



**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

## INFORME DE PUBLICIDAD AUTOMOTRIZ

Departamento de Estudios e Inteligencia  
Unidad de Análisis Publicitario

Agosto de 2016



# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

## Contenido

I.	ANTECEDENTES .....	3
	A. El automóvil y su importancia en la sociedad actual.....	3
	B. El mercado automotor en Chile .....	4
	C. Reclamos de los/as consumidores/as y publicidad automotriz.....	5
II.	OBJETIVOS.....	7
	A. Objetivo general .....	7
	B. Objetivos específicos .....	7
III.	ASPECTOS METODOLÓGICOS.....	8
	A. Metodología. ....	8
	1. Unidad de Análisis. Piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional y televisión abierta que difunden este tipo de publicidad. ....	9
	2. Muestra. Esta se compone de aquellas piezas publicitarias vinculadas al objeto de estudio y difundidas en el periodo afijado entre el 20 de junio y 20 de julio de 2016. ....	9
IV.	ANÁLISIS DE PIEZAS PUBLICITARIAS .....	11
V.	RESULTADOS .....	23



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### I. ANTECEDENTES

#### A. El automóvil y su importancia en la sociedad actual.

El automóvil es un bien de consumo masificado, de uso intensivo y que habitualmente significa un alto costo, que los hogares financian mediante el endeudamiento. En la actualidad existe una diversidad de marcas y modelos (La Asociación Nacional Automotriz de Chile A.G registra al menos 72 marcas<sup>1</sup>), que se diferencian en tamaño, mecánica, seguridad y precio. Esta profusión es coherente no sólo con la masificación de su consumo, sino que con la acusada segmentación de los mercados y modelos de consumo, por lo que la oferta es publicitada no sólo en relación a la potencia y velocidad de la máquina, sino que a través de atributos como seguridad, comodidad e impacto medioambiental.

Los vehículos motorizados constituyen un eje central en la sociedad al permitir la estructuración del sistema productivo, la conectividad territorial hasta el acceso al trabajo y disfrute del ocio por parte de las personas, afectando los modos en que éstas habitan, viajan y socializan, por lo que la vida social se encuentra unida a lo que el uso del automóvil supone.

En efecto, en la actualidad el crecimiento de la población y la extensión territorial de la ciudad, ha generado un aumento de la estructura vial, debido a la emergencia de nuevos barrios en el periurbano de la ciudad lo que entre otras variables, vuelven cada vez más necesario para las personas contar con un medio de transporte.

Los ciudadanos intentan responder a esta necesidad mediante la adquisición de automóviles. Cifras del Instituto Nacional de Estadísticas<sup>2</sup> (INE) muestran que en el año 2015, el parque de vehículos motorizados particulares (automóvil, station wagon, todo terreno, furgón, camioneta, motocicleta y similares, y otros con motor) en circulación en el país, llegó a 4.204.621, cifra que supera en 4,26% puntos porcentuales lo alcanzado en el año 2014 cuando se registraron un total de 4.032.689 vehículos particulares circulando en el país.

La posesión de un automóvil satisface las necesidades de movilización en la ciudad y fuera de ella, pero además tiene alcances simbólicos en la diferenciación e integración social. Sin embargo, la adquisición de un automóvil no solo es expresión de una racionalidad económica o necesidad de "distinción

---

<sup>1</sup> <http://anac.cl/marcas/autos>

<sup>2</sup> [www.ine.cl/canales/chile\\_estadistico/estadisticas\\_economicas/transporte\\_y\\_comunicaciones/parquevehiculos.php](http://www.ine.cl/canales/chile_estadistico/estadisticas_economicas/transporte_y_comunicaciones/parquevehiculos.php)



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

social”, sino que responde a una decisión vinculada a circunstancias u oportunidades dadas al consumidor en determinados momentos. Por esta razón, es necesario observar los periodos de mayor oferta y demanda en el mercado automotriz. Serán los meses de julio y agosto los meses de mayores ofertas y promociones en este mercado, puesto que en el mes de septiembre ingresan nuevos vehículos para la venta, siendo éste junto con diciembre, los meses de mayor compra por parte de los consumidores<sup>3</sup>. Cabe destacar que, las ofertas y promociones que se presentan van asociadas también a la posibilidad de adquirir un automóvil mediante el uso de crédito.

En suma, se observan diversas variables tales como la saturación del mercado por los grupos de ingresos altos y medios, la mayor disponibilidad y menores precios en el mercado automotor dado el ingreso de vehículos de menor costo (de acuerdo a las cifras, a partir del 2006 han ingresado 24 nuevas marcas al mercado automotriz chileno, provenientes principalmente de China e India), entre otras, lo que nos lleva a plantear que en el mediano plazo crecerá de manera importante el uso y posesión de automóviles en nuestro país, cuestión que nos obliga a la vigilancia permanente de este mercado. De este modo, el presente informe presenta los resultados de monitoreo y análisis de la publicidad automotriz, con especial énfasis en la observación de publicidad referida al crédito.

