por tamaño, problemas de contraste y poco tiempo de exposición de la información en las piezas de publicidad televisiva, infringiendo el Artículo 3 letra b) de la LPC, por lo que dichas empresas fueron denunciadas.



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

II. OBJETIVOS DEL INFORME

1. Objetivo general

Analizar la información contenida en la publicidad comercial del mercado de las telecomunicaciones, difundida en medios de prensa escrita de circulación nacional y canales de televisión abierta.

2. Objetivos específicos

- a) Vigilar el cumplimiento de las normas en materia de publicidad, establecidas en la Ley N° 19.496 y la Guía de Alcance Publicitario y de Prácticas Comerciales de SERNAC³.
- b) Identificar las infracciones a la normativa sobre los derechos de las/los consumidoras/es contenidas en la publicidad analizada.
- c) Definir acciones que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias a la Ley o y/o denunciar los incumplimientos en materia publicitaria.
- d) Generar acciones pertinentes con otras Instituciones Publicas Sectoriales, en el marco de su normativa.

³ <http://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2015/02/Gu%C3%ADa-de-Alcance-Publicitario1.pdf>



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

III. METODOLOGÍA

El estudio utiliza la técnica de Análisis de Contenido⁴. De este modo, la investigación entrega información descriptiva, así como las inferencias respectivas sobre el comportamiento de los proveedores y/o mercados en materia publicitaria. Para esto, se analiza la forma (legibilidad y accesibilidad de las condiciones u otra información relevante para el consumidor) y el contenido de los anuncios (veracidad y oportunidad de la información que se entrega al consumidor y/o exhibición de frases susceptibles de comprobación).

En el análisis se consideran los Principios Jurídicos que deben imperar en la actividad publicitaria⁵, y la información obtenida debe permitir identificar con certeza, las transgresiones a la LPC y las deficiencias de información o la ausencia de ellas en las piezas publicitarias, según corresponda, como por ejemplo:

- Publicidad Falsa o Engañosa;
- Publicidad que produce confusión en la identidad de las empresas;
- Obligación de información de precios;
- Información Básica Comercial;
- Comprobabilidad de las información difundida; y,
- Cumplimiento de obligaciones en materia de prácticas comerciales en el caso de promociones u ofertas, información sobre el stock, uso de frases restrictivas, uso de letra chica y uso de Términos como Garantizado y Garantía, entre otras.

a. Unidad de Análisis. Piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional y televisión abierta que difunden este tipo de publicidad.

⁴ El análisis de contenido es una técnica de investigación que identifica y describe de una manera objetiva y sistemática las propiedades lingüísticas de un texto, con la finalidad de obtener conclusiones sobre las propiedades no-lingüísticas de las personas y los agregados sociales, en este caso, sobre el comportamiento en materia publicitaria por parte de los proveedores, en relación a la normativa sobre protección de los derechos de los consumidores. Para mayor abundamiento sobre este método, ver Krippendorf, K., Metodología de Análisis de Contenido. Teoría y Práctica, Paidós, Barcelona, 1990.

⁵ Ver "Guía de Alcance Publicitario y de Prácticas Comerciales" de SERNAC.

www.sernac.cl/wp-content/uploads/2015/02/Gu%C3%ADa-de-Alcance-Publicitario1.pdf

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

b. Universo. Esta se compone de aquellas piezas publicitarias vinculadas al objeto de estudio y difundidas entre el **01 al 30 de Junio de 2016**. Durante este periodo se realizó un barrido sobre el total de piezas publicitarias aparecidas en medios de prensa de circulación nacional y televisión abierta (**estimadas en 1.641**), hallando la exhibición de **63 piezas publicitarias, 38 difundidas en medios de prensa escrita** que corresponde al 60,3% y **25 en televisión abierta**, que corresponde al 39,7%. Estas piezas fueron levantadas del siguiente listado de medios:

Canales de televisión abierta:

