

## Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional

### ESTUDIO DE LA PUBLICIDAD EN MEDIOS DE PRENSA ESCRITA REGIONAL

#### DIRECCIÓN REGIONAL COQUIMBO

DICIEMBRE 2017

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

 <b>SERNAC</b> Servicio Nacional del Consumidor	Versión : 1.0	Estado: Vigente	Página 2 de 13
	<b>Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional</b>		

## 1. Presentación

El siguiente estudio presenta los resultados del monitoreo y análisis de la publicidad regional, difundida en 3 medios de prensa escrita de la Región de Coquimbo en el periodo comprendido entre el 21 de octubre y el 01 de noviembre del presente año, investigación que tuvo como fin detectar posibles infracciones a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPC) en materia publicitaria.

Al realizar un análisis de la publicidad e información entregada por los anunciantes a través de los medios de comunicación escrita regional, permitirá estimar el volumen de publicidad según mercado y evaluar el estado de la publicidad a nivel regional, en cuanto a las condiciones de venta, precios e información de las características relevante de los productos, garantías asociadas, la disponibilidad de las bases de promociones u ofertas, entre otros elementos consignados en la LPC.

De acuerdo a la Matriz de Mercados Relevantes Regional<sup>1</sup>, se observa que:

- El mercado financiero ocupa el 1er lugar de los reclamos, con un 17,2% a nivel regional,
- El sector automóviles y derivados presenta un 3,0% del total de reclamos durante el año 2016. Hay que destacar de que se trata de una compra que implica muchas veces un importante endeudamiento del hogar al ser financiadas a largo plazo tanto por la banca como a través del crédito directo de las respectivas automotoras.

Según cifras de la Plataforma de Sernac, Modelo de Atención al Consumidor (MAC), se verifica que durante el período Julio del año 2016 a Junio del 2017 se registraron 82 reclamos de publicidad engañosa en la DR Coquimbo (38 en el año 2016 y 44 en el 2017).

Finalmente, el estudio permitirá realizar un diagnóstico de la publicidad y disponibilidad de información por parte de los anunciantes regionales hacia los consumidores, ya que bajo el cumplimiento de la Ley N° 19.496, los consumidores tienen

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

	Versión : 1.0	Estado: Vigente	Página 3 de 13
	<b>Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional</b>		

la posibilidad de realizar una compra informada y hacer valer sus derechos frente a los diversos proveedores si estos incumplen la LPC.

## 2. Objetivos del estudio

- **Objetivo general**

Analizar la publicidad comercial difundida en 3 medios de prensa escrita de circulación regional (Diario El Día, La Región y El Ovallino).

- **Objetivos Específicos**

- a. Vigilar el cumplimiento de la publicidad con las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496 y los Requerimientos Institucionales.
- b. Identificar las infracciones a la LPC contenidas en la publicidad regional.
- c. Definir acciones que permitan corregir prácticas publicitarias que pueden, eventualmente, inducir a error o engaño de los consumidores/as.
- d. Evaluar el estado de la publicidad en la Región de Coquimbo

## 3. Metodología

La metodología consiste en el análisis de contenido de las piezas publicitarias, registrando el incumplimiento de las normativas de la LPC.

La observación constatará la presencia o ausencia, o bien, el cumplimiento o incumplimiento, en relación a variables que derivan de la normativa dispuesta en la LPC en materia publicitaria, como son por ejemplo: información del precio del bien y disponibilidad de éste, en caso del ofrecimiento de un operación de crédito en cuota o tasa de interés de referencia, determinar si informan carga anual equivalente CAE y su tratamiento similar, determinar además la existencia de información relativa al costo total del crédito CTC, utilización de frases restrictivas o condicionantes como son "imágenes referenciales", "hasta agotar stock sin indicación de unidades", presentar información importante publicitada de manera ilegible, por cuanto está dispuesta de forma vertical, mal contraste o con letra inferior a 2,5 mm, existencia de publicidad engañosa cuando la letra chica contradice el mensaje principal o en los casos expresados en el artículo 28, en

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

## Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional

caso de los sorteos que se informe monto o número de premios y el plazo en el que se podrán reclamar, si se trata de promociones u ofertas determinar la existencia del tiempo o plazo de duración como las bases que regulan dicha práctica comercial.