### B. El mercado automotor en Chile

Según la ANAC<sup>4</sup>, en el mes de junio, las ventas de automóviles livianos y medianos aumentaron en 4,4% en comparación al mismo mes del año pasado, ya que se comercializaron 23.636 unidades en todo el país. Es por esto que en el primer semestre del año 2016 se han vendido 140.147 unidades de vehículos nuevos, superando en 7,4% los resultados del mismo período del año 2015 con 9.654 unidades más. En cuanto a las ventas acumuladas por regiones, cuatro de ellas registraron una disminución en la comercialización de unidades nuevas, tres de ellas del Norte: Arica y Parinacota, Tarapacá, Antofagasta, y Magallanes en el sur. El resto de las regiones tuvieron resultados positivos, siendo las de General Carlos Ibáñez del Campo, Atacama y Araucanía las que presentaron las mayores alzas con 127,7%, 20,7% y 25,5% respectivamente, por segundo mes consecutivo. En cuanto a las ventas por segmento, el 26% de las ventas corresponde a vehículos SUV, 49% a vehículos de pasajeros, el 16% a camionetas y el 9% a vehículos comerciales.

---

<sup>3</sup> ANAC, “Mercado Automotor, junio 2016”. <http://anac.cl/uploads/web/06%20-%20ANAC%20-%20Mercado%20Automotor%20Junio%202016.pdf>

<sup>4</sup> [www.anac.cl/uploads/web/06%20-%20ANAC%20-%20Mercado%20Automotor%20Junio%202016.pdf](http://www.anac.cl/uploads/web/06%20-%20ANAC%20-%20Mercado%20Automotor%20Junio%202016.pdf)

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Las proyecciones de venta para el 2016 se estiman al alza, elevándose a 261.000 vehículos al terminar el año<sup>5</sup>.

### C. Reclamos de los/as consumidores/as y publicidad automotriz

Al 15 de julio del presente año se registran 1.586 reclamos (37,2% de los reclamantes son mujeres versus el 62,8% de hombres) contra proveedores del mercado de "Vehículos y rodados" bajo la categoría "Venta de vehículos".

Como se observa en el **Cuadro 1**, aun cuando los Motivos Legales de los reclamos por "*Problemas de ejecución contractual*" y "*Garantía*" presentan la mayor frecuencia en el primer semestre del año 2016, le sigue con una menor reiteración el Motivo Legal "*Información y publicidad*".

**Cuadro 1**  
Distribución de reclamos por Motivo Legal, primer semestre del año 2016

<i>Motivo Legal</i>	<i>Frecuencia</i>	<i>%</i>
PROBLEMAS DE EJECUCION CONTRACTUAL	777	48,99%
GARANTIA	609	38,40%
<b>INFORMACION Y PUBLICIDAD</b>	<b>80</b>	<b>5,04%</b>
SERVICIO TECNICO O REPARACION	57	3,59%
PROMOCIONES Y OFERTAS	28	1,77%
INCUMPLIMIENTO RESPUESTA DEL PROVEEDOR	25	1,58%
SEGURIDAD MALTRATO PERSONAL O DE BIENES	4	0,25%
COBRANZA EXTRAJUDICIAL NO CORRESPONDE	3	0,19%
PUBLICACION EN BASE DE DATOS	2	0,13%
LIBRE COMPETENCIA	1	0,06%
Total	1586	100%

Fuente: Sernac.

<sup>5</sup> [www.df.cl/noticias/empresas/industria/industria-automotriz-elevo-proyeccion-de-ventas-de-autos-nuevos-a/2016-05-10/094104.html](http://www.df.cl/noticias/empresas/industria/industria-automotriz-elevo-proyeccion-de-ventas-de-autos-nuevos-a/2016-05-10/094104.html)



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Cabe señalar que, en agosto del año 2015, SERNAC realizó un estudio publicitario sobre este mercado, resultando 12 proveedores denunciados por los siguientes motivos:

- Frase "...o hasta agotar stock".
- Falta de tratamiento similar de información sobre cuotas y CAE.
- Información importante en formato de letra ilegible por tamaño y contraste.
- Presencia de frases restrictivas como "Fotos referenciales". Informa precio incompleto (no incluye impuesto verde).
- Imagen del automóvil no corresponde al precio principal.
- No informa CAE ni CTC.

Además se oficiaron a 3 de estas empresas solicitando la comprobabilidad de la información difundida (frases como "la maleta más grande de la categoría"; mayor economía, mayor performance, mayor rendimiento"; y "las mejores opciones de financiamiento"), frente a lo cual, los proveedores respondieron satisfactoriamente, presentando ante SERNAC los antecedentes solicitados, dentro de los plazos dispuestos para ello.