- ✓ Canal 13
- ✓ Chilevisión
- ✓ La Red
- ✓ Megavisión
- ✓ Telecanal
- ✓ Tvñ
- ✓ Ucv

Prensa escrita de cobertura nacional:

- ✓ El Diario Financiero
- ✓ El Mercurio
- ✓ The Clinic
- ✓ La Cuarta
- ✓ La Estrategia
- ✓ La Segunda
- ✓ La Tercera
- ✓ Las Últimas Noticias
- ✓ Pulso

c. Tipo de Producto. Durante la fecha de monitoreo se levantaron piezas publicitarias relativas a la venta de celulares, planes de internet, paquetes de servicios, entre otros.

IV. ANÁLISIS

De las 63 piezas publicitarias analizadas en el estudio, se evidenciaron 16 hallazgos en 12 de ellas, lo que corresponde al 19,04% del total de piezas que recaen sobre los siguientes 5 Proveedores: **CLARO; ENTEL; HAWEI; MOVISTAR Y SAMSUNG.**

Listado de hallazgos detectados en la publicidad de telecomunicaciones bajo estudio:

- Información en un formato de letra chica, ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm),
- Información importante expuesta en escaso tiempo de exposición, lo cual dificulta su lectura, cuestión que no permite a los consumidores informarse adecuadamente. Lo anterior tiene mucha importancia si consideramos que dentro de ella se incluyen condiciones que pueden resultar restrictivas para los consumidores e inductivas a error o engaño, contraviniendo lo dispuesto en los artículos 3, letra b) y 28 letra c) de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores;
- Información con ilegible por problemas de contraste;
- Piezas Publicitarias que no informan sobre el tiempo o plazo de duración de las promociones, lo que deja al consumidor sin información alguna sobre cuál es la época de vigencia de la campaña y en consecuencia en la que el consumidor podrá exigir el cumplimiento de la misma;
- Falta de información veraz y oportuna en relación a la garantía, al no señalar en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.
- Piezas publicitarias que no se ajustan a la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores en cuanto a las normas que imponen al proveedor obligaciones de información cuando el incentivo consista en la participación de un concurso o sorteo. En efecto, las piezas no informan plazo en que se podrán reclamar los premios;
- Difusión de información susceptible de comprobabilidad.

Análisis de la Publicidad de Telecomunicaciones:

Figura 1

Proveedor: CLARO

Fecha de exhibición: 05-06-2016

Medio: La Cuarta

La Copa se queda in the house

CONTRATA Claro Hogar 3 Play Centenario
por solo **\$29.990***
por 3 meses, precio normal \$39.990

Deco adicional
Por solo **\$1.000**
mensuales para siempre

Promoción máxima 2 años adicionales

- Internet 8 Mbps + WiFi
- TV Básica 56 canales estándar + 3 canales HD Nacionales
- Telefonía Fija Ilimitada (SLMI) + 300 minutos a móviles

Incluye **Claro video** sin costo para siempre**

Claro is in the house
www.clarochile.cl

Claro
Con Claro es posible

*Descuento de \$10.000 mensuales para los primeros 3 meses. Al cuarto mes se paga el precio normal del plan (\$29.990 mensuales). La Telefonía Básica incluye 56 canales estándar + 4 canales HD + 30 canales de audio. La velocidad de navegación puede variar según uso, cantidad de usuarios concurrentes y otros factores que la afectan. La velocidad máxima de bajada es de 8 Mbps y de subida 1 Mbps. La Telefonía Ilimitada es para llamadas locales, adicionalmente incluye 300 minutos a móviles. Más minutos para llamadas a territorio móvil al territorio doméstico. El plan de promoción incluye 1 decodificador (DTA 347) dentro del plan. Se se desactiva decodificador DTA estándar adicional, estos tendrán un valor de \$1.000 mensuales adicional cada uno (máximo 2 decodificadores adicionales). Si se desea contratar un hogar decodificador DTA estándar adicional, este tendrá un valor de \$2.000 mensuales. **La promoción Claro Video aplica siempre que el cliente contrate el plan sujeto a la promoción o realice un cambio de plan igual o superior a 8 megas. Precio de referencia de la suscripción mensual es de \$2.900.

