



# Análisis de la Publicidad de la Industria Automotriz en Medios de Prensa Escrita de Circulación Nacional

Periodo del 17 de julio al 03 de agosto

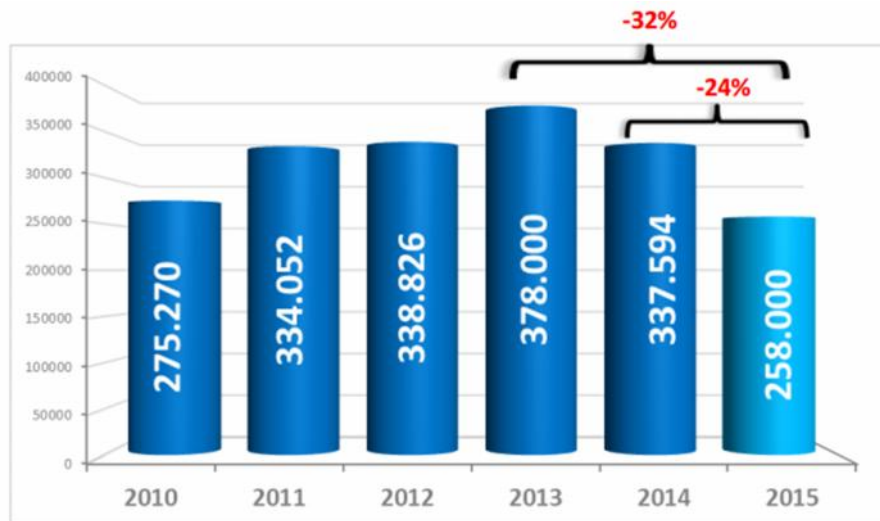
Departamento de Estudios e Inteligencia  
Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales

Agosto de 2015

# 1. Introducción

Según la ANAC, la proyección de venta de vehículos livianos y medianos para este 2015 se estima en 258.000 unidades, pudiendo variar alrededor de 500 unidades, si es que se acelera la apreciación del tipo de cambio a niveles de \$690 pesos por dólar, es así, que las ventas del segundo semestre serían de 127.507 unidades. Se estima una disminución en torno al 24% respecto del año anterior.

Gráfico 1.  
Mercado de vehículos medianos y livianos, 2010-2015



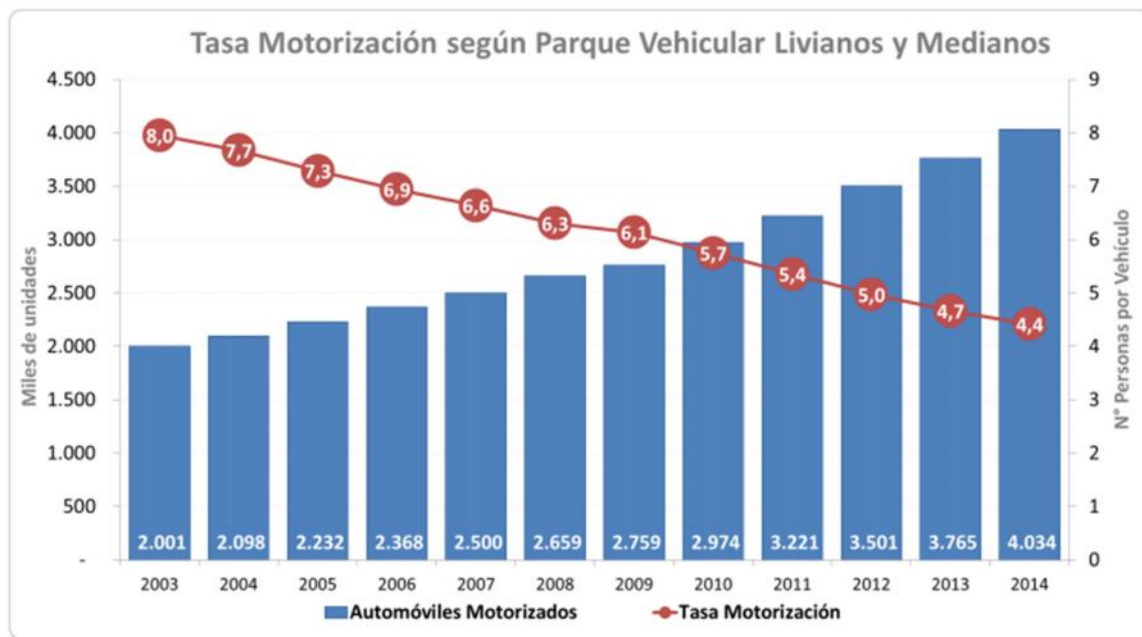
Fuente: Informe mercado automotor ANAC, Julio 2015.

