

Estudio sobre publicidad y condiciones de contratación de servicios de telefonía móvil en Chile

Informe

Preparado por

Alejandro Pujá Campos,
Coordinador Jurídico de ODECU.

Investigadores

Macarena Cerón Acevedo
Carlos Montoya Ramos

Supervisión general

Stefan Larenas Riobó

Santiago, Marzo de 2018.

Introducción

La **Organización de Consumidores y Usuarios de Chile, ODECU**, estimó útil realizar una investigación acerca de la publicidad y condiciones de contratación de los servicios de telefonía móvil en el país.

Se trata de un mercado relevante, que se ha dinamizado en los últimos años, con millones de usuarios que tienen, aparentemente, más y mejores oportunidades para acceder a los servicios de la telefonía móvil.

No obstante, también se trata de un mercado tecnológicamente complejo y, a pesar de las facilidades para contratar, la velocidad de este acto, la ausencia de formalidades o solemnidades en un importante número de casos, impide que los usuarios conozcan y entiendan en toda su magnitud el contenido de la publicidad y de las condiciones de contratación.

Por estas y otras razones, ODECU realizó una investigación sobre parte importante del mercado de la telefonía en Chile, concentrándose en las ofertas y promociones de los servicios móviles, indiferentemente si se trata de móviles en modalidad prepago o “con contrato”, como coloquialmente lo trata la población. Cabe precisar en este punto que en cualquiera de los dos casos, siempre hay un contrato. Los contratos pueden ser consensuales, formales, solemnes, de adhesión, etc., y esto implica que no siempre deben ser por escrito ni firmados por las partes.

Este punto adquiere mayor relevancia, cuando una compañía de las estudiadas instaló en la población la idea de los planes sin contrato, cuestión que, como se ha dicho, no es cierto.

Véase video: **¿Qué es un plan sin contrato?**

<https://youtu.be/Z8XNgjL8II>

Mercado y metodologías

Mercado

El mercado investigado fue el formado por las principales compañías de telefonía móvil, de acuerdo al número de clientes.

El estudio levantó datos sobre la información y publicidad de las compañías de telefonía móvil del país desde diarios, televisión, avisos y paletas publicitarias de la vía pública entre los días 21 y 27 de agosto de 2017.

Se establece un criterio de corte por cantidad de clientes atendidos para evitar incluir a compañías irrelevantes. Al revisar la página de SUBTEL para obtener antecedentes al respecto y justificar el criterio de corte, se puede observar que existen las siguientes compañías en el servicio móvil, con los siguientes abonados a marzo de 2017:

Claro	: 5.941.185.
ENTEL PCS	: 7.663.748.
Movistar	: 7.497.409
WOM	: 1.559.426.
Interexport	: 178
Telsur	: 9.203
Virgin	: 351.659
VTR	: 163.881
Netline	: 1.051
Falabella Móvil	: 94.261.
Simple	: 20.602.

Como puede observarse, hay cuatro compañías que juntas abarcan 22.661.768 abonados.

Luego a mucha distancia hay otro grupo formado por tres compañías, Virgin, VTR y Falabella Movil que suman sólo 609.801 abonados.

Finalmente, hay un tercer grupo formado por Simple, Telsur, Netline e Interexport que sólo suman 31.034 abonados.

Así, las empresas que se consideraron son: MOVISTAR, ENTEL, Claro, WOM, Virgin y VTR.

A mayor abundamiento, acerca de la evolución de la portabilidad, véase la información actualizada sobre portabilidad al 30 de septiembre de 2017.

[http://www.portabilidadnumerica.cl/wp-content/uploads/2012/08/Reporte Portabilidad 2017-09-30a.pdf](http://www.portabilidadnumerica.cl/wp-content/uploads/2012/08/Reporte%20Portabilidad%202017-09-30a.pdf)

Metodología

Para realizar esta investigación se utilizaron distintos medios en el proceso de levantamiento de datos.

1. Compra de diarios de circulación nacional por el lapso de una semana para revisar las piezas gráficas publicitarias.
2. Compilación de videos publicitarios emitidos durante la misma semana en los canales de televisión.
3. Revisión de las ediciones digitales de diarios nacionales y regionales.
4. Revisión de los sitios webs oficiales de cada compañía
5. Revisión de cuentas oficiales en redes sociales de las empresas investigadas: Twitter, Facebook y YouTube.
6. Levantamiento fotográfico de publicidad fija en la vía pública y lugares de acceso público.

Análisis

Luego del levantamiento y fijación de los datos, se procedió a revisar todos los contenidos obtenidos: mensajes publicitarios, elementos gráficos, videos, condiciones de contratación, etc., desde la perspectiva del derecho de consumo y normas sectoriales y generales aplicables, además de las mejores prácticas internacionales.

Principales hallazgos

La información se ordenó por cada compañía, y se construyó un apartado con los detalles de los resultados de cada una.

No obstante, en una mirada general del mercado, los principales hallazgos del estudio son los siguientes.

1. Uso indiscriminado de letra chica en los distintos tipos de mensajes publicitarios.

Hay una evidente despreocupación por parte de los anunciantes en torno a asegurar la completa entrega del mensaje publicitario. Esto se evidencia por la disposición de información complementaria, o quizás muy relevante, en forma de letra chica, en la parte inferior de los mensajes impresos en diarios, folletos, gigantografías y en videos publicitarios emitidos por televisión.

Si bien es cierto que la letra chica tiene en Chile una regulación específica, circunscrita sólo a los contratos de adhesión, la Corte ha estimado que el

anunciante debe informar todos los detalles de un mensaje publicitario utilizando el mismo tamaño de letra.

Véase: **Corte multa a BBVA por inducir a error en su publicidad post terremoto.**

<https://www.sernac.cl/24970/>

2. Mensajes publicitarios, acerca de ofertas o promociones, de difícil o imposible verificación.

Aquella publicidad que ofrece acceso a Internet en distintas redes, con determinadas bolsas de navegación, es imposible de verificar para el usuario que no controla o visualiza cuando está en una u otra red.

Esto puede implicar el rápido agotamiento de la bolsa o plan de megas contratados, pues las condiciones de acceso y uso varían dependiendo de la red en que se encuentre el usuario.

Ejemplo: plan 8 + 8 de WOM.

Sin embargo, en el caso de WOM resulta que su red 4G no es compatible con todos los modelos de teléfono circulando en el país, lo que provoca una mala experiencia de usabilidad, conflictos con el operador y baja de servicios por parte del cliente. Nada se advierte ni se informa de esta eventual incompatibilidad en las piezas gráficas, carteles y avisos de WOM.

3. Como regla general, no es posible acceder a los contratos de telefonía móvil.

No existe un interés de las compañías por poner sus contratos en un lugar destacado de sus páginas de Internet u otras formas de contacto, como en sus

cuentas de redes sociales. Para acceder a un contrato, hay que hacer varios clicks en la página de la compañía y saber dónde buscarlo. Todo esto desincentiva al usuario que termina eligiendo con muy poca información.

