

MINUTA DE PUBLICIDAD DE INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR

1. Presentación

La Ley General de Educación N° 20.370 en sus artículos 3° y 4°, establecen que la educación y la libertad de enseñanza son un derecho de todas las personas. Dichos artículos señalan:

Artículo 3º.- El sistema educativo chileno se construye sobre la base de los derechos garantizados en la Constitución, así como en los tratados internacionales ratificados por Chile y que se encuentren vigentes y, en especial, del derecho a la educación y la libertad de enseñanza (...).

Artículo 4º.- La educación es un derecho de todas las personas. Corresponde preferentemente a los padres el derecho y el deber de educar a sus hijos; al Estado, el deber de otorgar especial protección al ejercicio de este derecho y, en general, a la comunidad, el deber de contribuir al desarrollo y perfeccionamiento de la educación.

El sistema educativo se ubica en un entorno gobernado por mecanismos de mercado¹, donde las Instituciones de Educación Superior (IES), entiéndase Universidades, Institutos Profesionales y Centros de Formación Técnica, compiten por la obtención de mayores recursos y estudiantes, desarrollando una oferta académica que es promovida, junto con diversos incentivos y contratos, a través de publicidad masiva.

La publicidad en el sistema de educación, constituye una estrategia que tiene por objeto persuadir a potenciales estudiantes a que elijan los beneficios que ofrece la Institución anunciante. Se componen de un elemento subjetivo y otro objetivo. El primero, busca la motivación o seducción dirigida al consumidor mediante recursos simbólicos, destacando cualidades de la universidad y las posibilidades de crecimiento personal y laboral del futuro estudiante. El segundo, informa sobre los atributos de la IES así como de los programas y servicios que ofrece, los cuales según nuestro ordenamiento jurídico deben ser susceptibles de comprobabilidad.

Los estudiantes y sus familias deben contar con información fidedigna a su alcance para una decisión informada y coherente con sus expectativas y posibilidades. Dentro de los indicadores relevantes respecto de los atributos de una IES, lo constituyen aquellos que derivan del proceso de acreditación² que resulta en una certificación de calidad de la

¹ Brunner, J.J. (2007). Mercados universitarios: el nuevo escenario de la educación superior, Santiago: Ediciones Universidad Diego Portales.

² La acreditación es la certificación pública que otorga la Comisión Nacional de Acreditación a las instituciones, programas de pregrado y programas de postgrado que cumplen con criterios de calidad previamente definidos. Se obtiene como resultado de un proceso voluntario, no obstante, al adoptar el procedimiento, la institución y/o programa de formación académica queda sujeta a las disposiciones de la Ley N° 19.129 que

gestión interna de las universidades, denominada Acreditación Institucional, así como también, la acreditación de carreras, acreditación de programas de postgrado y acreditación de especialidades del área de salud.

Para tales efectos, la Comisión Nacional de Acreditación de Chile (CNA), imparte en la Circular N° 19 de fecha 26 de junio de 2013³, instrucciones de carácter general a las IES sobre la forma y oportunidad en que deberán informar al público respecto de los procesos de acreditación institucional, pregrado, postgrado y especialidades en el área de salud, esto es, en la publicidad que realicen⁴.

Considerando la normativa anterior, la información sobre la acreditación de una IES constituye Información Básica Comercial (IBC), y por tanto, en los casos que corresponda, esto es, cuando una IES se someta al proceso de Acreditación, es información que debe estar a disposición del público en la publicidad que divulguen las IES.

El presente documento contiene los resultados del estudio de la publicidad de las IES, difundida en medios de prensa de circulación nacional en periodo comprendido entre el 1 de noviembre y el 6 de diciembre. El análisis, realizado sobre un total de 54 piezas publicitarias considera el Derecho Básico e Irrenunciable de los Consumidores a la Información Veraz y Oportuna, consagrado en la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (LPDC), derecho que se ve resguardado por la existencia de Información Básica Comercial, en este caso aquella referida a la Acreditación en sus diferentes modalidades, pero también con el elemento objetivo de la publicidad cual es la información veraz, expresada en este tipo de publicidad en forma de diversos atributos u ofrecimientos realizados por la IES responsable de la publicidad.

establece un Sistema Nacional de Aseguramiento de la Calidad de la Educación, así como otras normas afines como la Circular N° 19, la cual imparte instrucciones sobre la forma y oportunidad en que deberán informar sobre el estado de acreditación.