Según la misma entidad, en la actualidad hay 23 vehículos cada 100 habitantes, y si bien, el poder adquisitivo de las personas con respecto a bienes durables varía según la situación económica vigente y la elección de las posibilidades que en este caso entrega el mercado automotriz,<sup>1</sup> se observa que el parque vehicular continúa creciendo y, por tanto, el número de personas por vehículo se reduce (Gráfico 2).

<sup>1</sup> Informe mercado automotor ANAC, Julio 2015, pág.6. Link para descargar documento:  
[http://www.anac.cl/uploads/web/informe\\_mercado\\_automotor\\_julio\\_2015.pdf](http://www.anac.cl/uploads/web/informe_mercado_automotor_julio_2015.pdf)

Grafico N° 2

Tasa de motorización según parque vehicular livianos y medianos

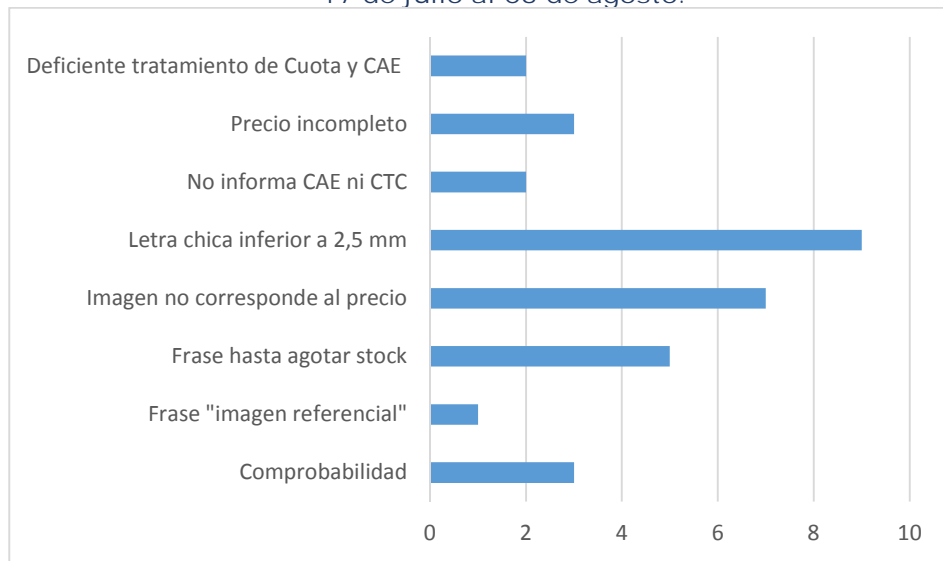


Fuente: Informe mercado automotor ANAC, Julio 2015.

Considerando durante este periodo se producen importantes transacciones, puesto que ingresan los nuevos vehículos para la venta, es que SERNAC analiza la información contenida en la publicidad de la industria automotriz, emitida en medios de prensa de circulación nacional, a fin de vigilar que ésta no induzca a error o engaño a los consumidores.

El estudio analizó 44 piezas publicitarias, 12 de ellas fueron observadas por no ajustarse a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y/o contener información susceptible de comprobabilidad. Como se observa en el Gráfico 3, la mayor frecuencia de observaciones se registraron en aquella categoría, en que se presenta información importante para el consumidor en una letra chica inferior a 2,5 mm; le sigue aquella publicidad donde la imagen del vehículo, no corresponde al precio que se informa, presentando un automóvil de mayor estándar dado que su precio es superior. A esto, le siguen las observaciones sobre la frase del tipo hasta agotar stock, precio incompleto, comprobabilidad, deficiente y/o falta de información sobre Cuotas y CAE, y, la frase "imagen referencial", en orden de magnitud.

