



## Informe Publicidad de Viajes

### RESUMEN EJECUTIVO

- **El mercado turístico en Chile es un sector dinámico y de importancia para la economía del país.** Durante el año 2012 el número de chilenos que salieron al extranjero fue de 3.946.531, en tanto, se registraron 4.438.038 llegadas de chilenos a establecimientos de alojamiento turístico nacionales. Las divisas obtenidas el 2012 por concepto de turismo representan el 6,1% de los ingresos por exportaciones de cobre.<sup>1</sup>
- **Es necesario avanzar en la protección de los consumidores de viajes.** Entre Enero y Septiembre del año 2013, el Servicio Nacional del Consumidor recibió 10.664 quejas de los consumidores del mercado turístico y del transporte, un 16% más que durante el mismo período del año 2012. Las Líneas Aéreas concentran casi un 50% de los reclamos; le siguen los Servicios de Transporte de Buses; y en tercer lugar, las Agencias de Viajes, siendo la principal causa de reclamo el incumplimiento en las condiciones contratadas.<sup>2</sup>
- **Para la confección del informe se monitoreó y analizó un total de 28 piezas publicitarias, vinculadas a viajes, expuestas en prensa y televisión.** La observación se realizó en el período comprendido entre el 02 al 09 de Diciembre del año 2013. De estas 28 piezas, 6 presentan problemas de información.
- **5 proveedores serán oficiados por problemas en materias de información publicitaria: COCHA, POETT, LAN, LANTOURS Y MASTERCARD.** Se observan prácticas publicitarias que no cumplen con el principio de veracidad y oportunidad que deben tener los avisos publicitarios; información ilegible por escaso tiempo de exposición, uso de frases susceptibles de requerir comprobación y el incumplimiento de obligaciones de información en promociones cuando ésta consiste en concursos y sorteos.

**3 proveedores serán denunciados: LAN, LANTOURS Y TRAVEL SECURITY. En las piezas publicitarias se observa el ofrecimiento de pago en cuotas sin indicar CAE y CTC; no se informa debidamente el precio de los servicios.**

<sup>1</sup> [http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario\\_de\\_publicaciones/pdf/informe\\_anual\\_turismo\\_2012.pdf](http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/informe_anual_turismo_2012.pdf)

<sup>2</sup> <http://www.sernac.cl/ranking-enero-septiembre-sernac-entrega-cifras-de-reclamos-en-el-mercado-turistico-y-de-transporte/>



## Informe Publicidad de Viajes

**Cuadro 1. Observaciones a piezas de publicidad comercial de viajes**

Proveedor	Observación a publicidad comercial
COCHA	Vulnera el derecho a la información veraz y oportuna sobre las condiciones de la garantía y precio.
LAN	Informa la existencia de 1.200 cupos de viaje a Islas Galápagos a determinado precio, información que es susceptible de comprobación. No informa precio completo.
LANTOURS	No informa precio completo. Informa la existencia de 350 cupos para Cancún, información que es susceptible de comprobación No informa CAE ni CTC.
TRAVEL SECURITY	No informa CAE ni CTC.
MASTERCARD	Información ilegible por escaso tiempo de exposición.
POETT	Presenta promoción consistente en un concurso; sin embargo, no informa plazo en que el/la ganador/a podrá reclamar el premio.





## Informe Publicidad de Viajes

### 1. INTRODUCCIÓN

El presente informe muestra los resultados del monitoreo y análisis de la publicidad comercial de viajes, realizado por el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) y tiene por objeto evaluar la Publicidad sobre Viajes en conformidad a las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores. La observación se efectuó sobre una muestra de piezas publicitarias exhibidas en prensa y televisión en el período comprendido entre el del 02 al 09 de Diciembre del año 2013.