³ CNA, Circular N° 19. www.cnachile.cl/Documentos%20de%20Paginas/circular19.pdf, revisado con fecha 12 de diciembre de 2017.

⁴ Para los efectos del presente estudio, se consideran los puntos N° 2 y 3 de la mencionada Circular, de la publicidad de acreditación y sobre uso de isologo de la CNA y formato de la información, agregando la especificación contenida en el punto 1.2.4 para aquellos casos en que se publicite más de dos carreras y/o programas de pregrado, postgrado o especialidad del área médica, o todos ellos en el mismo aviso y que la diagramación no permita incorporar de manera clara la información sobre su estado de acreditación.

2. Objetivos

- A. Analizar la publicidad de Instituciones de Educación Superior difundida en medios de prensa escrita de circulación nacional;
- B. Vigilar el cumplimiento de la publicidad con las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496 y otras normas sectoriales, como la Circular N° 19 de la Comisión Nacional de Acreditación;
- C. Identificar las infracciones a las prácticas comerciales contenidas en este tipo de publicidad; y,
- D. Definir acciones que permitan corregir prácticas publicitarias y mejorar la disponibilidad de información en materia de Educación Superior.

3. Metodología

La metodología consistió en el análisis de contenido de las piezas publicitarias de diversas IES, difundidas a través de medios de prensa escrita de circulación nacional. Las piezas fueron levantadas, registradas y analizadas por la Unidad de Análisis Publicitario y Prácticas Comerciales del Servicio Nacional del Consumidor. A efectos de evaluar el cumplimiento de la publicidad con la normativa vigente, tanto con la LPDC en materia de consumo, como aquella de tipo sectorial emanada de la Circular N° 19 de la CNA-Chile, se procedió a registrar en relación a cada pieza individual, la existencia o ausencia de infracción a las normas que en materia publicitaria, contiene la LPDC, a la vez, el cumplimiento o incumplimiento, según corresponda, de las directrices dictadas en la Circular N° 19 sobre la publicidad de la acreditación en términos de acreditación institucional, pregrado, postgrado y especialidades en el área de salud, esto es, en la publicidad que realicen.

3.1. Selección de las piezas publicitarias

En el periodo comprendido entre el 1 de noviembre y el 6 de diciembre del año 2017, la Unidad de Análisis Publicitario y Prácticas Comerciales levantó un total de 54 piezas publicitarias correspondientes a 24 Instituciones de Educación Superior:

CUADRO 1
Listado de IES

	Instituciones de Educación Superior
1	AIEP
2	Cenco CFT
3	Duoc UC
4	Instituto Profesional Arcos
5	Instituto Profesional IPP
6	Santo Tomás
7	Universidad Adolfo Ibáñez
8	Universidad Alberto Hurtado
9	Universidad Andrés Bello
10	Universidad Autónoma de Chile
11	Universidad Bernardo O'Higgins
12	Universidad Católica del Maule
13	Universidad Católica Silva Henríquez
14	Universidad Central
15	Universidad de Chile
16	Universidad de La Frontera
17	Universidad de Santiago de Chile
18	Universidad de Valparaíso
19	Universidad del Desarrollo
20	Universidad Diego Portales
21	Universidad Mayor
22	Universidad San Sebastián
23	Universidad Tecnológica de Chile
24	UTEM

Fuente: SERNAC 2017

4. ANÁLISIS

El estudio detectó que la publicidad difundida por 8 de las 24 IES incluidas en el estudio, que representa el 33,3%, presenta observaciones respecto a la información que deben proporcionar en la publicidad sobre el estado de acreditación según se exige en la Circular N° 19 y/o desajustes en relación a las normas que en materia publicitaria están consagradas en la LPDC, en particular, al Derecho a la Información Veraz y Oportuna.

4.1. La publicidad y la normativa contenida en la Circular N° 19: disponibilidad de información al público sobre estado acreditación de la IES

En relación a la información sobre acreditación de carreras, acreditación de programas de postgrado y acreditación de especialidades del área de salud, el análisis no detectó observaciones o desajustes. No obstante, en el caso de la información sobre acreditación institucional, se constató que algunas piezas publicitarias no presentaron esta información en la forma que exige la Circular N° 19.

En efecto, se detectaron piezas publicitarias que presentando esta información no lo hacían en forma adecuada o no lo informaron en la publicidad difundida. Sin embargo, como se observa en el Cuadro 1, la mayoría de las piezas publicitarias bajo estudio se ajustaron a la normativa en cuanto a disponibilidad en la publicidad de la información sobre la acreditación institucional.