Gráfico 3.  
Frecuencia de observaciones sobre la publicidad de la industria automotriz, periodo del 17 de julio al 03 de agosto.



Fuente: Sernac.

## 2. Objetivos

### Objetivo general

Analizar la publicidad exhibida en medios escritos de circulación nacional vinculada a la industria automotriz, en especial, para aquellos automóviles más vendidos.

### Objetivos específicos

- Vigilar el cumplimiento de la publicidad mediante las exigencias de información establecidas en la Ley N° 19.496 (LPC) y la Guía de Alcance Publicitario y de Prácticas Comerciales de SERNAC<sup>2</sup>;
- Identificar las infracciones a la normativa sobre los derechos de los consumidores contenidas en este tipo de publicidad; y,
- Definir acciones que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias o infracciones, para mejorar la información que se entrega a las/os consumidoras/es.

## 3. Aspectos metodológicos

- METODOLOGÍA. Análisis de contenido.<sup>3</sup>
- UNIDAD DE ANÁLISIS. Piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa escrita de circulación nacional.
- MUESTRA. Se compone de 44 piezas publicitarias de automóviles de pasajeros, exhibidas en medios de prensa escrita de circulación nacional. El periodo de monitoreo se realizó entre el 17 de julio y el 03 de agosto del 2015. La muestra se distribuye en un total de 21 empresas.

---

<sup>2</sup> <http://www.sernac.cl/wp-content/uploads/2015/02/Gu%C3%ADa-de-Alcance-Publicitario1.pdf>

<sup>3</sup> Krippendorff, K. (1990) Metodología del análisis de contenido, teoría y práctica, Paidós: España. López-Aranguren, E. (2000). El análisis de contenido. "El Análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de investigación. Alianza Editorial: España.

## 4. Análisis de la Publicidad del Mercado Automotor

Del total de 44 piezas incluidas en el estudio, se detectó que 12 de ellas no se ajustan a la LPC y/o exhiben información susceptible de comprobabilidad. Por lo tanto, se denunciará a 12 de las 21 empresas que presentaron piezas publicitarias durante el periodo en estudio, y se oficiará a 3 de éstas para solicitar la comprobabilidad de la información contenida en su publicidad.

El Cuadro 1, resume los hallazgos encontrados. El Cuadro 2, presenta el análisis en forma detallada por cada una de las empresas observadas.

Cuadro 1.  
Resumen de observaciones sobre la publicidad de la industria automotriz,

EMPRESA	HALLAZGOS EN LA PUBLICIDAD
1. BYD	- Contiene frase "...o hasta que se agote stock". - Falta tratamiento similar de información sobre cuotas y CAE. - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).
2. DERCO	- Contiene frase restrictiva "Fotos referenciales". - Informa en letra chica un precio incompleto, puesto que indica "+IVA". - Contiene información susceptible de comprobabilidad. - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).
3. GUILLERMO MORALES	- La publicidad contiene información susceptible de comprobabilidad. - Contiene frase "...o hasta agotar stock de 35 unidades..." - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).
4. GRASS & ARUESTE	- Informa precio incompleto (no incluye el impuesto verde). - Imagen del automóvil no corresponde al precio principal. - Contiene frase "...o hasta agotar stock de 30 unidades". - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).
5. KIA CHILE	- Informa precio incompleto (no incluye el impuesto verde). - Imagen del automóvil no corresponde al precio principal. - Contiene frase "...o hasta agotar stock de 20 unidades". - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).
6. SUZUKI	- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
7. PEUGEOT	- Contiene frase "...o hasta agotar stock respectivo". - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.). - Falta tratamiento similar de información sobre cuotas y CAE.
8. TOYOTA	- No informa CAE ni CTC. - Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
9. HONDA	- No informa CAE ni CTC. - Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
10. CITROËN	- Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).
11. JAC	- Imagen del automóvil y accesorios no corresponden al precio principal. - Contiene información susceptible de comprobabilidad. - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).
12. RENAULT	- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal. - Información importante en letra chica (inferior a 2,5 mm.).