Observaciones:

- No presenta información de la vigencia de la promoción.
- La publicidad presenta información importante en letra ilegible por tamaño, inferior a 2,5 mm.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 2

Proveedor: CLARO

Fecha de exhibición: 06-06-2016

Medio: La Tercera



VIVE TODA LA COPA CON LA APP CLARO COPA CENTENARIO

DESCÁRGALA
VE TODOS LOS PARTIDOS EN VIVO Y MUCHO MÁS

ADemás AL DESCARGAR TU APLICACIÓN PARTICIPAS POR 2 ENTRADAS DOBLES Y CLARO TE LLEVA A LA GRAN FINAL EN NUEVA YORK

#CHILEYO TE SIGO

App Store | Google play
Descarga tu App desde cualquier compañía

Claro
Con Claro es posible

f t i 800 171 171 | clarochile.cl
Términos y condiciones en clarochile.cl

Observaciones:

- La promoción ofrecida consiste en un concurso. A estos efectos, el proveedor no informa el plazo en que se podrá reclamar el premio.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 3

Proveedor: CLARO

Fecha de exhibición: 02-06-2016

Medio: MEGA



Observaciones:

- No presenta información de la vigencia de la promoción⁶.

⁶ Esta publicidad emitida a través de canales de televisión abierta es la misma campaña que se levantó en prensa con fecha 05-06-2016 emitida en el diario la Cuarta.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 4

Proveedor: CLARO

Fecha de exhibición: 01-06-2016

Medio: CHILEVISIÓN



Observaciones:

- La promoción ofrecida consiste en un concurso. A estos efectos, el proveedor no informa el plazo en que se podrá reclamar el premio.

Servicio Nacional del Consumidor

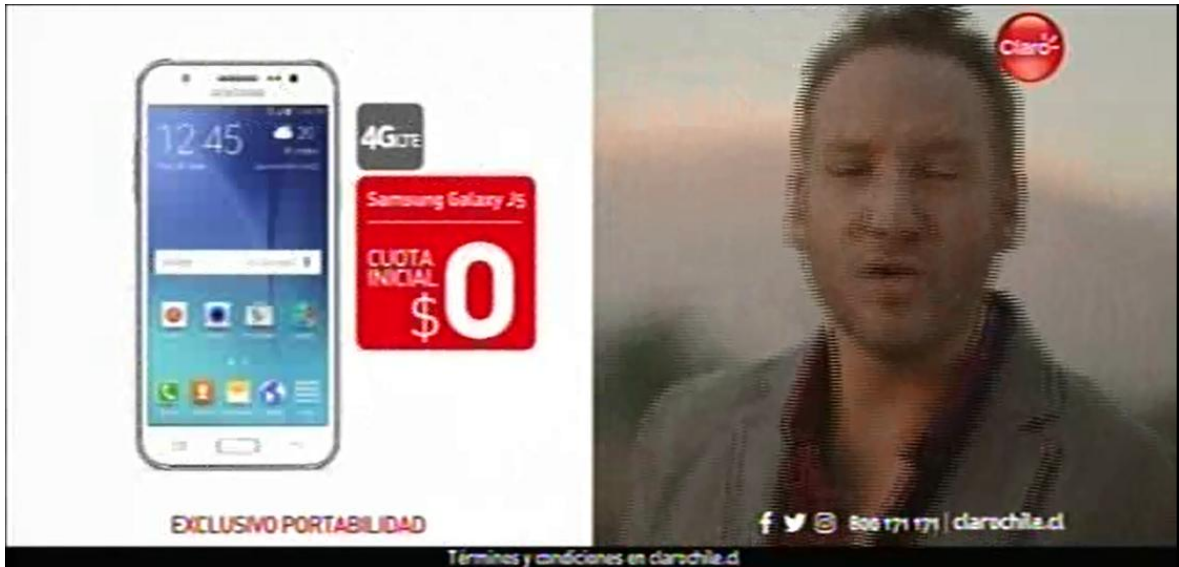
Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 5