En consideración a lo expuesto, sumado a que la publicidad de automóviles se caracteriza por exhibir una gran cantidad de información que se difunde en letra pequeña y es de alta complejidad técnica, en relación al financiamiento y los aspectos mecánicos del vehículo, y dado que durante los meses de julio y agosto el mercado automotor emite un alto número de piezas publicitarias con diversas ofertas en vísperas del ingreso de nuevos modelos en el mes de septiembre –el segundo mes del año con mayor venta de automóviles livianos y medianos (28.669 unidades en el año 2015) después de diciembre (29.835)<sup>6</sup>-, resulta necesario vigilar este tipo de publicidad a fin de resguardar los derechos de los/as consumidores/as, solicitando en los casos que amerite su ajuste para la adecuada información de quienes desean adquirir un vehículo motorizado.

---

<sup>6</sup> <http://anac.cl/uploads/web/06%20-%20ANAC%20-%20Mercado%20Automotor%20Junio%202016.pdf>



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### II. **OBJETIVOS**

#### A. **Objetivo general**

Analizar y evaluar en conformidad a la normativa vigente en materia de protección de los derechos del consumidor, el estado de la publicidad comercial del mercado automotor difundida en medios de prensa escrita de circulación nacional y televisión abierta.

#### B. **Objetivos específicos**

a) Vigilar el cumplimiento de las normas en materia de publicidad, establecidas en la Ley N° 19.496, Reglamentos y la Guía de Alcance Publicitario y de Prácticas Comerciales de SERNAC<sup>7</sup>.

b) Identificar infracciones a la normativa sobre los derechos de las/los consumidoras/es contenidas en la publicidad automotriz.

c) Definir acciones jurídicas y/o administrativas que permitan corregir y/o ajustar prácticas publicitarias o infracciones en la publicidad automotriz.

---

<sup>7</sup> <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. ASPECTOS METODOLÓGICOS

#### A. Metodología.

El estudio utiliza la técnica de Análisis de Contenido<sup>8</sup>. 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 publicitaria<sup>9</sup>, 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:

- a) Publicidad Falsa o Engañosa;
- b) Publicidad que produce confusión en la identidad de las empresas;
- d) Obligación de información de precios;
- e) Información Básica Comercial;
- f) Comprobabilidad de las información difundida; y,
- g) 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.

---

<sup>8</sup> 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.

<sup>9</sup> 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](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

1. **Unidad de Análisis.** Piezas publicitarias exhibidas en medios de prensa de circulación nacional y televisión abierta que difunden este tipo de publicidad.
2. **Muestra.** Esta se compone de aquellas piezas publicitarias vinculadas al objeto de estudio y difundidas en el periodo afijado entre el 20 de junio y 20 de julio de 2016.

Durante este periodo se realizó un barrido sobre las piezas divulgadas en medios de prensa de circulación nacional y televisión abierta en un periodo determinado. En el caso de esta investigación, se constituye de 103 piezas publicitarias: 91 piezas difundidas en prensa de circulación nacional y 12 en televisión abierta. Las piezas publicitarias fueron difundidas por un total de 28 proveedores.

### **Prensa escrita de cobertura nacional:**

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

### **Canales de televisión abierta:**

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



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### Listado de proveedores que difundieron publicidad durante el periodo de estudio en los medios de comunicación señalados:

1. Andes Motor
2. Automotores Fortaleza S.A
3. Automotores Gildemaister S.A
4. Automotriz Rosselot
5. Bruno Fritsch
6. Citroën Chile S.A.C
7. Comercial Chrysler S.A
8. Comercial Gildemaister S.A
9. Comercial Itala S.A
10. Comercializadora Ditec S.A
11. Curifor
12. Ford Motor Chile Company SpA
13. Difor
14. General Motors Chile Ltda.
15. Guillermo Morales
16. Honda Motor de Chile S.A
17. Indumotora Automotriz S.A
18. MMC Chile S.A
19. Newco Motors Chile S.A
20. Nissan Chile S.p.A
21. Peugeot Chile S.A
22. Piamonte
23. Porsche Chile S.p.A

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

24. Skbergé
25. Sociedad Comercial de Vehículos S.A (DERCO)
26. South Pacific Motors Chile S.A
27. Toyota Chile S.A
28. Williamson Balfour Motor S.A.

### IV. ANÁLISIS DE PIEZAS PUBLICITARIAS

De las 103 piezas publicitarias incluidas en el estudio, se evidenciaron hallazgos en 10 de ellas, constitutivos de infracción y/o desajustes a LPC, o bien, susceptibles de comprobabilidad, que recaen sobre 10 de los 28 proveedores de vehículos incluidos en el estudio, en los restantes proveedores que difundieron publicidad en el periodo de estudio, no se halló evidencia contraria a lo dictado en la LPC.

**Gráfico 1.**

Distribución porcentual de proveedores con hallazgos en publicidad automotriz en relación a la normativa consagrada en la LPC, 20 de junio al 20 de julio de 2016.