Fuente: SERNAC.

Cuadro 2.

Análisis de la Publicidad Automotriz en medios de comunicación escritos de circulación nacional, periodo 17 de julio al 03 de agosto de 2015.



Pieza publicitaria exhibida en el Diario Las Últimas Noticias. 25.07.2015

1. BYD:

- El proveedor exhibe en su publicidad, la frase: "...o hasta que se agote el stock".
- No existe un tratamiento similar entre el tamaño de la letra de la información sobre cuotas y el CAE.
- Contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.



Pieza publicitaria exhibida en el Diario La Tercera. 01.08.2015

2. DERCOCENTER:

- El proveedor exhibe una publicidad que contiene la frase: "Fotos referenciales".
- Informa en la letra chica, un automóvil con un precio incompleto dado que indica "+ IVA".
- La publicidad contiene información susceptible de comprobabilidad, puesto que señala contar con "las mejores opciones de financiamiento".
- Contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.



Pieza publicitaria exhibida El Diario El Mercurio.  
02.08.2015

3. Guillermo Morales:

- La publicidad contiene información susceptible de comprobabilidad, esto en la siguiente frase: "Recibimos su auto al mejor precio".
- La publicidad no se ajusta a la normativa sobre protección de los consumidores, puesto exhibe la frase: "o hasta agotar stock de 35 unidades Palio y 30 unidades de Linea".
- Contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm y de contraste deficiente.



Pieza publicitaria exhibida en el Diario Las Últimas Noticias  
04.07.2015

4. Grass & Arueste:

- El proveedor informa un precio incompleto: no incluye el impuesto verde.
- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
- Incluye frase "hasta agotar stock de 30 unidades".
- Contiene información en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.





Pieza publicitaria exhibida en el Diario Las Últimas Noticias 01.08.2015

## 5. KIA CHILE:

La publicidad no se ajusta a la normativa sobre protección de los consumidores:

- Precio incompleto: no incluye impuesto verde.
- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
- Contiene la frase: "...o hasta agotar stock de 20 unidades".
- Contiene información en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.



Pieza publicitaria exhibida en el Diario La Tercera. 26.07.2015

## 6. Suzuki:

La publicidad no se ajusta a la normativa sobre protección de los consumidores:

- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.



Pieza publicitaria exhibida en el Diario La Tercera 17.07.2015

## 7. Peugeot:

La publicidad no se ajusta a la normativa sobre protección de los consumidores:

- Contiene frase "...o hasta agotar stock respectivo".
- Contiene información importante para los consumidores/as en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.
- No informa cuotas en forma similar al CAE.



Pieza publicitaria exhibida en el Diario Las Últimas Noticias. 20.07.2015

## 8. Toyota:

La publicidad no se ajusta a la normativa sobre protección de los consumidores:

- No informa CAE (Carga Anual Equivalente) ni CTC (Costo Total del Crédito).
- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.





Pieza publicitaria exhibida en el Diario Las Últimas Noticias. 25.07.2015

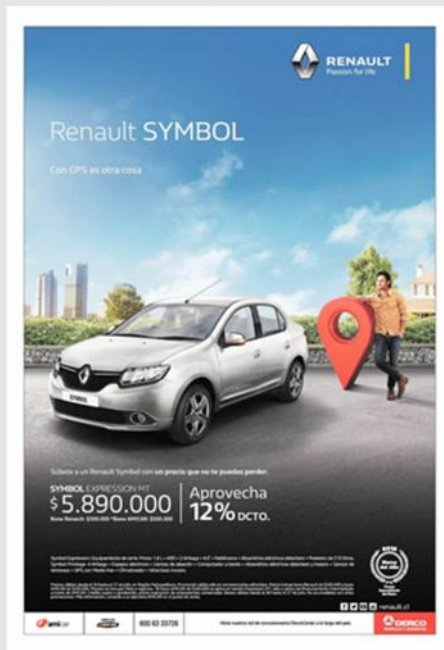
## 11. JAC:

La publicidad no se ajusta a la normativa sobre protección de los consumidores:

- Imagen del automóvil y accesorios no corresponden al precio principal.
- Contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm

Además, presenta información susceptible de comprobabilidad:

- Indica que posee "la maleta más grande de la categoría", así como una "mayor economía, mayor performance, mayor rendimiento".