CUADRO 1
Información sobre Acreditación Institucional en las piezas publicitarias incluidas en el estudio

Acreditación Institucional	Frecuencia	%
Cumple	41	75,9%
Cumple con Observaciones	9	16,7%
No cumple	2	3,7%
No aplica	2	3,7%
TOTAL	54	100%

Fuente: SERNAC 2017

4.2. La publicidad de las IES y la normativa dispuesta en la LPDC

El estudio destaca el Derecho a la Información Veraz y Oportuna, consagrado en LPDC, el cual ve resguardado por la existencia de Información Básica Comercial, que en este caso es aquella referida a la Acreditación en sus diferentes modalidades, pero también se refiere este derecho a la información veraz respecto de diversos atributos u ofrecimientos realizados por la IES a través de la publicidad.

Como se observa en el Cuadro 2, la mayoría de las observaciones se refiere a la presencia de información relevante para el consumidor, en general información sobre la acreditación, en un formato de letra que resulta ilegible o dificulta el adecuado acceso a ella por parte de los consumidores, o bien, la ausencia de dicha información. En menor medida, se observa falta de información veraz y oportuna, frases susceptibles de comprobabilidad, falta de Información Básica Comercial y el uso de frases restrictivas.

CUADRO 2
Observaciones sobre la publicidad de IES en relación a la LPDC

Observaciones LPDC	Frecuencia
Letra ilegible (tamaños, contraste y/o duración)	9
Falta de información veraz y oportuna	4
Frases susceptible de comprobabilidad	3
IBC	2
Frases restrictivas	1

Fuente: SERNAC 2017

4.3. Análisis de piezas publicitarias e IES

Imagen 1

Anunciante: CFT CENCO

Medio: La Cuarta

Fecha de difusión: 25-11-2017



ESTUDIA UNA CARRERA
TÉCNICA DE NIVEL SUPERIOR

CFT CENCO.cl
DEMOCRATIZAMOS TUS OPORTUNIDADES

100% ONLINE

- ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
- ADMINISTRACIÓN PÚBLICA
- ADMINISTRACIÓN DE RECURSOS HUMANOS
- CONTABILIDAD GENERAL
MENCION CONTABILIDAD PÚBLICA
- TRABAJO SOCIAL

MATRICÚLATE GRATIS
HASTA EL 31 DE DICIEMBRE DE 2017
Y ACCEDE A UNA
BECA DE HASTA
50%^(*)
DEL ARANCEL

(*) Más info o Ayuda: 2 2213 6992 / admission@cftcencco.com

CENCO
CENTRO DE FORMACIÓN TÉCNICA
INSTITUCIÓN RECONOCIDA POR EL MINISTERIO DE EDUCACIÓN

Admisión WhatsApp
+569 6893 1249

Observaciones: La publicidad ofrece una promoción u oferta consistente en matrícula gratis hasta el 31 de diciembre de 2017, agregando mediante una tipografía destacada “Y ACCEDE A UNA BECA DE HASTA 50% DEL ARANCEL” sin indicar las condiciones de acceso al descuento de hasta 50% del valor del arancel. Por tanto, se observa **falta de información veraz y oportuna sobre las condiciones de la promoción.**

Imagen 2

Anunciante: Universidad
Bernardo O'Higgins (UBO)
Medio: La Tercera
Fecha de difusión: 24-11-2017

UNIVERSIDAD BERNARDO O'HIGGINS | ADMISIÓN 2018 | UNIVERSIDAD ACREDITADA

MATRÍCULAS ABIERTAS

91% empleabilidad al 1er año de egreso		
	97 convenios con instituciones internacionales	
82% retención al primer año	95% carreras acreditadas	
	20.967 m ² áreas verdes	

Infórmate de los requisitos y cupos en www.ubo.cl / 600 366 5555

Observaciones: La publicidad contiene frases susceptibles de comprobabilidad:
"91% empleabilidad al 1er año de egreso" y "95% de carreras acreditadas"

Imagen 3

Anunciante: Universidad

Central

Medio: La Tercera

Fecha de difusión: 22-11-2017

ADMISIÓN 2018

PARA MÍ
UNA CARRERA
ACREDITADA
ES CENTRAL

85,8%	67%	85,3%	273
de carreras acreditadas del total de carreras acreditables	de académicos con postgrado	de empleabilidad al primer año de egreso	convenios internacionales