Proveedor: CLARO

Fecha de exhibición: 10-06-2016

Medio: CANAL 13



- No presenta información de la vigencia de la promoción.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 6

Proveedor: MOVISTAR

Fecha de exhibición: 19-06-2016

Medio: La tercera

The advertisement is a horizontal banner with a dark blue background and a mountain range at the bottom. On the left, the 'Club Movistar' logo is in a green box. The main headline reads 'El invierno lo hacemos todos' in white. Below this, 'la parva' is written in white with a mountain icon, followed by '2x1' in large white font. To the right of '2x1', it says 'Lunes y martes En tickets y arriendo de equipos' in white. Further right, '15% dcto.' is written in large white font, followed by 'En tickets y clases' in smaller white font. In the center, there is a white box with 'HUAWEI P9' and an image of the phone. On the right, the 'movistar' logo is in green. Below it, a small green box says 'Club Movistar' and 'Descarga la App y pide tus beneficios'. At the bottom right, the 'HUAWEI' logo is in red. At the bottom left, there is small white text: 'Promoción válida desde el inicio hasta el cierre de la temporada 2016. 2x1 no aplicable en feriado ni en vacaciones de invierno (21 y 22 de julio 2016). 15% de descuento en tickets diarios para clientes Club Movistar durante toda la temporada sin interrupciones. No acumulable con otras promociones. Condiciones de descuento en www.clubmovistar.cl

Observaciones:

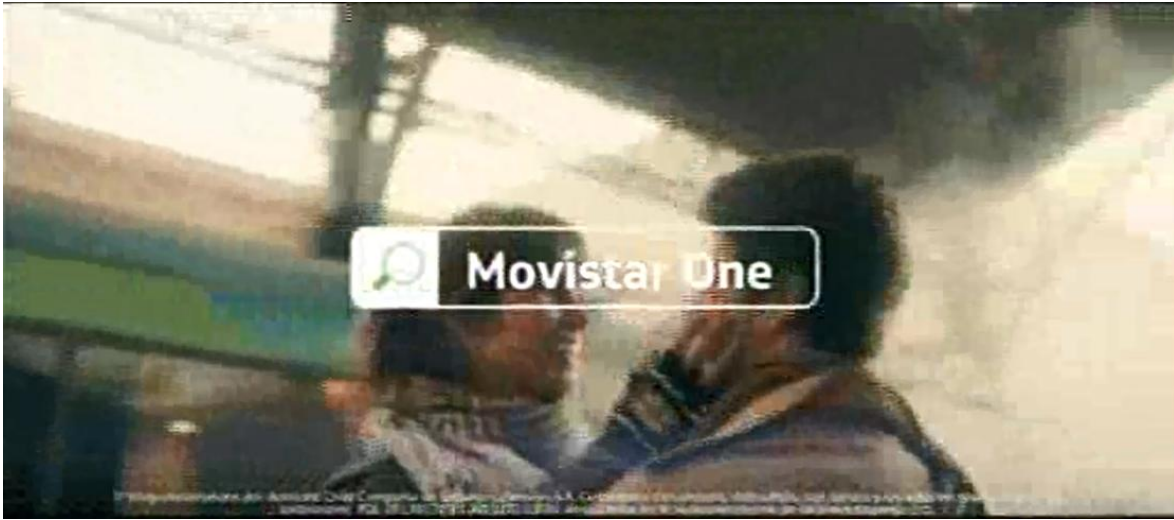
- La publicidad presenta información importante en letra ilegible por tamaño, inferior a 2,5 mm y problemas de contraste.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 7

Proveedor: MOVISTAR
Fecha de exhibición: 25-06-2016
Medio: CANAL 13



Observaciones:

- La publicidad contiene información importante para el consumidor difundida en escaso tiempo de exposición (4 segundos) y en un formato de letra ilegible por tamaño, cuestión que impide al consumidor/a informarse adecuadamente.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 8

Proveedor: ENTEL

Fecha de exhibición: 15-06-2016

Medio: Las Últimas Noticias

**Cambia tu celular,
tu cámara
y tus parlantes**

Llegó a entel el nuevo **LG G5^{SE}**
El Primer Smartphone Modular del Mundo.