Tampoco hay un resumen de las condiciones específicas de contratación para cada producto.

Asimismo, en la documentación a la que es posible acceder sobre características técnicas del servicio, requisitos de los equipos en cuanto a su compatibilidad con las redes u otras regulaciones o normativas como aquella sobre la neutralidad de red, no se ve un esfuerzo didáctico de las compañías para entregar la información en una presentación gráfica atractiva. Sólo textos planos, letra de tamaño pequeño, nada de animaciones o elementos multimedia.

Esto atenta contra el derecho al acceso veraz y oportuno a la información y características relevantes del bien, producto o servicio, establecido en la ley del consumidor.

4. Uso impreciso de conceptos como “acceso ilimitado”.

Se juega con las frases y elementos gráficos de la publicidad, destacando frases como “acceso ilimitado” e, inmediatamente, referirse a la cobertura del acceso a determinadas redes sociales.

Este tipo de mensajes induce a error al usuario que confunde el acceso ilimitado a ciertas redes sociales con el acceso ilimitado al servicio de Internet móvil.

Esto tiene mucha relación con la mala práctica de utilizar letra chica. Las compañías resaltan el acceso ilimitado a redes sociales. Sin embargo, en la letra chica, de difícil visualización, detallan a modo ejemplar que se hará cobro por reproducir vídeos en la App de Facebook o que se hará efectivo un cobro si se

emiten llamadas desde Whatsapp. Es decir, **el acceso ilimitado en redes sociales nunca es tal.**

Algo similar ocurre con aquellas **ofertas o promociones** que señalan accesos diferenciados dependiendo de que el usuario se encuentre conectado a la red de la propia compañía o de otras.

Los usuarios deben saber que para que el sistema de telecomunicaciones móviles funcione, las compañías celebran contratos que permiten que las llamadas o conexiones de servicios de Internet originadas en un punto, pasen por las redes de distintas compañías para llegar a su destino.

Así, por ejemplo, cuando un cliente de una compañía no está en la red propia de su compañía, la llamada se conduce por la red de la compañía disponible en el lugar de origen de la llamada. Esto provoca que la compañía del que llama debe pagar una tarifa a la compañía cuya red se está usando. Esto explica que algunas compañías ofrezcan condiciones más favorables a sus usuarios si trafican sólo por sus propias redes. El problema es que el usuario no sabe dónde están las redes de su compañía y, como se traslada constantemente, usa en forma indiferenciada las redes de las distintas empresas. Así, el usuario no puede controlar el uso de un plan en una red respecto de otra red.

5. Acceso a redes sociales ilimitado y gratuito es difícil o imposible de verificar.

No existen herramientas, programas o aplicaciones disponibles para que el usuario verifique directamente si, efectivamente, la navegación en determinadas redes sociales no está ocupando la bolsa de megas del servicio contratado.

Tampoco hay claridad acerca de situaciones como el tratamiento de las descargas desde la misma red social.

Es posible presumir que servicios como envío o descargas de archivos, llamadas sobre Internet, etc., generan descuentos de las bolsas contratadas y no son ilimitadas ni gratuitas, como se pretende informar en algunos casos.

6. Acceso gratuito a determinadas redes sociales podría atentar contra la libre competencia. Aparentemente, si se da acceso a todas las redes similares, no se vulneraría la norma.

Así lo establecería la Ley de Neutralidad de la Red.

Véase: **Ley de Neutralidad y Redes Sociales Gratis**

<http://www.subtel.gob.cl/ley-de-neutralidad-y-redes-sociales-gratis/>

No obstante, si el acceso a redes sociales es igualitario, es decir a todas las redes sociales, se anularía este efecto vulneratorio de la libre competencia. Aun así, el acceso gratuito e ilimitado a determinadas redes es una convención discutible desde que existen decenas de redes sociales a las que no se tiene acceso gratuito e ilimitado. Así, el criterio para permitir el acceso a unas y no a otras, es absolutamente cuestionable y mantendría la vulneración a la libre competencia.

7. Venta paquetizada de servicios es la regla general.

Si bien es cierto que en la mayoría de los casos se encuentran disponibles los productos y servicios en forma individual, el grueso de las ofertas son paquetes de servicios. No se destaca la contratación de servicios individuales.

En general, el mercado no se hace cargo de hábitos y dificultades de algunos usuarios como los no videntes, sordos y mudos, que privilegian un medio de comunicación por sobre otro, además de clientes que, por razones culturales, no han incorporado, y probablemente no lo harán, el uso de tecnologías de la comunicación como en el caso de WhatsApp.

Así, no se privilegian ni se destacan monoproductos o productos individuales que contengan sólo minutos para llamadas de voz, o sólo bolsas de navegación. Si a esto se suman los habituales esquemas de incentivos por ventas, se puede entender la ausencia de estímulos para ofrecer monoproductos.

Así, tenemos prácticas que, de un modo u otro, restringen al derecho a la libre elección.

No obstante todo lo anterior, de acuerdo a información pública, es pertinente señalar el acuerdo suscrito entre ENTEL y la Asociación de Sordos de Chile, el *“que pretende mejorar los servicios dirigidos a personas sordas”*.

“Esta alianza consiste en establecer planes especiales para personas sordas, los que estarán orientados a las necesidades particulares de cada usuario. Asimismo, Entel financiará diez cupos anuales para que sus colaboradores se capaciten en lengua de señas chilena en la Academia de Lengua de Señas Chilena ESILENSE-ASOCH.

La empresa de telecomunicaciones dispondrá además de un servicio de atención personalizada con lengua de señas chilena para sus clientes con discapacidad auditiva, el cual estará disponible en las oficinas comerciales de la Torre Entel”.

Véase: Entel y ASOCH firman acuerdo para entregar servicios de telecomunicaciones acorde a necesidades de las personas sordas

<https://www.pactoglobal.cl/2016/entel-asoch-firman-acuerdo-entregar-servicios-telecomunicaciones-acorde-necesidades-las-personas-sordas/>

Naturalmente, desde ODECU vemos con interés y positivamente esta iniciativa que esperamos sea una inspiración para que el resto de la industria avance en estrategias de inclusión.

8. Ausencia o dificultad para acceder a las condiciones de las ofertas y las bases de promociones.

No se encuentran las condiciones de las ofertas o promociones en forma detallada o, si las hay, son de difícil ubicación dentro de una página de Internet.

Ni siquiera se destacan en la publicidad cuestiones elementales como las fechas de inicio y término de las ofertas y las promociones, así como otras características relevantes.

En este contexto, afirmaciones absolutas como ofrecer *“Doble de Gigas para siempre”*, de WOM, no son posibles de precisar.