ACREDITADA
Según Consejo Nacional de Acreditación
HASTA DICIEMBRE 2017

ucentral.cl/admision

ADSCRITA al SISTEMA ÚNICO DE ADMISIÓN del CRUCH

UNIVERSIDAD CENTRAL
INDEPENDENCIA • PLURALISMO • COMPROMISO

Observaciones: La publicidad contiene frases susceptibles de comprobabilidad: “85,3% empleabilidad al 1er año de egreso”, “67% de académicos con postgrado” y “85,3% de carreras acreditadas del total de carreras acreditables”

Imagen 4

Anunciante: Universidad de La
Frontera

Medio: La Tercera

Fecha de difusión: 26-11-2017



Observaciones: La publicidad no informa el estado de su acreditación institucional, por tanto, presenta **falta de Información Veraz y Oportuna** respecto de su acreditación y, en consecuencia, **falta de Información Básica Comercial**.

Imagen 5

Anunciante: Universidad Santo

Tomás

Medio: La Tercera

Fecha de difusión: 29-11-2017

PROFESIONALES SIN LÍMITES POSTGRADOS 2018

ÁREA DE ADMINISTRACIÓN

- Magíster en Administración de Empresas (MAE). Doble grado con Licenciatura (Licenciatura en Ingeniería Civil, Ingeniería Geológica de Agua Caliente y la Ingeniería de Energía de Caliente Térmica)
- Magíster en Gerencia de Recursos Humanos
- Magíster en Gestión de la Innovación Empresarial
- Magíster en Gestión Internacional de Negocios

ÁREA DE CIENCIAS

- Licenciatura en Conservación y Gestión de la Biodiversidad

ÁREA DE CIENCIAS SOCIALES

- Magíster en Gerencia Hospitalaria y la Gestión Clínica (G y G) a nivel Doctoral grado con Universidad de Magalanes (UMAG)
- Magíster en Gestión de Recursos
- Magíster en Intervenciones a Escuelas Avanzadas en Trabajo Social
- Magíster en Psicología Clínica y Psicoanálisis
- Magíster en Psicología Organizacional, Atención al Cliente, Investigación y Gestión de Recursos
- Magíster en Salud Ambiental y Comunitaria

ÁREA DE DERECHO

- Magíster en Derecho de la Empresa y de las Negocios Internacionales
- Magíster en Derecho Laboral, Comercio Exterior
- Magíster en Derecho Político
- Magíster en Derecho y Gestión del Estado, Atención en Responsabilidad Social

ÁREA DE EDUCACIÓN

- Magíster en Educación, mención Gestión Educativa Escolar
- Magíster en Educación, mención Gestión Educativa
- Postítulo en Discapacidad Individual con el Riego Inclusivo
- Postítulo en Estudios de la Maestría en Educación Básica
- Postítulo en Estudios de la Ingeniería en Educación Preescolar y Básica

ÁREA DE MEDICINA VETERINARIA

- Magíster en Ciencias Médicas Veterinarias, mención Avances de Diagnóstico
- Magíster en Ciencias Médicas Veterinarias, mención Medicina y Clínica de la Equina
- Magíster en Medicina Preclínica de Neumología

ÁREA DE INGENIERÍA INDUSTRIAL

- Magíster en Ingeniería Industrial, Gestión e Innovación
- Magíster en Postgrado de Ingeniería Industrial

ÁREA DE SALUD

- Magíster en Ciencias de la Actividad Física y Deporte Aplicadas al Desempeño, Rehabilitación y Alto Rendimiento. Doble grado con Licenciatura de Pedagogía, Especialización en Pedagogía con el Consejo Superior de Chile (CSC)
- Magíster en Gerencia Médica para la Aplicación en el Laboratorio Clínico e Investigación
- Magíster en Gerencia Médica, mención en Estudios de la Gerencia en el Adulto
- Magíster en Gerencia Médica, mención en Estudios de la Gerencia en el Adulto
- Magíster en Gerencia Médica, mención en Estudios de la Gerencia en el Adulto
- Magíster en Gerencia Médica, mención en Estudios de la Gerencia en el Adulto
- Magíster en Gerencia Médica, mención en Estudios de la Gerencia en el Adulto
- Magíster en Gerencia Médica, mención en Estudios de la Gerencia en el Adulto