El mercado turístico en Chile es un sector dinámico y de importancia para la economía del país. Cifras del Instituto Nacional de Estadísticas (INE) y el Servicio Nacional de Turismo (Sernatur) señalan que en el año 2012 los ingresos de divisas por turismo receptivo representaron el 6,1% de los ingresos por exportaciones de cobre; el 59,6% de los provenientes del sector frutícola; el 77,6% de las exportaciones de celulosa, papel y otras, y el 89,1% a los de salmón y trucha; superando en un 41,5% a los ingresos por exportaciones de vino<sup>3</sup>. Las mismas fuentes indican que ese año el número de chilenos que salieron al extranjero fue de 3.946.531. Así mismo, las estadísticas de turismo interno muestran un total de 4.438.038 llegadas de chilenos a establecimientos de alojamiento turístico lo que implica la existencia de un traslado.

Son cifras optimistas para la economía del país; sin embargo, es necesario avanzar en la protección de los consumidores de este tipo de mercado. En efecto, entre Enero y Septiembre del año 2013, el Sernac recibió 10.664 quejas de los consumidores, un 16% más que durante el mismo período del año 2012. Las Líneas Aéreas concentran casi un 50% de los reclamos; le siguen los Servicios de Transporte de Buses; y en tercer lugar, las

<sup>3</sup> [http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario\\_de\\_publicaciones/pdf/informe\\_anual\\_turismo\\_2012.pdf](http://www.ine.cl/canales/menu/publicaciones/calendario_de_publicaciones/pdf/informe_anual_turismo_2012.pdf)



## Informe Publicidad de Viajes

Agencias de Viajes, siendo la principal causa de reclamo el incumplimiento en las condiciones contratadas<sup>4</sup>.

### 2. OBJETIVOS

a) Objetivo General:

Analizar la publicidad comercial de viajes en conformidad a las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

b) Objetivos Específicos:

- Identificar las principales transgresiones y/o falencias informativas de este tipo de publicidad.
- Ejercitar una vigilancia activa de la publicidad comercial según los Requerimientos Institucionales.

---

<sup>4</sup> <http://www.sernac.cl/ranking-enero-septiembre-sernac-entrega-cifras-de-reclamos-en-el-mercado-turistico-y-de-transporte/>



## Informe Publicidad de Viajes

### 3. METODOLOGÍA

- Tipo de estudio: Descriptivo.
- Población: Anuncios publicitarios comerciales referidos al mercado de viajes exhibido en prensa y televisión en el período comprendido entre el 02 al 09 de Diciembre del año 2013.
- Muestra: 28 piezas publicitarias de prensa y televisión

El Observatorio definió 2 dimensiones para consolidar las observaciones registradas en el período de muestreo:

1. Forma de entrega de la información (Presencia y legibilidad de condiciones claramente observables).
2. Contenido de la información (falta de información relevante y comprobabilidad de la promesa publicitaria).







## Informe Publicidad de Viajes

precio del servicio, por cuanto contiene información destacada de manera importante en una unidad monetaria distinta de la moneda de curso legal.

- Se debe comprobar la información contenida en letra chica, en cuanto señala que para el destino al valor publicado, existen sólo 1.200 cupos.

**Evidencia:** Frase “Sólo 1.200 cupos aéreos disponibles”.

### • Pieza N° 3: LANTOURS

- El precio no es informado de la manera como lo exige la Ley N° 19.496, por cuanto el precio debe comprender el valor total del bien o servicio, incluidos los impuestos correspondientes, y en este caso no incluye la tasa de embarque.
- Además, la publicidad vulnera el derecho de información veraz y oportuna en cuanto al precio del servicio, por cuanto contiene información destacada de manera importante en una unidad monetaria distinta de la moneda de curso legal.
- No informa CAE ni CTC

**Evidencia:** Frase “3 cuotas sin interés”.

- Se debe comprobar la información contenida en letra chica, en cuanto señala que “Solo 350 cupos aéreos para Cancún, cupos limitados, sujetos a disponibilidad al momento de realizar la compra”



## Informe Publicidad de Viajes

- **Pieza N° 4: TRAVEL Security**

- Ofrece pago en cuotas sin indicar CAE ni CTC

**Evidencia:** Frase “3 cuotas sin interés”.



- **Pieza N° 5: MASTERCARD**

- Información ilegible por tiempo de exposición, en efecto la información solo es visualizada por escasos segundos que no permiten acceder a ella.