Fuente: SERNAC.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **Listado de hallazgos detectados en la publicidad automotriz bajo estudio:**

- Información en un formato de letra chica, ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm), mal contraste y/o tiempo de exposición.
- 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.
- Falta tratamiento similar en la información de la cuota del crédito en relación al tamaño del CAE informado.
- Difusión de información susceptible de comprobabilidad.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

## Análisis de la publicidad automotriz difundida en prensa:

**Figura 1**

Fecha de exhibición: 20 de junio de 2016  
 Proveedor: Newco Motors Chile S.A (Chery)  
 Medio: Las Últimas Noticias

The advertisement features three Chery models: Arrizo 5 (red), Arrizo 7 (grey), and Arrizo 3 (white). Each model is accompanied by its price and a \$1,000,000 bond. The Arrizo 5 is highlighted with a 5-year warranty and 150,000 km. The ad also includes the Chery logo, a 'Vive la experiencia' slogan, and a list of authorized dealerships such as Bruno Pitsch, Diamante, and Fronza. A call to action at the bottom reads 'CONTACTANOS AL 800 376 7000'.

**Observaciones:**

1. Falta información veraz y oportuna en relación a la garantía, dado que no señala en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### Figura 2

Fecha de exhibición: 6 de julio de 2016

Proveedor: Sociedad Comercial de Vehículos S.A. (Great Wall)

Medio: Las Últimas Noticias

Great Wall LA MARCA CHINA N°1 EN CHILE www.greatwallmotors.cl

**NEW Voleex C30**  
COMODIDAD Y RENDIMIENTO EN UN SOLO CAMBIO.

AUTOMÁTICO Y MECÁNICO EN UNA SOLA CAJA.

PRECIO DESDE: **\$6.690.000** INCLUYE BONO MARCA: \$400.000  
VERSIÓN AMT DESDE: **\$7.290.000** INCLUYE BONO AMICAR: \$400.000

UNICO SEDÁN CON CAJA MECÁNICA AUTOMATIZADA.

Motor 1.5 L, Aire acondicionado, Doble Airbag, Frenos ABS + EBD, Volante con Bluetooth, Radio CD/MP3, Sensor de retroceso, Llantas de aleación.

\*Cifras ANAC del 2007 al 2015. Ambos precios publicados incluyen Bono Marca de \$400.000 y Bono AMICAR de \$400.000. Bono AMICAR de \$400.000 se aplica solo a ventas con financiamiento intermediado a través de AMICAR. Crédito sujeto a aprobación previa evaluación de antecedentes comerciales. Bono válido hasta el 31/05/2016. No acumulable con otras promociones, más información consulte a un ejecutivo AMICAR en el punto de venta. Precios incluyen IVA. Precios vigentes a la fecha de publicación. Precios no incluyen flete.

**DERCO** RESPALDA Y GARANTIZA 600 22 33 726 3 AÑOS o 100.000 km GARANTÍA

Great Wall Chile en: f t y

LUBRICA CON **LUBRITEK** amicar

**Great Wall**  
Focus Dedication Specialization

### Observaciones:

1. Falta información veraz y oportuna en relación a la garantía, dado que no señala en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Figura 3

Fecha de exhibición: 20 de julio de 2016  
Proveedor: Ford Motor Company Chile SpA  
Medio: La Tercera

**Venta Nocturna FORCENTER**

**ESTE JUEVES 21 HASTA LAS 22:00 HRS.**

**TE REGALAMOS**

- ✓ PATENTE<sup>2</sup>
- ✓ ESTANQUE LLENO<sup>3</sup>
- ✓ 1<sup>a</sup> CUOTA SEGURO<sup>4</sup>

**Ford Explorer**  
AHORA DESDE **\$20.990.000\***  
CON FINANCIAMIENTO FORUM  
INCLUYE BONO DE **\$1.000.000\*\***  
PRECIO DESDE: \$21.990.000\*  
**\$372.990'**  
CAE: 28.41% / PIE: 10% / CTC: \$17.886.816  
MONTO A FINANCIAR: \$10.763.150

**50 razones para tener tu nuevo Ford**

50 UNIDADES	DESDE	HASTA	DESFASE DE PAGO
<b>0 KM</b>	<b>0%</b>	<b>72</b>	<b>1<sup>a</sup> CUOTA</b>
A PRECIOS ESPECIALES	DE PIE	CUOTAS PLAZO	A 60 DÍAS

Revisa listado de unidades en [www.forcenter.cl](http://www.forcenter.cl)

<b>Ñuñoa:</b> Av. Irrazábal 1445 Tel: 22 740 3380	<b>Estación Central:</b> Mall Plaza Alameda Tel: 22 898 7933 - 22 898 7937	<b>Puente Alto:</b> Mall Plaza Tobalaba Tel: 22 586 0644 - 22 586 0645	<b>La Cisterna:</b> Gran Avenida 8240 / 22 <sup>1/2</sup> Tel: 22 740 3370
---	--	--	--