CONSEJO MÚLTIPLE MESTRADO PROFESIONAL ACREDITADO EN POSTGRADOSUSTCL

POSTGRADOSUSTCL

@postgradoustcl | #postgradoustcl

ACREDITADA

CONSEJO MÚLTIPLE MESTRADO PROFESIONAL ACREDITADO EN POSTGRADOSUSTCL

ÁREA: ARIQUE, ANTOFAGASTA, COPIAPÓ, LA SERENA, VÍÑA DEL MAR, SANTIAGO, TALCA, CONCEPCIÓN, LOS ANGELES, TOMECA, VALDIVIA, DIGNO, PUERTO MONTT

Observaciones: La publicidad contiene **información importante para el público, dispuesta en forma vertical y letra pequeña**, cuestión que dificulta su lectura. **Dicha frase, contiene elementos restrictivos** dado que señala: *“Universidad Santo Tomás solo se obliga a otorgar servicios en los términos indicados en el respectivo contrato y se reserva el derecho a modificar la oferta académica”*. Cabe señalar que la LPDC señala que se entenderán incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad, cuestión que en este caso, consiste en la oferta académica expresada en la publicidad. Además, es deber de profesionalidad del proveedor, conocer las posibilidades de concretar lo ofrecido, o al menos, indicar las condiciones mínimas para ejecutarla, como por ejemplo, ocurre cuando se requiere un mínimo de estudiantes matriculados en un determinado programa académico.

Imagen 6

Anunciante: Universidad Santo

Tomás

Medio: La Tercera

Fecha de difusión: 17-11-2017

MATRÍCULA **COSTO CERO*** HASTA EL 02 DE DICIEMBRE 2017

NUESTRO SELLO EN CIFRAS

SANTO TOMÁS

80%
DE LOS ALUMNOS ESTUDIA CON BECA O FINANCIAMIENTO

MÁS DE 138 MIL TITULADOS

MÁS DE 92 MIL ALUMNOS

100% INSTITUCIONES ACREDITADAS
UNIVERSIDAD, INSTITUTO PROFESIONAL, FORTALECIMIENTO DE FORMACIÓN TÉCNICA, SANTO TOMÁS EN ACCIÓN INSTITUCIONAL, COCENSA DE PREGRADO

77%
DE LOS ALUMNOS ESTUDIA UNA CARRERA ACREDITADA

PRESENTA REGIONAL **23 SEDES** DE ARIKA A PUNTA ARENAS

*Sin descuento. Anuncio 07/11/2017 a 02 de diciembre 2017.

ACREDITADA ACREDITADO ACREDITADO TUPUEDES.cl

SELLO SANTO TOMÁS

Observaciones: La publicidad contiene frases susceptibles de comprobabilidad: “80% DE LOS ALUMNOS ESTUDIO CON BECA O FINANCIAMIENTO” y “77% DE LOS ALUMNOS ESTUDIA UNA CARRERA ACREDITADA”. Además, presenta **Falta de información veraz y oportuna**, esto en relación a que la publicidad señala como periodo de acreditación institucional a aquel comprendido entre el octubre de 2017 hasta octubre de 2020, mientras que según la información proporcionada por la CNA, a través de su sitio web www.cna.cl, la certificación aplica desde 09/12/2017 hasta 09/12/2020.

Imagen 7

Anunciante: Instituto Profesional

Medio: La Cuarta

Fecha de difusión: 27-11-2017

ES TU MOMENTO de Crecer
Nuestros futuros técnicos y profesionales recomiendan la Modalidad Online Plus

16 Carreras Técnicas
*con posibilidad de Continuidad de Estudios**

- Técnico en Servicio Social
- Técnico en Admin. de Empresas mención Marketing
- Técnico en Admin. de Empresas mención Finanzas
- Técnico en Admin. de Empresas mención RR.HH.
- Técnico en Control de Gestión
- Técnico en Administración Pública
- Técnico en Logística
- Contador General
- Técnico en Publicidad
- Técnico en Informática
- Técnico en Gestión Turística
- Técnico en Comercio Exterior
- Técnico en Animación Digital
- Técnico Jurídico en Gestión Judicial
- Técnico en Educación Paralela y Ter Ciclo Básico
- Técnico en Educación Diferencial

11 Carreras Profesionales
*con equidistancia de Salud Intermedia**

- Servicio Social
- Ingeniería en Marketing
- Ingeniería en Finanzas
- Ingeniería en Recursos Humanos
- Ingeniería en Control de Gestión
- Ingeniería en Administración Pública y Municipal
- Ingeniería Industrial
- Contador Auditor
- Publicidad en Marketing Digital
- Ingeniería en Informática mención Ciberseguridad
- Ingeniería en Informática mención Analítica Avanzada