Incluye Battery Pack
Batería IntercAmbiable

4G^(LTE)

disfrútalo con la red más moderna de Latinoamérica

Pantalla 5,3" Doble Cámara Principal 16MP / 8MP Wide Frontal 9 MP

¡qué good que play móvilo

entel.cl 600-367-7000

vivir mejor conectado

Observaciones:

- Comprobabilidad de frases: "El primer Smartphone Modular del Mundo" y "Disfrútalo con la red más moderna de Latinoamérica".

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 9

Proveedor: ENTEL

Fecha de exhibición: 01-06-2016

Medio: MEGA



Observaciones:

- Comprobabilidad de frases: "La red más moderna de Latinoamérica".

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 10

Proveedor: ENTEL

Fecha de exhibición: 08-06-2016

Medio: LA RED



Observaciones:

- La publicidad contiene información importante para el consumidor difundida en escaso tiempo de exposición (4 segundos).

Servicio Nacional del Consumidor

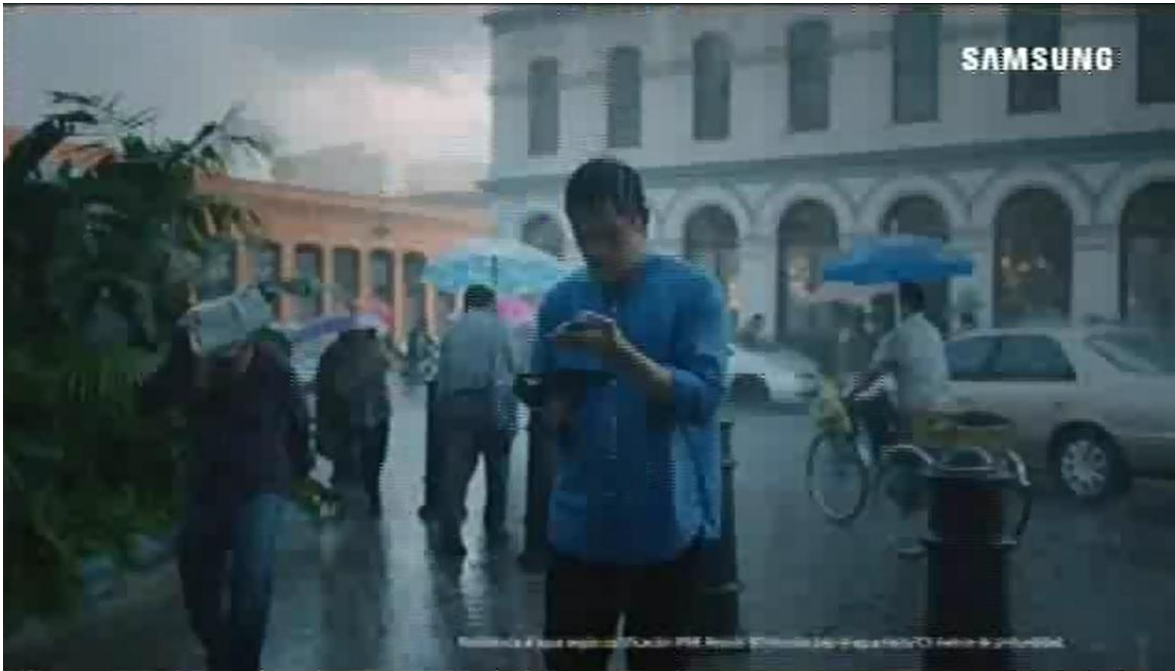
Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 11

Proveedor: SAMSUNG

Fecha de exhibición: 01-06-2016

Medio: CANAL 13



Observaciones:

- La publicidad contiene información importante para la decisión de compra del consumidor, en un formato de letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm).