**Evidencia:** 2 segundos de exposición en pieza audiovisual.



- **Pieza N° 6: POETT**

- La promoción consiste en un concurso. En él no se informa plazo en que el/la ganador/a podrá reclamar el premio.

**Evidencia:** Pieza audiovisual.







## Informe Publicidad de Viajes

### CONCLUSIONES

Los viajes de los chilenos presentan una marcada estacionalidad concentrándose en los meses estivales, por lo que resulta de importancia a efectos de la protección de los consumidores, que el Servicio Nacional del Consumidor observe la publicidad de este mercado en momentos que comienza a ampliarse a oferta de viajes.

Los resultados del monitoreo y análisis de las piezas publicitarias comerciales del mercado de viajes realizado por el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales del Servicio Nacional de Consumidor, develan la existencia de prácticas publicitarias que no cumplen con el principio de veracidad y oportunidad que deben tener los avisos publicitarios; el uso de frases susceptibles de requerir comprobación; el incumplimiento de obligaciones de información en promociones cuando éste consiste en concursos y sorteos; ofrecimiento de pago en cuotas sin indicar CAE y CTC; no informar debidamente el precio de los servicios; y, la ilegibilidad de información escrita dado su escaso tiempo de exposición.

En este sentido, y en atención a la evidencia producida por el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales, el Sernac oficiará a 5 proveedores por problemas en materias de información publicitaria (COCHA, POETT, LAN Y LAUTOURS Y MASTERCARD), mientras que denunciará a 3 proveedores que presenta publicidad comercial que incumple lo señalado en la LPC (LAN, LANTOURS, TRAVEL SECURITY).



## Informe Publicidad de Viajes

### ANEXO N°1:

#### CONCEPTOS CLAVE DEL INFORME

- 1. PUBLICIDAD:** El artículo 1 número 4 de la LPC define publicidad como “la comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28”.
- 2. PRINCIPIO DE VERACIDAD:** Los avisos publicitarios deben ser verdaderos y oportunos, tanto en su forma como en su contenido. Son contrarios a este principio los actos de publicidad falsos o engañosos, así como aquellos que inducen a confusión a los consumidores.
- 3. PRINCIPIO DE COMPROBABILIDAD:** Quienes realicen publicidad deben estar en condiciones de comprobar las afirmaciones acotables y susceptibles de ser medidas o cuantificadas que la publicidad contenga, siendo esto especialmente sensible en materia de “absolutos publicitarios”, “publicidad comparativa” y “publicidad basada en precios”.



## Informe Publicidad de Viajes

### ANEXO N° 2:

### PIEZAS PUBLICITARIAS OBSERVADAS EN EL INFORME

**¡ES TU OPORTUNIDAD DE VIAJAR A MÉXICO!**

**MÉXICO RIVIERA MAYA**  
HOTEL GRAND SAHARA PRINCE RIVIERA MAYA

Incluye:  
 • Vuelo directo Charter COCHA  
 • Traslados  
 • 7 comidas  
 • Sistema todo incluido  
 • Asistencia en viaje  
 • Seguridad de cobra

desde **US\$ 1.820 (\$979.160)**  
por persona por noche\*

**MÉXICO CANCÚN**  
HOTEL BARCELÓ COSTA CANCÓN

Incluye:  
 • Vuelo directo vía Lat  
 • Traslados  
 • 7 comidas  
 • Sistema todo incluido  
 • Asistencia en viaje

desde **US\$ 1.854 (\$997.452)**  
por persona por noche\*\*

**MÉXICO CANCÚN**  
HOTEL PARADISE CANCÓN

Incluye:  
 • Vuelo directo vía Lat  
 • Traslados  
 • 7 comidas  
 • Sistema todo incluido  
 • Asistencia en viaje

desde **US\$ 1.965 (\$1.057.170)**  
por persona por noche\*\*

TENEMOS SÓLO 3 SEMANAS DE VACACIONES AL AÑO. NO DEJEMOS QUE LAS PLANIFIQUE CUALQUIERA.