Cotiza online en [www.forcenter.cl](http://www.forcenter.cl)

**FORCENTER** ESPECIALISTAS EN FORD | **FORUM** | Recibimos tu auto en parte de pago | Síguenos en | **Ford** Go Further

FOTOGRAFÍA CORRESPONDE A FORD EXPLORER LIMITED 3.5. (\*) PRECIO CORRESPONDE A EXPLORER ECOBOOST 2.3L 4X2. (\*\*) PRECIO CORRESPONDE A FORD EXPLORER ECOBOOST 2.3L 4X2 SÓLO POR COMPRAS CON FINANCIAMIENTO FORUM. (1) PLAN DE FINANCIAMIENTO FORUM CONSIDERA 50% DE PIE, PLAZO DE 48 MESES. (2) PROMOCIÓN PRESENTE DE REGALO VÁLIDA SÓLO POR COMPRAS CON CRÉDITO FORUM REALIZADAS EL JUEVES 21 DE JULIO DE 2016. CONDICIONES DEL CRÉDITO: MÁXIMO 50% DE PIE, PLAZO MÍNIMO 24 MESES. (3) PROMOCIÓN ESTANQUE LLENO DE REGALO VÁLIDA POR COMPRAS A FORD HECHO REALIZADAS EL JUEVES 21 DE JULIO DE 2016. (4) PROMOCIÓN PRIMERA CUOTA 0%. (5) REGALO SEGURO VÁLIDA PARA CUOTAS CONTINUADAS CON PLAZO A 12 MESES CON 1, 11 Y 18 DÍAS DE RESERVA. EL JUEVES 21 DE JULIO DE 2016. (6) TODOS LOS CRÉDITOS SE ENTENDEN SUJETOS A CONFIRMACIÓN POR PARTE DE FORUM, RESPECTO A LOS ANTECEDENTES FINANCIEROS Y COMERCIALES DEL CLIENTE. CONDICIONES VÁLIDAS SÓLO PARA LA COMPRA DE VEHÍCULOS NUEVOS. (8) SUCURSALES MALL PLAZA ALAMEDA Y MALL PLAZA TOBALABA ABIERTAS HASTA LAS 21:00 HRS.

## Observaciones:

1. No existe un tratamiento similar entre la letra que informa la CAE y el valor de la cuota, de la forma como lo exige la LPC.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### Figura 4

Fecha de exhibición: 24 de junio de 2016

Proveedor: Curifor

Medio: Las Últimas Noticias

The advertisement is for a weekend promotion by Curifor. It features three Hyundai cars: a silver sedan, a yellow hatchback, and a blue SUV. The text includes the dates 'VIERNES 24' and 'SÁBADO 25 JUNIO', and the hours of the promotion: 'VIERNES DE 10:00 A 21:00 HRS' and 'SÁBADO DE 10:00 A 18:00 HRS'. The promotion is titled 'WEEKEND PAPÁ CURIFOR'. Below the cars, it lists benefits: 'Descuentos Sobre Descuentos / Bonos Espectaculares / Condiciones Especiales / Financiamiento Directo'. At the bottom, there are logos for 'amicar' and 'Mobil', and a call to action: 'Conozca el nuevo CRETA y el i10 Sedán'. The Hyundai logo is also present. Contact information for Curifor branches in Santiago, La Florida, Buin, Curicó, and Chillán is provided. A request for a commercial visit is also included.

**WEEKEND**  
**PAPÁ**  
**CURIFOR**

**VIERNES 24**  
**SÁBADO 25 JUNIO**

VIERNES DE 10:00 A 21:00 HRS  
SÁBADO DE 10:00 A 18:00 HRS

Descuentos Sobre Descuentos / Bonos Espectaculares / Condiciones Especiales / Financiamiento Directo

Ventas · Servicios · Repuestos

amicar Mobil

Conozca el nuevo CRETA y el i10 Sedán

**HYUNDAI**

SANTIAGO: VICIÑA MACKENNA ORIENTE 5951. TEL.: 2 2391 9010. LA FLORIDA: VICIÑA MACKENNA PONIENTE 5951. TEL.: 2 2391 9010. BUIN: RUTA 6 SUR KM. 37. TEL.: 2 2821 5400. CURICÓ: AV. LONGOTUINAL SUR KM 186.5. TEL.: (75) 2238 4000. CHILLÁN: AV. BRASIL 954. TEL.: (42) 2222 2096

Solicite visita de Ejecutivo Comercial:  
solicitavisita@curifor.com  
curifor.com / i

**CURIFOR**

### Observaciones:

1. Las frases "Descuentos Sobre Descuentos/Bonos Espectaculares/Condiciones Especiales/Financiamiento Directo" son susceptibles de comprobabilidad por parte del proveedor.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