9. Uso indiscriminado, sin definición clara y precisa, de conceptos tales como banda ancha, 4G, HD, etc.

El mercado es prolífico en la creación y uso de innumerables conceptos cuya indefinición se presta para el abuso de las expectativas de los clientes.

Por ejemplo, se destaca la red 4G como la mejor tecnología de comunicación en circunstancias que las demás redes existentes pueden satisfacer de similar modo las demandas de servicios, dependiendo del perfil de usuario.

Un usuario muy avanzado y con conocimiento en la materia, podrá verificar de mejor modo si el servicio recibido está en un standard superior a la media. Se trata de un usuario que, por ejemplo, visualiza videos o utiliza servicios de comunicación como Skype, para lo cual requiere alta velocidad de descarga y subida, y un equipo capaz de reproducir contenidos de alta resolución.

Se trata de usuarios que utilizan sus dispositivos de alta gama en múltiples tareas de trabajo, educación, comunicación, servicios bancarios, entretenimiento, etc.

Sin embargo, una gran mayoría no distingue un mejor servicio desde que está acostumbrado a equipos de gama media o baja y usos más tradicionales, tales como las llamadas de voz, el uso de mensajes de texto y algunas redes sociales que exigen bajos requerimientos, como WhatsApp.

No se advierte una función informativa y educativa por parte de las empresas para ilustrar en forma profusa, tan destacada como su publicidad, que la calidad de servicio depende también de factores ajenos al servicio de telefonía propiamente tal, como las características del equipo del usuario o la presencia de obstáculos físicos para la recepción y emisión de la señal.

10. Uso abusivo de información oficial sobre el mercado de telefonía móvil.

Llama la atención el caso de la empresa WOM que afirma tener *3 millones de portados en dos años*, en circunstancias que, de la revisión de la información oficial emanada de la Subsecretaría de Transportes y Telecomunicaciones, esta empresa nunca habría alcanzado esa cifra de clientes, situándose en una cifra notablemente inferior de acuerdo a los datos que se tuvieron a la vista al momento de iniciar el estudio de ODECU y a los del Informe de Portabilidad de Septiembre 2017.

Véase: **Información de Portabilidad**

[http://www.portabilidadnumerica.cl/wp-content/uploads/2012/08/Reporte Portabilidad 2017-09-30a.pdf](http://www.portabilidadnumerica.cl/wp-content/uploads/2012/08/Reporte%20Portabilidad%202017-09-30a.pdf)

Se trata entonces de una conducta, a lo menos, éticamente reprochable, pues se falta a la verdad, induciendo a pensar que WOM es la empresa con más clientes lo que no es cierto, generando en los eventuales clientes el conocido *efecto manada*,

en que las personas toman una decisión, en este caso de cambiarse a esta compañía, sencillamente porque los demás o una gran mayoría ilusoria también lo hace.

En sus descargos, WOM señala *“que hay distintas maneras de contabilizar a los clientes, ya que SUBTEL sólo cuenta los clientes que hayan efectuado un tráfico de voz durante los últimos 30 días, por lo que deja fuera a todos los clientes que son exclusivos de datos móviles (BAM y similares) y aquellos clientes multimedia (voz+datos) que no han llamado los últimos 30 días. Recordemos que cada vez los usuarios utilizan más el servicio de datos (donde hay aplicaciones que también pueden llamar como Whatsapp y Facebook) y cada vez menos se utiliza el servicio de voz”*.

Así, WOM manifiesta que la forma utilizada por la empresa para contabilizar a los clientes es distinta a la empleada por la Subsecretaría de Telecomunicaciones, SUBTEL y que así se lo ha manifestado a la autoridad.

ODECU manifiesta su preocupación por el disímil manejo de este tipo de datos ya que confunde a todos los actores del mercado, con insospechadas consecuencias. Así, estimamos que si WOM sabe las eventuales deficiencias de la metodología de SUBTEL, debió abstenerse de entrar en ese terreno con una campaña tan fuerte, insistir ante la autoridad para el cambio de la metodología y advertir a los usuarios de esta presunta anomalía.

No obstante todo lo anterior, ODECU remitirá los antecedentes precisos de este punto a SUBTEL para su pronunciamiento.

11. Uso indiscriminado y abusivo de la figura femenina para vender el servicio de telefonía móvil.

La empresa WOM dedica una muy importante cantidad de piezas gráficas y, dentro de las mismas, una gran cantidad de espacio a realizar la figura de mujeres en conductas y presentaciones que destacan su figura y sensualidad, así como mensajes de doble lectura.

Esta estrategia publicitaria de WOM es abusiva, frívola y discriminatoria frente a la figura de la mujer, moviéndose directamente en la dirección contraria que las actuales iniciativas públicas y privadas que buscan eliminar el sexismo y la utilización de la imagen femenina, y la mujer, como un objeto.

Además, esta injustificado utilización de la figura femenina no constituye un aporte el mejor conocimiento de los productos y servicios propios del giro de las telecomunicaciones de la empresa.

Cabe señalar que esta estrategia no se encuentra en las campañas, piezas gráficas o los mensajes del resto de las empresas investigadas.

Comentario general sobre navegabilidad de las páginas webs y redes sociales de las compañías investigadas.

Una página de inicio es breve, tiene que orientar además de informar. Las plataformas web de Entel, Movistar, WOM, y VTR tienen demasiado contenido y no son muy ordenadas.

Estas plataformas webs tienen muchos enlaces o direcciones extras. Se trata de poner a los consumidores en contexto sobre el tema que se le está presentando. Si bien, esto le dará más opciones al consumidor para navegar por las páginas webs, la organización del contenido debe seguir un orden lógico el que no siempre está completo.

Asimismo, en Facebook, Twitter y Youtube:

El movimiento de actualización es bajo, como en todas las redes sociales. Suben o actualizan noticias, planes o videos cada un lapso de tiempo de semanas e incluso meses. Repiten en muchos casos la misma actualización o estado.

Observaciones particulares por compañía

Claro

Piezas informativas y publicitarias de Claro

Comentarios generales:

La página de Claro fue una de las dos calificadas como ordenadas, fáciles de navegar.

ILIMITADO DE VERDAD

PLAN ILIMITADO HD

GIGAS Y MINUTOS ILIMITADOS
DISFRUTA TODO EL CONTENIDO EN HD

Claro video
INCLUYE 1 AÑO DE SUSCRIPCIÓN

Por solo \$30.990

¡MÓVETE A LO MÁS!
\$0

Plan Ilimitado HD
Comparte con tus amigos
Puedes y más.
¡Móvete a lo más!

SI ERES CLIENTE ACTUALIZA TU PLAN

**NADA TE DETIENE
CAMBIATE A CLARO**

www.claro.cl

Con Claro es posible

Las Últimas Noticias, martes 22 de agosto, página 7.