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Figura 12

Proveedor: HAWEI

Fecha de exhibición: 04-06-2016

Medio: LA RED



Observaciones:

- Comprobabilidad de frases: "HASTA 2 DIAS DE BATERIA".



Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

V. RESULTADOS

A Consecuencia de los resultados del análisis de la publicidad de telecomunicaciones, SERNAC denunciará a las Empresas CLARO y MOVISTAR (ver Tabla 1)

- **Claro:** Tanto en publicidad de prensa como en televisión, no presenta información de la vigencia de promociones; Presenta publicidades con información importante en letra ilegible por tamaño, inferior a 2,5 mm; y, en las publicidades relativas a concursos, el proveedor no informa el plazo en que se podrá reclamar el premio.
- **Movistar:** Presenta publicidad en prensa con información importante en letra ilegible por tamaño, inferior a 2,5 mm y problemas de contraste. Además en Televisión presenta información importante para el consumidor en un formato de letra ilegible por tamaño y escaso tiempo de exposición.

Además, el Servicio realizará acciones administrativas sobre los proveedores **Samsung, Entel y Hawei** por los siguientes hallazgos (ver Tabla 1)

- **Samsung:** Se oficiará solicitando ajuste a la publicidad dado que contiene información importante para la decisión de compra del consumidor, en un formato de letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm).
- **Entel:** Se oficiará solicitando ajuste a la publicidad dado que contiene información importante para el consumidor difundida en escaso tiempo de exposición (4 segundos), y además se solicitará información que compruebe la frase...“El Primer Smartphone Modular del Mundo” y “Disfrútalo con la red más moderna de Latinoamérica”.
- **Hawei:** Se oficiará solicitando información que compruebe las frase, “Hasta 2 días de Batería”.

Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo

Tabla 1. Identificación de Proveedores, y hallazgos afectos a acciones judiciales y administrativas

N° Pieza	Proveedor/ anunciante	Medio de difusión		Letra ilegible por Tamaño. Artículo 3 letra b)	Letra ilegible por poco tiempo de exposición. Artículo 3 letra b)	Letra ilegible por contraste. Artículo 3 letra b)	Contiene información a Comprobar. Artículo 33	No informa plazo en que podrá reclamar el premio. Artículo 36	No presenta vigencia de la promoción. Artículo 35	Acción de SERNAC
		Prensa	TV							
1	CLARO	x		x					x	Denuncia por Infracción
2	CLARO	x						x		Denuncia por Infracción
3	CLARO ⁷		x						x	Denuncia por Infracción
4	CLARO ⁸		x					x		Denuncia por Infracción
5	CLARO		x						x	Denuncia por Infracción
6	MOVISTAR	x		x		x				Denuncia por Infracción
7	MOVISTAR		x	x	x					Denuncia por Infracción
8	ENTEL	x					x			Oficio solicitando Información
9	ENTEL		x				x			Oficio solicitando Información
10	ENTEL		x		x					Oficio solicitando Ajuste de la Publicidad
11	SAMSUNG		x	x						Oficio solicitando Ajuste de la Publicidad
12	HAWEI		x				x			Oficio solicitando Información

⁷ Es la misma campaña que se presenta en prensa (Pieza N° 1), exhibiéndose también en canales de televisión abierta por lo tanto será incluida en la denuncia que se realizará al proveedor.

⁸ Es la misma campaña que se presenta en prensa (Pieza N°2), exhibiéndose también en canales de televisión abierta por lo tanto será incluida en el oficio que se enviará al proveedor.



**Servicio Nacional
del Consumidor**

Ministerio de Economía,
Fomento y Turismo