## Figura 5

Fecha de exhibición: 2 de julio de 2016

Proveedor: Piamonte

Medio: La Tercera

www.piamonte.cl

**BONO \$1.300.000\* SOLO JULIO**

La Familia, siempre estará con **TIGGO**

**\$7.490.000\***

**Bono \$1.300.000 con financiamiento Santander Consumer\*\***

AIR BAG DELANTEROS • RADIO CD/MP3 CON 4 PARLANTES Y CONTROL AL VOLANTE.  
SENSOR DE RETROCESO DE 2 VÍAS • ABS + EBD • SUSPENSIÓN INDEPENDIENTE Y SEMI INDEPENDIENTE  
CHASIS REFORZADO • TABLERO CON LUCES LED • FOCOS DELANTEROS CON LUZ LED DÍA Y NEBLINEROS.

**Piamonte** El Parrón 57, esq. Gran Avenida - 2 2885 5751  
Mall Plaza Egaña - Cel: 9 8198 2857 / 2 2830 6107  
Irrazával 3400 - Cel: 9 6393 6567 / F: 2 2751 0270/268/259

\*Información válida por compras realizadas hasta el 31 de julio del 2016. Modelo Tiggo, Versión DVT. Precio sin bono: \$8.790.000.  
\*\*Precio con bono \$7.490.000 incluye bono Chery de \$800.000 y bono crédito Santander Consumer de \$100.000. Condiciones de financiamiento: Pte de 20% a 24 Meses, Valor Residual: 40% Valor del Vehículo, con producto Creditag Alternativa Emergente. Ejemplo: SAC de 25,0% y Costo Total del Crédito de \$8.828.558 referencial e incluyen gastos operaciones y seguro de coaseguro. Crédito sujeto a aprobación, previa evaluación de antecedentes comerciales, por Santander Consumer Chile S.A. Consulta detalles de financiamiento y otras en [www.piamonte.cl](http://www.piamonte.cl)

### Observaciones:

1. La publicidad contiene información importante para la decisión de compra del consumidor, especialmente en el caso de la garantía ofrecida, en un formato de letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm).
2. Falta información veraz y oportuna en relación a la garantía, dado que no señala en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Figura 6**

Fecha de exhibición: 7 de julio de 2016

Proveedor: Andes Motor (Proton)

Medio: Diario HoyxHoy



**PREVÉ**  
Drive it to believe it.

**TEST DRIVE**  
Manéjalo para creerlo

**NUEVO PROTON PREVÉ, CON ALMA FÓRMULA 1**  
Descubre su innovadora tecnología en seguridad y equipamiento.

**EQUIPAMIENTO EN TODAS LAS VERSIONES**

- Doble airbag
- Frenos de disco en las 4 ruedas con ABS/ESP/TCS
- Aire acondicionado
- Sensor de retroceso

**EQUIPAMIENTO SEGÚN VERSIÓN**

- Motor 1.6 y 1.6 TURBO
- 6 airbags
- Transmisión Mecánica 5 Vel. y Automática CVT 7 Vel.
- Paddle Shift
- Cl matizador
- GPS (pantalla 6,2")
- Botón de encendido

**Precio de lanzamiento, desde**  
**\$9.690.000\***

**GARANTIA**  
3 años / 100.000 km

**PROTON**  
It's in the Drive!

**ANDES MOTOR**  
www.protonchile.cl

Encuétranos en: Andes Motor (Av. Transversal 1200, Ñuñoa), Red de Concesionarios: Carmona (Copiapó) • Ovalle • La Serena • AyR (Vía del Mar • El Balcón) • Celosia (Plaza Coche • Movistar • Bancagua) • Dominica (Santiago) • Antivero (San Fernando) • Tecnosur (Valdivia) • Tecnocid (Osorno).

\*Precio correspondiente a versión Prevé Standard, incluye Bono de Lanzamiento de \$300.000 y Bono de Financiamiento Plus: Servicio Financiero de \$300.000 (señal bono IVA incluido). Crédito convencional con un interés de 36 octavas y un máximo de 30% de p.a. No incluye impuestos: venta de \$11.110.000. Precio válido al 31 de julio 2016.

## Observaciones:

1. La publicidad contiene información importante para la decisión de compra del consumidor, especialmente en relación a la garantía ofrecida, en un formato de letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm).
2. Falta información veraz y oportuna en relación a la garantía, dado que no señala en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Figura 7

Fecha de exhibición: 8 de julio de 2016

Proveedor: Porsch Chile SpA (Skoda)

Medio: La Tercera

**SIMPLY CLEVER**

**ŠKODA**

**SIENTE LO MEJOR DE LA TECNOLOGÍA EUROPEA**

**SENSORES DE ESTACIONAMIENTO**

**MOTOR 1.2 TSI TURBO 109 Hp.**

**RENDIMIENTO 22,1 KM/L**

**CORNER LIGHTS**

**Fabia Active 1.2 109 Hp**  
Financiamiento de 24 cuotas de  
**\$119.000** mensuales\*  
**CAE: 12,04%**  
Precio: \$ 9.590.000  
Pia 35%: \$ 3.340.830  
Cuota 25 (V\*MG): \$ 4.799.049