¡Matricúlate Hoy! | ADMISIÓN 2018
Becas de hasta el 40% + Matrícula Gratis*

IPP
INSTITUTO PROFESIONAL
Sueña · Aprende · Crece

Encuétranos en uno de nuestros 24 centros a lo largo de Chile

ipp.cl | 600 4600 477

Observaciones: La publicidad no informa adecuadamente el estado de su acreditación institucional dado que es presentada al público en un formato de **letra ilegible por tamaño y contraste**. Además, presenta **falta de Información Veraz y Oportuna** respecto de la promoción “Becas de hasta el 40% + Matrícula Gratis” dado que no resultan legibles las bases de la misma

Imagen 8

Anunciante: Universidad

Andrés Bello

Medio: La Tercera

Fecha de difusión: 19-11-2017



Observaciones: La publicidad si bien informa respecto de la acreditación, esta se realiza en un formato de letra chica que no guarda proporción con el mensaje subjetivo del anuncio, el cual ocupa una posición principal y destacada. **El formato utilizado para informa la acreditación es de una letra que por su tamaño puede resultar ilegible.**

Imagen 9

Anunciante: Universidad

Tecnológica de Chile INACAP

Medio: La Cuarta

Fecha de difusión: 17-11-2017

TE APOYAMOS EN LO QUE QUIERES SER

MATRÍCULAS ABIERTAS

INGRESA AHORA
A UNA CARRERA DE LA
UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA
DE CHILE INACAP

- INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
ACREDITADA A NIVEL NACIONAL Y INTERNACIONAL
- INGENIERÍA EN INFORMÁTICA
ACREDITADA A NIVEL NACIONAL Y INTERNACIONAL
- INGENIERÍA EN CIBERSEGURIDAD
ACREDITADA A NIVEL NACIONAL

Informate más en www.inacap.cl | Llámalo al 800 20 23 20
o visita nuestra Sede.

inacap

Observaciones: La publicidad si bien informa respecto de la acreditación, esta se realiza en un formato de letra chica que no guarda proporción con el mensaje subjetivo del anuncio, el cual ocupa una posición principal y destacada. **El formato utilizado para informa la acreditación es de una letra que por su tamaño puede resultar ilegible.**

5. CONCLUSIONES

En la publicidad de IES se otorga un amplio espacio para destacar aspectos subjetivos u otras cualidades, como datos respecto a la empleabilidad, número de convenios internacional y académicos con postgrados, sin embargo, en algunos casos relega información objetiva como es la Acreditación Institucional a un lugar poco visible, o bien, proporcionalmente en un tamaño inferior en relación al resto del mensaje, lo que ocurre especialmente en aquellas instituciones que tienen menor número de años acreditados o el periodo de acreditación está a punto de expirar. También se constató, aunque en menor medida, la ausencia de dicha información.

Los resultados del estudio encontraron hallazgos en la publicidad de 8 IES, tanto por no cumplir las exigencias de información como lo solicita la Circular N° 19, así como por presentar desajustes en relación a la LPDC y/o difundir información susceptible de comprobabilidad, ante lo cual, 7 de ellas serán oficiadas (Cenco CFT, U. Bernardo O'Higgins, U. Central, U. Santo Tomás, Instituto Profesional IPP, U. Andrés Bello y U. Tecnológica de Chile) solicitando tanto el ajuste de su publicidad como información que compruebe las afirmaciones publicitarias difundidas, mientras que 1 (Universidad La Frontera) será denunciada, dado que no cumple con la entrega de Información Básica Comercial en relación al estado de su acreditación.

CUADRO 3

Listado de IES y observaciones a su publicidad

INSTITUCIÓN DE EDUCACIÓN SUPERIOR	CIRCULAR N° 19	INFORMACIÓN SUSCEPTIBLE DE COMPROBABILIDAD	INFORMACIÓN BÁSICA COMERCIAL	FALTA DE INFORMACIÓN VERAZ Y OPORTUNA	FRASES RESTRICTIVAS	INFORMACIÓN ILEGIBLE
Cenco CFT				X		
Universidad Bernardo O'Higgins		X				
Universidad Central		X				
Universidad de la Frontera	X		X	X		
Santo Tomás	X	X		X	X	X
Instituto Profesional IPP	X			X		X
Universidad Andrés Bello	X					
Universidad Tecnológica de Chile	X					

Fuente: SERNAC 2017