**México**  
VIVIRLO PARA CREERLO

ELIGE BIEN. VIAJA CON EL EXPERTO. | **COCHA**  
AN DE CUESTO VIAJAR

COMPRA TU VIAJE EN: ▶ NUESTROS SICURSIALES 2 464 10 00 ▶ COCHA.COM ▶ TIENDAS RIPLEY  
 ▶ 600 464 13 00 ▶ 1 1000 SIGUENOS EN: f t

\*Plan familiar: 2 adultos + 1 niño de 2 a 4 años + 1 niño de 3 a 13 años, compartiendo habitación. \*\*Plan familiar: 2 adultos + 2 niños de 2 hasta 13 años, compartiendo habitación. \*\*\*Plan familiar: 2 adultos + 2 niños de 3 a 11 años, compartiendo habitación. Valores sujetos a disponibilidad. Precios calculados al tipo de cambio de \$538 por US\$, vigente al 05/12/2013, pudiendo variar según la fecha de compra. Los valores están sujetos a las restricciones de cada clase o categoría y disponibilidad vigente al 05/12/2013.



## Informe Publicidad de Viajes

**DESTINO DEL MES ECUADOR**

# ¡SALVAJE!

Compra hasta el 30 de diciembre y vuela desde el 15 de marzo hasta el 20 de octubre de 2014.\*

COMPRA EN: LAN.com / Oficinas de Venta LAN / Agencias de Viaje

**GALÁPAGOS**

DESDE **US\$ 379**

**\$ 201.249\*\***

O DESDE 30.000 KMS. LANPASS

Más tasas de US\$ 87\*\*\* por persona.

lan.com

Precios válidos sólo para salidas desde Santiago. Sólo 1.200 cupos aéreos disponibles. Al comprar en Oficinas de Venta LAN y a través del Contact Center LAN debes pagar un cargo por servicio de \$ 18.585\*\* dependiendo del destino. Para compras en Agencias de Viaje, consulta por cobros aplicables. Consulta por las fechas específicas de vuelo y cupos de cada destino en [www.lan.com/terminosycondiciones](http://www.lan.com/terminosycondiciones), Oficinas LAN y Agencias de Viaje. (\*\*) Precios en pesos calculados a tipo de cambio \$ 531, vigente hasta el 15 de diciembre de 2013 pudiendo variar según fecha de compra. (\*\*\*) Las tasas son determinadas por autoridades competentes de cada país y pueden cambiar su valor.

Una empresa del GRUPO | security

➔ ¿QUIERES LA MEJOR OPCIÓN PARA VIAJAR ELIGIENDO FECHAS Y HOTELES?

✓ **TODAVÍA PUEDES.**

<b>BAYAHIBE</b> 8 DÍAS 7 NOCHES Desde <b>\$1.042.965</b> USD 1.935 Precio final por persona en plan familiar, salidas 12 y 28 de enero, 3 de febrero de 2014 vía COPA.	<b>PLAYA DEL CARMEN</b> 8 DÍAS 7 NOCHES Desde <b>\$1.239.161</b> USD 2.299 Precio final por persona en plan familiar, salidas 19, 21, 26 de enero, 2, 9, 17 de febrero de 2014 vía COPA.
<b>HABANA-VARADERO</b> 8 DÍAS 7 NOCHES Desde <b>\$1.148.609</b> USD 2.131 Precio final por persona en habitación doble, salidas 16 y 30 de enero, 12 y 16 de febrero de 2014 vía COPA.	<b>PUNTA CANA</b> 8 DÍAS 7 NOCHES Desde <b>\$1.047.277</b> USD 1.943 Precio final por persona en base a plan familiar, salidas 22, 23 y 28 de enero, 1, 9 y 18 de febrero de 2014 vía COPA.