Pieza publicitaria exhibida en el Diario Las Últimas Noticias. 30.07.2015

## 12. Renault:

La publicidad no se ajusta a la normativa sobre protección de los consumidores:

- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
- Contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm y contraste deficiente.

## 5. Conclusiones

Los anuncios que infringen la norma que protege a los consumidores, corresponden a la publicidad emitida por 12 de las 21 empresas incluidas en el estudio (57%), las cuales serán denunciadas por SERNAC. Además, oficiará a 3 de estas empresas, para solicitar la comprobabilidad de la información contenida en su publicidad. Las empresas a Denunciar y Oficiar son las siguientes:

1. BYD. El proveedor será denunciado, puesto que en su publicidad: exhibe la frase "...o hasta que se agote el stock"; no exhibe un tratamiento similar, en cuanto a forma, de la información sobre las cuotas y la CAE; y, contiene información importante en formato de letra chica.
2. DERCO. El proveedor será denunciado, puesto que en su publicidad: exhibe una publicidad que contiene la frase "Fotos referenciales"; informa en la letra chica, un automóvil con un precio incompleto dado que indica "+ IVA"; contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.

Además, será oficiado, dado que la publicidad contiene información susceptible de comprobabilidad, específicamente, en la frase "las mejores opciones de financiento".

3. GUILLERMO MORALES: La empresa será denunciada, puesto que en su publicidad exhibe la frase "o hasta agotar stock de 35 unidades Palio y 30 unidades de Linea"; contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm y de contraste deficiente.

Además, será oficiado, dado que la publicidad contiene información susceptible de comprobabilidad, específicamente, en la frase "recibimos su auto al mejor precio".

4. GRASS & ARUESTE: La empresa será denunciada, puesto que en su publicidad el proveedor informa un precio incompleto al no incluir el impuesto verde; la imagen del automóvil no corresponde al precio principal; incluye frase "hasta agotar stock de 30 unidades"; y, contiene información en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.
5. KIA CHILE: La empresa será denunciada, puesto que en su publicidad el proveedor informa un precio incompleto al no incluir impuesto verde; la imagen del automóvil no corresponde al precio principal; contiene la

frase: "...o hasta agotar stock de 20 unidades"; contiene información en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.

6. SUZUKI: La empresa será denunciada, puesto que en su publicidad, la imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
7. PEUGEOT: La empresa será denunciada, puesto que su publicidad contiene frase "...o hasta agotar stock respectivo"; contiene información importante para los consumidores/as en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.; y, no informa cuotas en forma similar a la CAE.
8. TOYOTA: La empresa será denunciada, puesto que su publicidad no informa la CAE (Carga Anual Equivalente) ni el CTC (Costo Total del Crédito).
9. HONDA: La empresa será denunciada, puesto que no informa CAE ni CTC; y, la imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
10. CITROËN: La empresa será denunciada, puesto que contiene información importante para los consumidores/as en formato de letra chica inferior a 2,5 mm.
11. JAC: La empresa será denunciada, puesto que la imagen del automóvil y accesorios no corresponden al precio principal; contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm

Además, presenta información susceptible de comprobabilidad: indica que posee "la maleta más grande de la categoría", así como una "mayor economía, mayor performance, mayor rendimiento".

12. RENAULT: La empresa será denunciada, puesto que la imagen del automóvil no corresponde al precio principal. Contiene información importante en formato de letra chica inferior a 2,5 mm y contraste deficiente

Cabe destacar que en el año 2014, el Observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales realizó un informe sobre la situación de la publicidad del mercado automotriz. De las 19 piezas analizadas en su momento, 6 de ellas presentaron observaciones, por lo que 5 fueron oficiadas y 1 denunciadas. En comparación, este año, en que se denunciará a 12 empresas se observa un deterioro en la presentación de la información, principalmente en lo referido a la presencia de letra chica, al precio informado, a frases restrictivas, entre otras.