La composición de elementos con colores oscuros en algunas piezas publicitarias, su color y otras características, dificulta la lectura de la letra chica, siendo un obstáculo clave para que el consumidor se informe veraz y oportunamente de detalles como la vigencia, stock y, por supuesto, de las condiciones comerciales y contractuales.

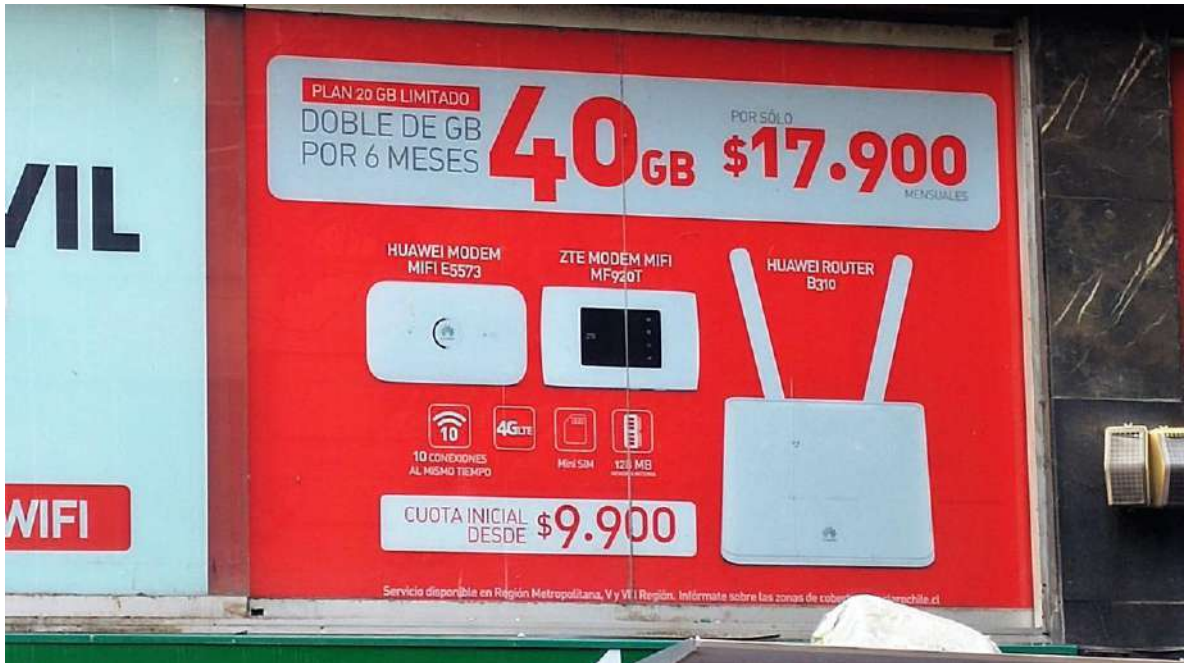
Cartel cerca de Mall Alto Maipú, 26 agosto 2017.





Huérfanos con Ahumada, 21 de agosto de 2017.

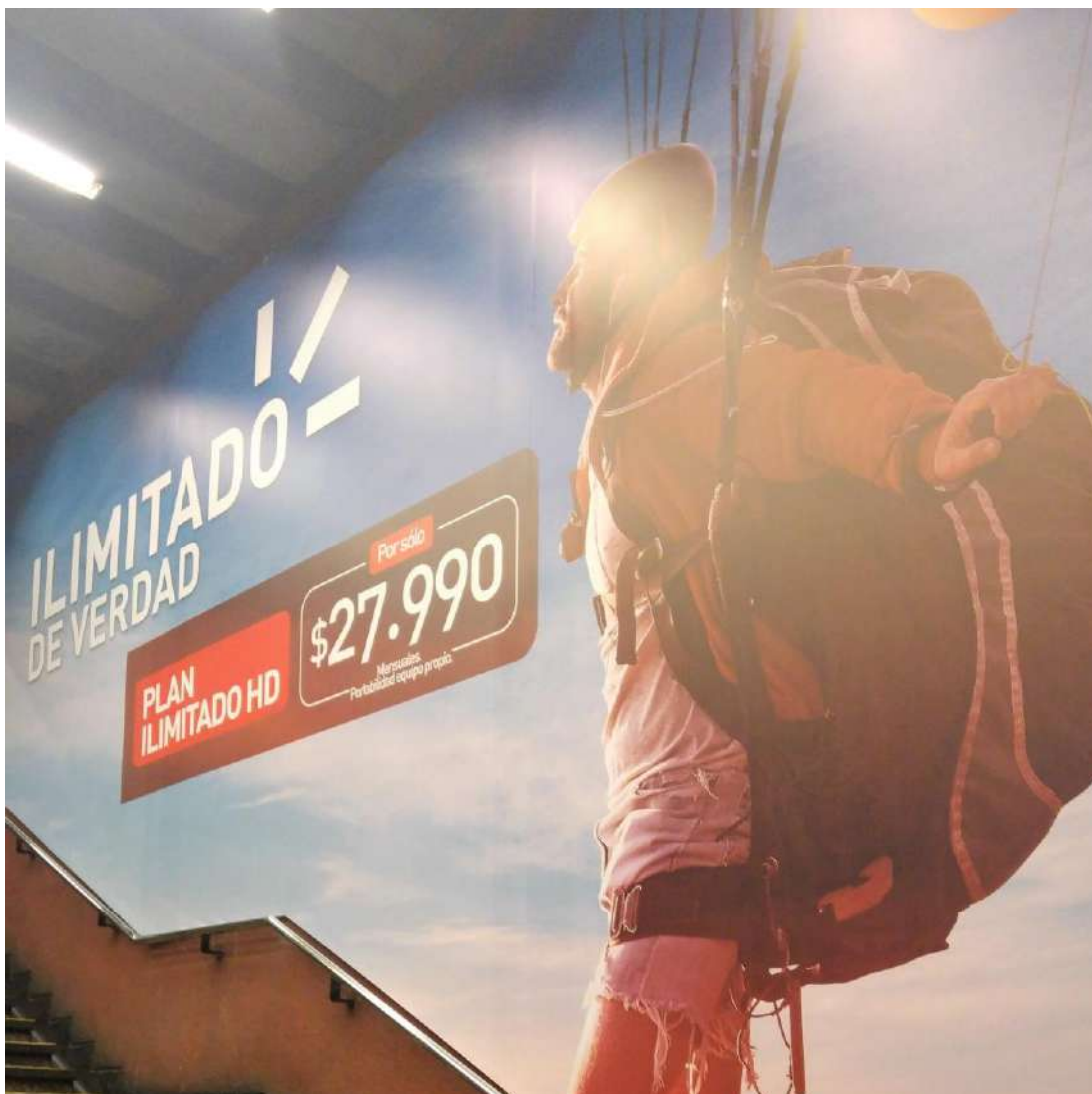
Nótese que la palabra LIMITADO no está destacada a diferencia de otros datos como los 40 GB, el valor, etc.