[www.skoda.cl](http://www.skoda.cl) Skoda Chile skodachile

Todos los modelos fabricados en Europa

\*Simulación correspondiente a conductor con perfil inteligente. Skoda Financiera Sencobos (operada en Chile por Fin m) válida para Skoda Fabia Active 1.2 109 Hp. Precio: \$9.590.000. 24 cuotas de \$119.000. Valor Fin. Mínimo Garantizado (VMG) más p. pzas. 25 \$4.799.049 más IVA un 5% \$3.340.830. CAE 12,04%. Cuota total del crédito \$7.655.049. Monto total del crédito \$6.481.374. Costo Total del Vehículo \$10.995.679. Promoción válida hasta el 31 de Julio de 2016 por cuotas con financiamiento Skoda Financiera. Se trata de un crédito en pesos chilenos. El interés sujeta a verificación de créditos por el Banco y comercializadora de crédito. El crédito incluye gastos de gestión y seguros de protección. El rendimiento de combustible y emisiones de CO2 correspondiente al valor contrastado en el proceso de homologación desarrollado por el Ministerio de Transportes y Telecomunicaciones, a través del Centro de Control y Certificación Vehicular (CCV).

## Observaciones:

1. La publicidad contiene información que describe el vehículo en un formato de letra chica que resulta ilegible debido a que el contorno difuso de la letra chica provoca un menor contraste, restando de este modo claridad al mensaje.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

## Publicidad automotriz difundida en televisión abierta:

### Figura 8

Fecha de exhibición: 18 de julio de 2016  
Proveedor: Automotores Gildemeister S.A. (Hyundai)  
Medio: Canal 13



EL 20% DE DCTO. CORRESPONDE A ACCENT VERSIÓN ACCENT RB SDN 1.4 6M/T L.  
2AB COMPRADO CON FINANCIAMIENTO AMICAR. OFERTA VÁLIDA HASTA EL  
31 DE JULIO 2016. ESTAS OFERTAS NO SON ACUMULABLES CON OTRAS  
PROMOCIONES VIGENTES. EXCLUYE COMPRAS EN ZONAS FRANCAS.  
MÁS INFORMACIÓN EN WWW.HYUNDAI.CL

**Observaciones:**

1. La publicidad contiene información importante difundida en escaso tiempo de exposición (1 segundo), cuestión que impide al consumidor/a informarse adecuadamente.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### Figura 9

Fecha de exhibición: 25 de junio de 2016

Proveedor: Nissan Chile SpA

Medio: Canal 13



#### Observaciones:

1. La publicidad contiene información importante difundida en escaso tiempo de exposición (1 segundo), cuestión que impide al consumidor/a informarse adecuadamente.
2. No informa CAE.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**Figura 10**

Fecha de exhibición: 18 de julio de 2016

Proveedor: Peugeot Chile S.A

Medio: Canal 13

**VOLVIÓ** LA CUOTA famosa

**\$189.000**

CAE <sup>2008-2011-2008</sup> 23,04% <sup>2008</sup> 18,53%

PROMOCIÓN PEUGEOT CUOTA FAMOSA. VÁLIDA DESDE EL 08 DE JULIO DE 2014 HASTA EL 31 DE JULIO DE 2016 O HASTA AGOTAR EL STOCK AQUÍ SEÑALADO Y SÓLO CON CRÉDITO. SOLO CON COMPRA CONVENCIONAL EN PLAZO DE 36 CUOTAS. VÁLIDO PARA LAS SIGUIENTES VERSIONES DE VEHÍCULOS PEUGEOT: (1) 208 ACTIVE PACK 1.2 PURETECH 120HP MY 65 STOCK 27 UNIDADES. CAE 23,04%. COSTO TOTAL DEL CRÉDITO \$6.804.000. VALOR PVE \$5.280.000 CORRESPONDIENTE AL 50%. VALOR CUOTA \$189.000. MONTO TOTAL DEL CRÉDITO \$4.800.000. COSTO TOTAL DEL VEHÍCULO \$13.080.000. (2) 208 ALLURE PACK 1.6 HDI 92 HP STOCK 8 UNIDADES. CAE 23,04%. COSTO TOTAL DEL CRÉDITO \$6.804.000. VALOR PVE \$4.060.000 CORRESPONDIENTE AL 50%. VALOR CUOTA \$189.000. MONTO TOTAL DEL CRÉDITO \$4.800.000. COSTO TOTAL DEL VEHÍCULO \$13.080.000. (3) 2008 ALLURE 1.6 E-HDI 92HP STOCK 24 UNIDADES. CAE 23,04%. COSTO TOTAL DEL CRÉDITO \$6.804.000. VALOR PVE \$5.140.000 CORRESPONDIENTE AL 50%. VALOR CUOTA \$189.000. MONTO TOTAL DEL CRÉDITO \$4.800.000. COSTO TOTAL DEL VEHÍCULO \$16.584.000. (4) 208 FELLINE 1.6 BLUE-HDI 120HP STOCK 5 UNIDADES. CAE 18,53%. COSTO TOTAL DEL CRÉDITO \$6.804.000. VALOR PVE \$11.140.000 CORRESPONDIENTE AL 50%. PEUGEOT