- **Selección de las piezas publicitarias**

Serán incluidas en el estudio aquellas piezas publicitarias difundidas en medios de prensa escrita de circulación regional, difundidas en el periodo comprendido entre el 21 de octubre y el 01 de noviembre del presente año.

#### 4. Análisis General

**En total fueron objetadas 3 piezas publicitarias (de 11 piezas revisadas en el período de análisis), con un total de 12 observaciones, las que corresponden a 2 anunciantes del mercado automotriz (destacadas en color amarillo en el siguiente cuadro):**

**Cuadro N°1: Total de piezas revisadas del sector automotriz, Región de Coquimbo**

N°	Anunciante	Nombre de la publicidad o campaña	Mercado	Fecha
1	Automotora Musalem	Camal Musalem te lleva a Brasil	Automotriz	22-10-2017
2	Chery	Hasta 22% dscto en nuestros SUV Tu modelo 2018 comienza a pagarlo en febrero	Automotriz	22-10-2017
3	Baic	El destino lo eliges tu Fiat Uno Way	Automotriz	21-10-2017
4	Callegari Automotriz	El destino lo eliges tu Fiat Uno Way	Automotriz	21-10-2017
5	Callegari Automotriz	Otro bono más, potencia que desafía la naturaleza Mitsubichi	Automotriz	22-10-2017
6	Valentini Automotriz	Rebajas Renault Octubre	Automotriz	21-10-2017
7	BMW	Nueva edición millenials	Automotriz	21-10-2017
8	Callegari Automotriz	Feria del Crédito	Automotriz	21-10-2017
9	Callegari Automotriz	Otro bono más, potencia que desafía la naturaleza Mitsubichi	Automotriz	22-10-2017
10	Callegari Automotriz	Otro bono más, Off Road Mode, para disfrutar donde sea, cuando quieras	Automotriz	29-10-2017
11	Callegari Automotriz	Nuevo Tiggo 7, supera tus límites	Automotriz	29-10-2017

Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

## 5. Análisis de mercado automotriz

En total se registraron 3 piezas publicitarias objetadas correspondientes a 2 anunciantes regionales (Callegari Automotriz y Automotora Musalem):

**Cuadro N°2:** Avisos del sector Automotriz

Automotriz (avisos)	Avisos
Automotora Musalem	1
Callegari Automotriz	2
<b>TOTAL</b>	<b>3</b>

El análisis de las piezas publicitarias detectó los siguientes desajustes en relación a la LPC:

- Falta de información sobre la Carga Anual Equivalente (CAE) y el Costo Total del Crédito.
- Información importante para el consumidor en un formato de letra chica que resulta ilegible por ser inferior a 2,5 mm.
- Falta de Información Básica Comercial al no entregar parte de la información exigida en la Resolución Exenta N° 37 del año 2017, que dicta el Ministerio de Transporte y Telecomunicaciones, y que debe estar dispuesta en una nota al pie de la publicidad con un asterisco que señale: *“Valor obtenido en mediciones de laboratorio según el ciclo de ensayo de la Comunidad Económica Europea, homologadas en el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones”* y *“Más información en [www.consumovehicular.cl](http://www.consumovehicular.cl)”*.
- No informa precios.
- No informar stock disponible.
- Falta de información veraz y oportuna en relación a la vigencia de la promoción dado que la publicidad difunde como límite una fecha expirada en relación al día que el anuncio fue publicado.
- No informa el plazo en que se podrá reclamar el premio.
- Utiliza frase del tipo “imágenes referenciales”

Además, se constató la existencia de información susceptible de comprobabilidad.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

## Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional

**Cuadro N°3:** Observaciones a la publicidad automotriz en la Región de Coquimbo, periodo oct-nov 2017

OBSERVACIONES MOTIVO LEGAL LEY 19496 / Anunciante		Derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos Artículo 3 letra b)	Comprobabilidad Artículo 33	Tiempo y Plazo de Duración Artículo 35	Bases Artículo 35	Stock Artículo 35	Informa Precios Artículo 30	Uso de frase que indica imágenes referenciales Art. 12	Informa CAE cuando el ofrecimiento es en cuotas y/o con una tasa de un 0% o sin interés Art. 17G y el CTC	Cuando se informa Costo Total del Crédito (CTC), dicha información es legible o ilegible 3 inciso 2 letra a), 17A	
1	Automotora Musalem- Toyota Musalem	X	X	X	X	X	X		X	X	
2	Callegari Automotriz- Camioneta Mitsubishi L200	X									
3	Callegari Automotriz- Feria del Crédito	X	X					X	X	X	
Detección de Observaciones según artículo de la Ley N°19496		3	2	1	1	1	1	1	2	2	<b>14</b>
Porcentajes Observaciones		<b>17,6%</b>	<b>11,8%</b>	<b>5,9%</b>	<b>5,9%</b>	<b>5,9%</b>	<b>5,9%</b>	<b>5,9%</b>	<b>11,8%</b>	<b>11,8%</b>	

Fuente: Sernac

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

**Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional**

**5.1. Detalle de piezas analizadas**

**Figura N°1**

Anunciante: Automotora Camal Musalem – Toyota Musalem  
Medios: Diario El Ovallino y Diario el Dia (Fechas de difusión: 22-10-2017)

**Camal Musalem te lleva a Brasil**

**¿Como Participar?**  
Por la compra de tu TOYOTA 0 Km., participa del sorteo de un viaje para 2 personas con destino a Brasil. Acumula doble opción de ganar al tomar tu crédito MAF. Participación todas las ventas realizadas en nuestras sucursales Ovalle y La Serena, durante los meses de Octubre, Noviembre y Diciembre del 2017, sorteo se llevará a cabo el 31 de Diciembre de 2017 en la Sucursal de La Serena, todos los participantes están invitados a presenciar el sorteo.

**3 Cuotas Gratis**  
LA MEJOR OPCIÓN  
Túgale el Crédito, túgale el plazo de 36 o 48 Meses sin intereses. Elige los 3 Meses que NO pagues.

**TU RAV4 CON TASA PREFERENTE**  
RAV4 TASA PREFERENCIAL **0,99%**  
MENSUAL HASTA EL 30 DE SEPTIEMBRE  
CAF 13,59%

**LLÉVATE UNA HILUX PAGANDO SÓLO LA MITAD**  
Y LA OTRA MITAD EN 1 AÑO MÁS  
CON 0% DE INTERÉS

**AURIS LEI GMT**  
Tasa de Interés PREFERENCIAL **0,69%**

**Musalem**  
Av. Francisco de Aguirre 879 La Serena (51) 2548781  
Bogoteros La Serena +56 9 7268 8362  
Av. Aristóteles Ovalle (51) 2433226  
musalem.toyota camalmusalem.cl

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

## Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional

### Observaciones sobre la pieza publicitaria:

- La publicidad contiene información importante para el consumidor en letra chica que resulta ilegible por tamaño inferior a 2,5 mm para el Modelo Toyota Corolla. No es posible leer información de la elección de modalidad de pago, sólo la promoción de 3 cuotas gratis, la oferta de selección de color del automóvil y plazos de 30 a 60 meses a pagar.
- No informa precio
- Para el modelo RAV4 presenta fecha expirada para la promoción, “hasta el 30 de septiembre” siendo que el aviso corresponde al día 22/10/2017. Por otra parte indica tasa preferencial de 0,99%, con CAE 13,59%. No informa el Costo Total del Crédito (CTC). **La información que se omite es la de señalar el CTC según el artículo 34 del Reglamento de Información a los Consumidores de Tarjeta Bancarias y No Bancarias Reglamento de Tarjetas.**
- Para el modelo Hilux presenta información susceptible de comprobar “0% interés”.
- No informa la CAE ni el CTC.
- **Para el Modelo Auris LEI 6MT,** se trata de un automóvil con modelo único y el anunciante indica tasa preferencial de 0,69%. Este caso queda comprendido en el supuesto del artículo 17G de la LPC en cuanto a la obligación de informar la CAE y el CTC, información que no incluye, en conformidad a los artículos 3 inciso 2 letra a) y Artículo 34 del Reglamento de Información a los Consumidores de Tarjeta Bancarias y No Bancarias.
- No informa stock.
- No informa el plazo en que se podrá reclamar el premio.

**Se procederá a oficiar al proveedor en cuanto a las observaciones e infracciones detectadas.**

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

**Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional**

**Figura N°2**

Anunciante: Callegari – Modelo Mitsubichi.