Gran despliegue para casi nula información en Los Leones con Providencia el 25 de agosto de 2017.



**Remite a ver las condiciones en clarochile.cl y en la 38 notaría de Santiago.
Práctica insuficiente teniendo tanto espacio disponible para agregar más información relevante.**



En la gigantografía del Metro Baquedano, 24 de agosto de 2017, el mensaje para más detalles está en posición vertical.

f t i ☎ 800 171 171

Términos y condiciones en clarochile.cl. Bases de la promoción portabilidad agosto 2017 en notaría N° 98 de Santiago.



Cartel caminero de Metro Santiago Bueras, 26 de agosto de 2017, que prácticamente dice nada.



Y aunque se trata de un cartel led, los siguientes mensajes siguen siendo ambiguos.



Módulo en Metro Tobalaba, 24 de agosto de 2017. Es evidente la diferencia de tamaño de letra entre unos mensajes y otros bastante relevantes que se refieren al servicio en que se ocupan las bolsas, duración de la oferta o promoción, condición de recarga desde un mínimo de \$2.500 o límite de uso de HASTA 1 GB en determinadas redes sociales.

Finalmente, en la letra más pequeña, remite a más información en clarochile.cl.



Cartel en el Metro Universidad de Chile, 21 de agosto de 2017. Repite las malas prácticas ya señaladas, incluida la letra chica que, por lo menos en este caso, al tratarse de un aviso en un andén, es posible sea leído desde cerca.

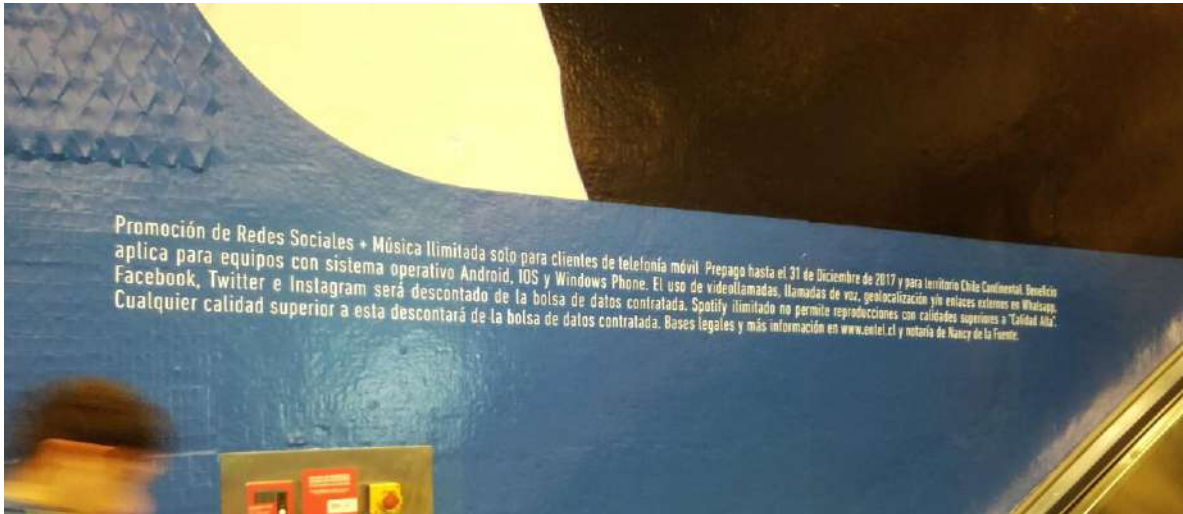
Entel

Piezas informativas y publicitarias de ENTEL



Gigantografía en Metro Estación Central, 24 de agosto de 2017. No especifica el alcance del concepto ILIMITADO, aunque esta palabra se encuentra muy destacada. A su vez, la desproporción de tamaño con la letra chica es evidente.

No obstante ello, esta letra, por el enorme tamaño de la gigantografía sí puede ser leída desde cerca.



Si bien es cierto que esta letra puede leerse, el contenido del mensaje es lo suficientemente importante como para que sea más destacado, junto al mensaje principal. Remite a más información en entel.cl y notaría, lo que es insuficiente e inexplicable, contando con tanto espacio.



Cartel en Providencia entre Lyon y Suecia.

El color naranja parece no muy afortunado para destacar algunas palabras como REDES SOCIALES y GIGAS Y MINUTOS.

La letra chica, al tratarse de un cartel grande, es más o menos legible. Podría ser mejor.

Virgin

Piezas informativas y publicitarias de Virgin



Módulo en Metro Plaza de Maipú.

Aunque hay texto en letra más chica, no parece modificar substancialmente el mensaje principal.

De todas maneras, sería mejor que la condición de contratar el plan desde \$7000 estuviese más destacada pues puede parecer que el sólo acto de portarse a Virgin basta para obtener el regalo de 30 Gb, cuyo límite, condicionado por la palabra HASTA podría estar en un tamaño algo mayor.

En el caso de VIRGIN, no se encuentran disponibles los contratos sino sólo los términos del servicio en su página web:

<https://www.virginmobile.cl/terminos-del-servicio>

No obstante, junto con la página de Claro, Virgin tiene una de las páginas más fáciles de navegar debido a sus colores y orden. Menos es más.

No se encontraron piezas gráficas en los diarios seleccionados durante el periodo de la investigación.

ilimitada, sin descontarlos de los asignados a su plan (GB Plan); Vigencia mientras estos últimos no se hayan consumido. **Excluido el uso de llamadas de voz sobre internet, video llamadas, accesos a enlaces externos y mapas, las cuales serán descontados de los GB asignados a su plan. Las Redes Sociales (RRSS) y aplicaciones (Apps) incorporadas en el beneficio, pueden ser eliminadas y/o reemplazadas a discreción de TMCH, plan ilimitado HD conforme a las medidas de gestión de tráfico y administración de la red, al cliente de plan ilimitado se le podría reducir la velocidad de navegación de bajada hasta 256 Kbp, en horario y/o lugares de congestión en el evento de que su consumo de datos haya sobrepasado los 40GB en el tráfico total. Minutos ilimitados aplica solo para un máximo de 300 destinatarios por mes. Excluye las comunicaciones a redes de compañía cuyas tarifas de cargo de acceso sean superiores a las de Movistar”.**

Aquí vemos infracción **al derecho a información veraz y oportuna** al no señalarse en forma destacada las restricciones de los planes ilimitados.

También hay **cláusulas abusivas** toda vez que la empresa se reserva el derecho a **modificar unilateralmente** las condiciones en relación a las redes sociales y aplicaciones que forman parte del “beneficio”.