**Observaciones:**

1. La publicidad contiene información importante difundida en escaso tiempo de exposición (4 segundos), cuestión que impide al consumidor/a informarse adecuadamente.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### V. RESULTADOS

En comparación con los resultados del estudio de publicidad automotriz realizado por SERNAC en agosto del año 2015, y a partir del cual se denunciaron a doce proveedores por diversas infracciones a la LPC, el estado de la publicidad automotriz, constatada en este informe, revela que durante el periodo de estudio, esta mejoró en cuanto a que se observa una reducción del número de infracciones, lo que revela una mejora en ajuste de los proveedores a la norma en materia publicitaria tal como lo ha solicitado SERNAC, lo que significa una disminución en la asimetría de la información. Sin embargo, tal como consta en el presente estudio persisten algunas infracciones, principalmente en lo relacionado con falta de información veraz y oportuna en relación a la garantía ofrecida, dado que no señala en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.

A Consecuencia de los resultados del análisis de la publicidad automotriz, **SERNAC denunciará a tres proveedores** (Ver tabla 1):

1. Andes Motors (Proton): La publicidad contiene información importante para la decisión de compra del consumidor, especialmente en relación a la garantía ofrecida, en un formato de letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm), además falta información veraz y oportuna en relación a la garantía, dado que no señala en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.
2. Nissan Chile SpA: La publicidad contiene información importante difundida en escaso tiempo de exposición (1 segundo), cuestión que impide al consumidor/a informarse adecuadamente, además no informa CAE.
3. Piamonte (Chery): La publicidad contiene información importante para la decisión de compra del consumidor, especialmente en el caso de la garantía ofrecida, en un formato de letra chica ilegible por tamaño (inferior a 2,5 mm), además falta información veraz y oportuna en relación a la garantía, dado que no señala en qué consiste y la forma en que el consumidor puede hacerla efectiva.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Además, el Servicio realizará acciones administrativas sobre siete proveedores, solicitando vía oficio el ajuste de la publicidad de seis de ellos en conformidad a la norma consagrada en la LPC (para lo cual se mantendrá la publicidad observada bajo vigilancia a efectos de constatar su corrección), en tanto que a un proveedor se le solicitará información a efectos de la comprobabilidad de sus afirmaciones publicitarias.

**Proveedores a oficiar solicitando el ajuste de su publicidad por presentar diversos incumplimientos, tales como información importante en letra ilegible, por falta de información veraz y oportuna, entre otros. (Ver tabla 1)**

1. Automotora Gildemaister (Hyundai)
2. Sociedad Comercial de Vehículos S.A. (Great Wall)
3. Ford Motor Company Chile S.A
4. Newco Chile Motors S.A (Chery)
5. Peugeot Chile S.A
6. Porsch Chile SpA (Skoda)

**Proveedor a oficiar solicitando información sobre sus afirmaciones publicitarias: (ver tabla 1)**

1. Curifor S.A: Las frases “Descuentos Sobre Descuentos/Bonos Espectaculares/Condiciones Especiales/Financiamiento Directo” son susceptibles de comprobabilidad por parte del proveedor.

# Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

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

Proveedor/anunciante	Medio de difusión		Contiene información a comprobar (Art. 33)	Información ilegible (Art. 3 letra b)	Falta información sobre la garantía (Art. 3 letra b y 33)	No informa Cuota/CAE/CTC según LPC. Falta tratamiento Similar de la CAE con cuota (Art. 17G y 3 inciso 2 letra a)	Acción de SERNAC
	Prensa	TV					
1. AndesMotor (Proton)	x			x	x		Denuncia por infracción
2. Automotores Gildemaister (Hyundai)	x			x			Solicita ajuste (vigilancia)
3. Curifor S.A	x		x				Solicita información
4. Sociedad Comercial de Vehículos S.A. (Great Wall)	x				x		Solicita ajuste (vigilancia)
5. Ford Motor Company Chile	x					x	Solicita ajuste (vigilancia)
6. Nissan Chile SpA		x		x		x	Denuncia por infracción
7. Newco Motors Chile S.A (Chery)	x				x		Solicita ajuste (vigilancia)
8. Porsch (Skoda)	x			x			Solicita ajuste (vigilancia)
9. Peugeot Chile S.A		x		x			Solicita ajuste (vigilancia)
10. Piamonte	x			x	x		Denuncia por infracción

Fuente: Sernac