Compra en [travelsecurity.cl](http://travelsecurity.cl) o llamándonos al: **2584 34 00**

HAZ TODO CON TARJETA La evolución del dinero

**3 CUOTAS**

quieres, puedes **TRAVEL security**

Valor plan familiar aplica sólo a 2 adultos viajando con 2 niños de hasta 11 años en la misma habitación. Valores incluyen impuestos hoteleros y cargo por combustibles e impuestos de aeropuerto. Cupos confirmados y limitados hasta agotar stock o hasta el 15 de diciembre 2013. Stock: 6 cupos por programa. Tipo de cambio al 2 de diciembre 2013, de \$539 pesos por dólar americano. Traslados aeropuerto / hotel / aeropuerto son en servicio regular. Todos los pasajes son en clase económica y no permiten devolución ni cambios una vez emitidos.



# Informe Publicidad de Viajes

**LANTOURS**  
Re•nueva tu vida

**¡Apúrate, el verano ya llegó!**  
**Un buen verano te recarga de energía**

**8 CUPOS LIMITADOS**  
**PLAYA DEL CARMEN**

• Pasaje a Carmen vía Lima • Transfer en servicio regular • 7 noches en hotel seleccionado • Seguro Todo Incluirse • Asistencia en Viaje

Salidas: 15, 16, 17, 22, 23 y 24 de marzo de 2014\*

Hotel Viva Wyndham Maya r/w	US\$ <b>1.629</b>
	\$ 851.967** Plan Familiar Más taxes de US\$ 27** por persona.
Hotel Viva Wyndham Azteca r/w	US\$ <b>1.665</b>
	\$ 870.795** Plan Familiar Más taxes de US\$ 27** por persona.

Preços por persona en base a Plan Familiar consisten 2 adultos y 2 niños.

Consulta por más destinos disponibles en:  
LANTOURS | 800 000 000 | 02 2222 2222 | 02 2222 2222 | 02 2222 2222

Ver condiciones de programas, fechas de venta y otros términos en:  
[www.lan.com/terminosycondiciones](http://www.lan.com/terminosycondiciones) - Oficinas de Venta LAN - Agencias de Viaje.

Preços válidos sólo para salidas desde Santiago. Póda 300 meses antes para Carmen, meses de salida, según a disponibilidad el momento de realizar la compra. Programa disponible hasta 30 días antes de la fecha de viaje o hasta agotar stock de cupos. Tarifa aplicable en dólares y pesos. Tarifa de emisión para tarjeta de crédito de acuerdo a política de la entidad emisora y disponibilidad de instituciones, tarjeta o crédito. Al comprar en Oficinas de Venta LAN y a través del Centro de Atención al Cliente LAN debes pagar un cargo por servicio de \$ 2.000. Consulta por los valores que corresponden en tu Agencia de Viaje. \*\*Preços en pesos chileno al tipo de cambio \$ 851, según tasa de \$ 1 de diciembre de 2013, cualquier variación según fecha de compra. \*\*\*Las taxes son determinadas por autoridades competentes de cada país y pueden cambiar en todo momento. Preços de programas por persona en Plan Familiar según en base a 2 adultos y 2 menores de hasta 12 años, con excepción de algunas habitaciones de los hoteles. Seguro Todo Incluirse: Seguro de accidentes y salud, asistencia médica, repatriación y no asistidos, a disposición de los representantes del hotel según sus políticas de operación.





## Informe Publicidad de Viajes