Luego, otra **cláusula abusiva es aquella que se reserva el derecho a gestionar la red**, lo que pretende excluir a la empresa de su responsabilidad en cuanto a la prestación de un servicio de determinada calidad.



Publicado en “El Mercurio” el sábado 26 de agosto, sección “Vidactual” página D1.

Uso abusivo de letra chica y acceso visual prácticamente imposible a condiciones relevantes de la promoción.



Publicado en La Tercera, lunes 21 de agosto. Página 1.

Club Movistar.

Consiste en hacer uso de beneficios que proporciona la App de Club Movistar. con referencia a “La Parva” 2x1 en tickets diarios y arriendo de ski.

Letra chica:

Vigente temporada 2017. 2x1 excluye feriados, días 10-11-17-18 de julio y 14 de agosto. No acumulable. No incluye costo Parvapass. Ver más en ClubMovistar.cl.

Pésima calidad de la impresión, uso abusivo de letra chica.



Publicado en La Tercera, Jueves 24 de agosto. Página 1.

Ahora nuestros planes son ilimitados ¡Grande Internet!

Letra chica:

Vigente entre el 24 de agosto y el 30 de septiembre de 2017. Condiciones comerciales y contractuales en www.movistar.cl.



Publicado el viernes 25 de agosto. Página 27.

Tienda movistar.cl, oferta exclusiva web.

El mensaje consiste en llevarse un Sony Xperia XZ Premium y un Bundle Playstation 4 de una.

Oferta válida hasta agotar stock de 100 unidades disponibles. Exclusivo pago con tarjeta de crédito bancaria. Cálculo de CAE correspondiente a 12 cuotas sin interés. Condiciones comerciales y contractuales en www.movistar.cl.



Publicado en La Tercera, sábado 26 de agosto, página 1.

Club Movistar.

Consiste en hacer uso de beneficios que proporciona la App de Club Movistar. con referencia a Cine Hoyts, respecto de un descuento por 50% en entradas 2D.

La pieza gráfica que utiliza la compañía y sus características es de colores oscuros lo que dificulta la lectura de la “letra chica”. Esto dificulta al consumidor el informarse veraz y oportunamente de detalles de la operación del servicio, vigencia, stock y, por supuesto, de las condiciones comerciales y contractuales.

Observaciones finales:

El periódico La Tercera, tiene un encabezado exclusivo de Movistar, ubicado en su página principal, los siete días que se emite el diario.

Además, en ciertas ediciones aunque se utilizaba el mismo componente de imagen y color, la letra chica era indivisible para el lector, por su impresión borrosa.

Puede ser error del diario en sus impresiones o puede ser una pésima definición de la imagen proveída por Movistar, o ambas cosas, lo que provoca que el componente visual impida la adecuada visualización del mensaje con letra chica.

Por otra parte, no se encontraron piezas gráficas relevantes en la vía pública durante el lapso de levantamiento de datos.

Se encontraron videos sobre funcionalidades del Iphone, la aplicación Siri de Apple específicamente, irrelevante para este estudio y que, además, estaba siendo publicitada por las demás principales empresas de telefonía.

Asimismo, la página de MOVISTAR aparece dentro de las que ofrecen mucha información y que, por lo mismo, el navegante inexperto tiene alta posibilidad de perderse.

Sus redes sociales son poco creativas, replican mensajes similares a los de los periódicos y **la compañía parece estar más enfocada en promover productos y servicios que vincula al servicio telefónico que a concentrarse en la calidad de los servicios de telefonía propiamente tal.**

Si bien no hay contratos propiamente tales, la documentación disponible en su sección de condiciones comerciales y contractuales en la página web permitiría acceder a lo más relevante de sus servicios, aunque no de una forma muy atractiva.

<http://www.movistar.cl/PortalMovistarWeb/centro-de-ayuda/condiciones-comerciales-y-contractuales-de-telefonía-movil-y-banda-ancha-movil>

Con todo, es evidente que los principales problemas detectados son la letra chica, las cláusulas abusivas como la de unilateralidad de cambios en las condiciones de acceso, estabilidad y la falta de compromiso con la mantención de la calidad del servicio en los términos ofrecidos.

WOM

Piezas informativas y publicitarias de WOM



Alameda con Arturo Prat, 21 de agosto de 2017.

En esta pieza llama la atención la afirmación “*Ya somos 3 millones en 2 años*”. A la fecha de selección de las empresas que se estudiarían por parte de ODECU, la empresa WOM tenía 1.559.426 clientes, de acuerdo a información emanada de registros de SUBTEL, a marzo de 2017.

Esa cifra no ha tenido mayores variaciones de acuerdo al Informe de Portabilidad, también de SUBTEL, al 30 de septiembre de 2017.

http://www.portabilidadnumerica.cl/wp-content/uploads/2012/08/Reporte_Portabilidad_2017-09-30a.pdf



Publicado en El Mercurio, el domingo 27 de agosto. En la sección de “Clasificados” parte “económicos” página 20.

3 millones de clientes de razones para conectarte mejor ¡Y no vamos a parar!

Internet móvil hogar plan M. En total hasta 50 GIGAS, por un cargo mensual de \$15.990. 25+25 en red 4G x 1 año. Sin instalaciones. Sin técnicos.

La pieza gráfica que utiliza la compañía y sus características, son de colores oscuros lo que dificulta la lectura de la “letra chica” lo que dificulta el acceso del consumidor a información veraz y oportuna sobre detalles de la operación, vigencia, stock y, por supuesto, las condiciones comerciales y contractuales.

La letra chica incluye:

No olvides leer esto: Promoción Doble de Gigas por 1 año, vigente hasta el 31/08/2017 cargo fijo mensual no considera cuota de arriendo del equipo (Ref. \$3.000). Bases y condiciones en WOM.cl.



Cartel caminero, Metro del Sol, 26 de agosto de 2017.



Evidentemente, la letra chica es ilegible.



Módulo en Metro Plaza de Maipú, 26 de agosto de 2017.

Aun cuando la palabra ILIMITADO, ¡INCLUYE LLAMADAS! está muy destacada, debajo de los símbolos de las redes sociales hay un mensaje relevante, no destacado: HASTA 1 GIGA SIN DESCONTAR DE TU SALDO

Luego cabe otra pregunta: Si el Whatsapp incluye llamadas ilimitadas, ¿qué ocurre con el envío y recepción de archivos de imagen, audio o video?



Avisaje en Metro Universidad de Chile, 21 de agosto de 2017.

La destacada presencia de las modelos distrae de aspectos poco destacados en el mensaje publicitario los que convendría conocer con mayor detalle. ¿Qué significa, con precisión, el DOBLE DE GIGAS PARA SIEMPRE EN RED 4G? ¿Hay alguna contradicción con el límite de 2 años del Whatsapp que antes dice ser ILIMITADO?