Medios: Diario El Ovallino y Diario el Dia

Fecha de difusión: 22/10/2017



**Observaciones sobre la pieza publicitaria:**

- Respecto al rendimiento en consumo de combustible, la pieza publicitaria omite la información que debe ser incorporada en la nota al pie con (\*) relativa a: “Valor obtenido en mediciones de laboratorio según el ciclo de ensayo de la Comunidad Económica Europea, homologadas en el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones.” y “Más información en [www.consumovehicular.cl](http://www.consumovehicular.cl).”
- Se oficiará a la empresa solicitando incorporar información faltante

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

**Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional**

**Figura N°3**

Anunciante Callegari – Feria del Crédito

Medio: Diario El Día.

Fecha de difusión: 21-10-2017



**Observaciones sobre la pieza publicitaria:**

- Presenta frase susceptible de comprobabilidad "0% interés Peugeot" para el Modelo Peugeot 301.
- No informa la CAE ni el CTC dado otros costos asociados al crédito que no son explicitados en la promoción, como asimismo las cuotas a pactar para acceder a esta promoción.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

## Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional

- Indica que las imágenes son referenciales y pueden no coincidir con el modelo y valor publicado. Sólo especifica las condiciones de precio y financiamiento para el modelo All New Rio 5.

**Se procederá a oficiar al proveedor en cuanto a las observaciones detectadas.**

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

## Conclusiones

De acuerdo a la observación y análisis de la publicidad realizada en tres medios de prensa escrita regional, durante el periodo comprendido entre el 21 de octubre al 1 de noviembre, y en concordancia con las normas consagradas en la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, se detectaron una serie de desajustes de la publicidad del mercado automotriz en la Región de Coquimbo:

- En relación al contenido de la publicidad, la publicidad objetada presentó falta de información veraz y oportuna en relación a distintos aspectos, como por ejemplo, la vigencia de la promoción o el plazo para reclamar el premio en el caso de un concurso, falta de información sobre el precio y el stock. Además, se observó el uso de frase del tipo “imágenes referenciales”, que atenta contra la normativa en materia de consumo, dado que en esta materia lo exigible es que la foto corresponda efectivamente con el ofrecimiento que se está realizando, ya que es eso lo que el consumidor tiene derecho a exigir, ya que la incorporación de la frase por parte del proveedor no lo exime en el cumplimiento de lo ofrecido, ya que de otro modo, dicha conducta puede ser constitutiva de publicidad falsa o engañosa.
- En materia financiera también se evidenciaron desajustes, específicamente, falta de información sobre la CAE ni el CTC.
- Finalmente, respecto de la forma en que se encuentra dispuesta la información, se observó la existencia de información importante para el consumidor, en un formato de letra chica que resulta ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm).

Considerando estos resultados, el Servicio Nacional del Consumidor ejercerá acciones sobre los anunciantes. Oficiará a cada uno de ellos para exigir el ajuste de su publicidad, y a la vez solicitará información que compruebe cada una de las afirmaciones publicitarias.

Pretendemos como DR Coquimbo que al realizar un análisis a la publicidad e información entregada por los anunciantes a través de los medios de comunicación escrita regional, favorecerá a los consumidores contar con la información completa, verdadera y oportuna, según se encuentra estipulado en la LPC, respecto a factores importantes en las decisiones de consumo, como por ejemplo, las condiciones de venta y de créditos, los

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI

 <b>SERNAC</b> Servicio Nacional del Consumidor	Versión : 1.0	Estado: Vigente	Página 13 de 13
	<b>Estudio de la Publicidad en medios de prensa escrita regional</b>		

precios de los bienes y servicios ofrecidos, las características relevantes de éstos, su disponibilidad y, en caso de existir una promoción u oferta, información sobre las condiciones y bases de la misma.

De este modo, la revisión y evaluación periódica de la publicidad de proveedores hacia los consumidores de la Región de Coquimbo, permitirá a estos últimos realizar una compra informada y protegida.

	Elaboración	Revisión	Aprobación
Fecha	06.11.2017	19.12.2017	28.12.2017
Cargo	Profesional de Apoyo(JFY)	Directora Regional(PAZ)	DEI