Este es un mensaje particularmente confuso que requeriría una explicación por parte de WOM.

Finalmente, en letra chica, parece referirse más a los mensajes publicitarios, las bases y otras condiciones, remitiendo a su sitio web.



Este mensaje, también del Metro Universidad de Chile, del 21 de agosto de 2017, no entra en detalles.



Pantalla gigante en Metro Universidad de Chile, 21 de agosto de 2017. Como puede verse, muy escueto.



Gran aviso en Providencia entre Lyon y Suecia. Es el mismo mensaje, altamente confuso, que ya hemos señalado.

Podría haber utilizado mejor el espacio, destinado a las modelos, para indicar más detalles de los servicios ofrecidos.

WOM WOM
9 horas

Pórtate a #WOM con cualquiera de nuestros planes, y disfruta del DOBLE de gigas para SIEMPRE... Además, te damos WhatsApp ilimitado por DOS años. www.wom.cl/planes

#NadieTeDaMás



**UNA PROMO
HIGHLANDER**

TODOS LOS PLANES
EXTRA GIGAS CON

**DOBLE
DE GIGAS
PARA SIEMPRE**

EN RED 4G

+ **ILIMITADO**
INCLUYE LLAMADAS
2 AÑOS

PÓRTATE A **WOM** NADIE TE DA MÁS

Mismo mensaje “Doble gigas para siempre”



Publicado en Las Últimas Noticias, el lunes 21 de agosto. Página 13.

Te damos 2x1 en datos ¡y no vamos a parar!

El componente verbal consiste en 2 GIGAS, antes 1 GIGA por el valor de \$5.000 en una bolsa que tiene como vigencia 30 días; 1 GIGA, antes 500 MEGAS por el valor de \$2.500 bolsa que tiene como vigencia 15 días y finalmente 400 MEGAS, antes 200 MEGAS por el valor de \$1.000 bolsa que tiene como vigencia 7 días. Comprarlas marcando *103# o en www.wom.cl.

La letra chica incluye:

No olvides leer esto: promoción de prepago 2x1 válido por la compra de cualquier bolsa de datos o bolsas mixtas. Bolsas de megas de regalo tienen con la misma vigencia que las compradas. Promo 2x1 válida hasta el 31/08/2017. Bases y condiciones en www.wom.cl.

**¡PÓRTATE HOY!
ESTOS MODELOS
NO ESPERAN.**
¡Y NO VAMOS A PARAR!

Modelo	Cuotas	Precio Normal	Precio Oferta
MOTO C	12 CUOTAS DE	\$79.990	\$47.880
SAMSUNG J5 2106	12 CUOTAS DE	\$179.990	\$71.880
NOKIA 5	12 CUOTAS DE	\$169.990	\$71.880
LG G6	12 CUOTAS DE	\$668.990	\$239.880

transbank. VISA. MOTO. SAMSUNG. NOKIA. LG. WOM. NADIE TE DA MÁS

Consúltanos al 500 200 1000

Los precios son solo referenciales. Hasta el 31 de agosto del 2017 o hasta agotar stock de disponibilidad de cada modelo. Consultar con el distribuidor autorizado. El plan 2, paga con tarjeta por cuotas desde la compra. Consultar condiciones de los servicios. Más información, llámanos o visítanos en WOM.cl

Publicado en Las Últimas Noticias, el Viernes 25 de agosto, Página 66.

¡Portate hoy! Estos modelos no esperan ¡Y no vamos a parar!.

Moto C, 12 cuotas de \$3.990 precio normal \$79.990, precio de oferta \$47.880.
Samsung J5 2106, 12 cuotas de \$5.990 precio normal \$179.990 precio de oferta \$71.880.
Nokia 5, 12 cuotas de \$8.990 precio normal \$169.990 precio oferta

\$107.880. LG G6, 12 cuotas de \$19.990 precio normal de \$649.990 precio oferta \$239.880.

Letra chica:

No olvides leer esto. Promoción válida hasta el 31 de agosto de 2017 o hasta agotar stock de 300 unidades de cada modelo publicado, solo para portabilidades contratando un plan. El pago con tarjeta de crédito puede tener costos asociados. Consulte con el emisor de su tarjeta para mayor información. Bases y condiciones en WOM.cl.



Publicado en La Cuarta, Viernes 25 de agosto. Página 49.

Te damos 2x1 en datos ¡y no vamos a parar!

El componente visual dice:

Todas las bolsas prepago, traen el doble de datos. 2 Gigas, antes 1 Giga por \$5.000; 1 Giga, antes 500 Megas por \$2.500 y 400 Megas, antes 200 Megas por \$990. Comprarlas marcando *103# o en WOM.cl

Letra chica:

No olvides leer esto: Promoción prepago 2x1 válido por la compra de cualquier bolsa de datos o bolsas mixtas, bolsas de megas de regalo tienen la misma vigencia que las compradas. Promo 2x1 válida hasta el 31/08/2017. Bases y condiciones en www.Wom.cl.

La pieza gráfica que utiliza la compañía y sus características, son de colores oscuros lo que dificulta la lectura de la “letra chica”. Esto dificulta el acceso del consumidor a información veraz y oportuna sobre los detalles de la operación, vigencia, stock y, por supuesto, de las condiciones comerciales y contractuales.

WOM no tiene en su página los contratos descargables, sólo un enlace a términos y condiciones

http://www.wom.cl/terminos_condiciones.php

Independientemente del periódico en que se muestre la publicidad de WOM, su componente visual dificulta la lectura de la letra chica por lo oscuras que son sus imágenes.

VTR

Piezas informativas y publicitarias de VTR

21/8/2017 VTR Chile (@VTRChile) | Twitter

Inicio Notificaciones Mensajes Buscar en Twitter



Tweets 41,3 K Siguiendo 16,2 K Seguidores 86,5 K Me gusta 3.029 Listas 4 Siguiendo

VTR Chile
@VTRChile
Twitter oficial de VTR Chile ;) Si tienes problemas técnicos, puedes escribirnos a @VTRSoporte para recibir ayuda técnica.

Tweets Tweets y respuestas Multimedia

VTR Chile @VTRChile · 17 ago.
Si se quedaron sin su descuento en la preventa 2, no se preocupen. ¡Se viene la preventa 3! 🎉 #VTResLollaCL 📺

Pieza de VTR, en su cuenta de Twitter, que es muy ambigua. No dice nada concreto.

21/8/2017

VTR - Reglamento de Neutralidad de Red

vtr.com | Productos | Sucursal Virtual | Centro Ayud@ Online | Programación TV

Infórmate sobre los servicios de Banda Ancha VTR
Características y condiciones de la neutralidad de la red en el
servicio de acceso a internet.

Características del servicio VTR

2 Parámetros técnicos de diseño y operación

En esta sección se entrega información sobre el diseño técnico de la red VTR y los tiempos de respuesta ante fallas del servicio.

Tasa de Agregación

El tráfico de internet es muy similar al tráfico vehicular por una autopista, ambos varían en función de múltiples variables, muchas de ellas totalmente impredecibles. Así como es imposible – por ser ineficiente y costoso al infinito- disponer de una pista para cada auto que pasa por una carretera, las redes se diseñan asumiendo que no todos los usuarios generan tráfico de internet en el mismo momento.

Por esta razón, para dimensionar las redes se aplica el concepto de "tasa de agregación", el cual refleja cómo los distintos usuarios comparten un mismo enlace, pero en una proporción calculada utilizando un sistema estadístico que asegura una adecuada navegación. Esto es equivalente al cálculo de los ingenieros del tamaño de las autopistas y la cantidad de vías, que serán compartidas por muchos automovilistas.

La tasa de agregación se determina dividiendo la suma de las velocidades de todos los enlaces con los cuales VTR se interconecta a otros ISP y al mundo (puntos de intercambio de tráfico o PIT), por la suma de las velocidades de todos sus usuarios de Banda Ancha.

La tasa de agregación que se obtiene para VTR es de **1:117** (1 a 117) nacional y de **1:147** (1 a 147) internacional. Cabe señalar, que VTR dimensiona sus enlaces internacionales de forma de asegurar la capacidad demandada por sus clientes en todo momento.

Impacto del Caching

No obstante lo anterior, en el caso de VTR la tasa de agregación anteriormente mencionada no es tan determinante de la experiencia de velocidad de los usuarios, ya que está muy afectada por los enlaces internacionales, mientras que VTR cuenta con una poderosa plataforma de Cache que respalda el contenido mundial más visto por los usuarios en nuestra red.

Ejemplo de la ausencia de compromiso de esta compañía respecto de informar didácticamente sobre las características de la neutralidad de red en el servicio de acceso a Internet. ¿Quién leería esto?



Home > Móvil > Roaming

ROAMING

El mundo al mundo móvil

Guía para viajero

Antes de viajar

Al llegar a destino

Resuelve tus consultas

Consideraciones

Asegúrate de contar con el servicio de Roaming Internacional habilitado.

Por la nueva reglamentación, los Planes de Suscripción cuentan con Roaming de Voz, SMS y Datos bloqueado. Para habilitar uno o ambos servicios se debe llamar al 103, acercarse a cualquiera de nuestras sucursales o bien por Sucursal Virtual.

Planes Prepago y Cuenta Controlada no tienen la posibilidad de contar con el servicio de Roaming.

Banda Ancha Móvil no tiene la posibilidad de contar con el servicio de Roaming.

Consulta en la sección "Cobertura y Tarifas" y verifica si existe acuerdo de Roaming Internacional entre VTR y el/los operadores internacionales GSM del país al que viajarás (incluso donde harás escala).

Sugerimos revisar las tarifas de Roaming en nuestra sección "Cobertura y Tarifas".

Algo idéntico ocurre con esta información sobre el roaming.

Multimedia Plus CC 12 GB	\$13.293	100	\$111	12GB	/	\$60	¡Lo quiero!
Multimedia CC 15 GB	\$18.186	400	\$45	15GB	/	\$60	¡Lo quiero!
Multimedia CC 20 GB	\$21.686	700	\$45	20GB	/	\$60	¡Lo quiero!

Al consumir la cuota de navegación, podrás seguir navegando a una velocidad máxima de hasta 32 Kbps. de bajada y subida, hasta alcanzar el 50% adicional de la cuota asignada en tu plan. Luego de esto, el servicio de Internet Móvil se suspenderá, hasta la nueva facturación. Para seguir navegando, puedes comprar una bolsa de GB, la que será facturado en la boleta más próxima.

Puedes contratar individualmente los mismos planes [Sólo voz](#) y [Sólo datos](#)

Revisa aquí el [Cotizador de Servicios Móviles](#)

Conoce nuestras condiciones comerciales [aquí](#)

Un pequeño esfuerzo por informar de la existencia de monoproduetos. No obstante, esta compañía mantiene en su sitio un acabado detalle de sus ofertas paquetizadas y sus monoproduetos en el documento denominado **“Condiciones Comerciales Servicio Móviles VTR vigentes desde el 1 y el 31 de julio de 2017”**

21/8/2017

VTR - Televisión, Telefonía, Banda Ancha y Servicios Móviles



Home > Ofertas Web

Con Equipo Costo Cero

¡Te regalamos 2 GB adicionales!

Porta tu plan desde cualquier compañía y aprovecha estas ofertas exclusivas web. Contacta uno de nuestros planes multimedia y llévate el equipo a socioo sin costo en la cuota inicial de equipo. Solo hasta el 31 de agosto de 2017.



4G+

Samsung Galaxy J5 (6)

- Pantalla de 5.2"
- Cámara 13 Mpx
- Memoria 2 GB
- Procesador Quad Core 1.2 GHz

Plan Multimedia 1.5GB + Promoción de 2GB

Cuota de navegación	17GB 15GB sin este equipo
Minutos incluidos	400Min
SMS Todo Destino	100

\$24.990 Cargo fijo mensual

¡Lo quiero!

Plan Multimedia Cuenta Controlada 1.5GB + Promoción de 2GB

Cuota de navegación	15GB
Minutos incluidos	400Min

\$25.980 Cargo fijo mensual

¡Lo quiero!

Buena práctica informativa

Mas velocidad con la mejor experiencia de navegación en VTR



Condiciones principales

- ✓ Tu dispositivo debe ser compatible con la tecnología 4G LTE de VTR (banda 2600MHz o 700MHz).
- ✓ Debes encontrarte bajo cobertura 4G LTE.
- ✓ En datos, si la señal 4G LTE es mínima, siempre será mejor que 3G.

Frecuencia de Banda

Sobre 2600Mhz

Es la experiencia de la cual ya has sido parte hasta hoy, con una mejora en la velocidad de descarga con respecto a 3G y 2G teniendo un buen performance en espacios abiertos.

Sobre 700Mhz

Mejorará tu experiencia de navegación en lugares cerrados y en altura. Además, de entregar una mayor cobertura.

Con banda 700 MHz mejor cobertura en altura y espacios indoor.

Detalle sobre un esfuerzo por ilustrar acerca de requisitos que debe cumplir el usuario para acceder a servicios 4G

VTR cuenta con mucha documentación sobre condiciones de contratación, formularios, política de descuentos, indemnizaciones por fallas, reclamos, etc. Esta es una conducta valorable, aunque el examen del contenido de esta documentación debiera hacerse en un proyecto aparte.

No se encontraron piezas gráficas en los periódicos seleccionados durante el levantamiento de datos del estudio.

Tampoco se encontraron piezas gráficas en la vía y lugares públicos.

Análisis individual de la oferta publicitaria por compañía