



N° DE ROL	1137/2020
Fecha del Reclamo	12/03/2020
Reclamante	DE OFICIO
Avisador	
Agencia	
Reclamado	Nissan Chile SpA
Avisador	
Agencia	
Publicidad Reclamada	Publicidad Gráfica
Materias Reclamadas	Veracidad, engaño, pretensión exagerada y absolutos publicitarios / Gratuidad, precios y créditos
Artículos Reclamados	8° y 16°
Categoría	Automóviles y Otros Vehículos
Producto o Servicio	Automóviles
Marca	Nissan
Tipo de Acuerdo	Dictamen Ético
Materias Resueltas	Veracidad, engaño, pretensión exagerada y absolutos publicitarios / Gratuidad, precios y créditos
Artículos Resueltos	8° y 16°
Fecha del Acuerdo	15/04/2020
Fecha Reconsideración	
Fecha Apelación	

Se ha sometido a la consideración del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, en adelante también CONAR o el CONSEJO, la siguiente reclamación:

A.- RECLAMO:

El reclamo de Oficio expresa lo siguiente:

El Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria, CONAR, existe como una iniciativa de la industria para preservar e incrementar la confianza y credibilidad del público en la publicidad. Su objetivo principal es contribuir a que la publicidad sea un instrumento éticamente validado y eficaz en ayudar al desarrollo económico de las empresas y, por ende, del país, ayudando a los consumidores a tomar decisiones de compra mejor informadas, dentro de un marco ético de respeto a la legalidad vigente, a las normas de autorregulación contenidas en el Código Chileno de Ética Publicitaria que la propia industria se ha dado y a los valores prevalecientes en nuestra sociedad.

En este contexto, conforme a las atribuciones del Reglamento del CONAR, el cual dispone en su artículo 16° que “el Directorio del CONAR podrá actuar de oficio a proposición del Director Ejecutivo o de quien el Directorio designe al efecto, para conocer mensajes publicitarios que pudieran estar transgrediendo la ética publicitaria...”, solicito al H. directorio tenga a bien emitir su dictamen ético respecto de la siguiente publicidad:

Aviso en medio de prensa de Nissan para el modelo Qashqai Sense MT titulado “NiSSAN REDSALE”, publicado en la página 8 del diario La Tercera de fecha 07 de marzo de 2020. El mismo aviso fue publicado también en la página A-18 del diario El Mercurio de fecha 08 de marzo de 2020.

El aviso destaca la fotografía del vehículo sobre un fondo destacado en rojo que señala “0% interés” y más abajo, en el mismo aviso se indica “Desde \$11.990.000 Bono credi Nissan plus \$3.221.000” y luego... “CAE:6,87% / Precio Lista \$15.211.000 / CTC \$6.433.576”.

Posteriormente, la cita aclaratoria indica las condiciones y costo del crédito para la compra a 24 meses.





 Innovation that excites

NISSAN INTELLIGENT MOBILITY

NISSAN

REDSALE

0%

 INTERÉS



NISSAN QASHQAI Sense MT

DESDE \$ 11.990.000

 Bono credi Nissan plus \$ 3.221.000

CAE: 6,87% | PRECIO LISTA \$15.211.000 | CTC \$6.433.576


 INTELLIGENT EMERGENCY BRAKING

 Versión exclusiva


 INTELLIGENT DRIVE CONTROL

 En todas las versiones


 INTELLIGENT TRACE CONTROL

 En todas las versiones

CREDI NISSAN

 simulación correspondiente al producto Crédito Conventional crediNissan Operado en Chile por Baner Servicios Financieros S.A. con un 50% de pte y 24 cuotas, válido para Nissan Qashqai Sense MT 1.75a 0%. Precio de lista correspondiente a \$15.211.000. Precio con bono \$10.990.000. Incluye bono de \$3.221.000 con financiamiento de Credi Nissan, condicionado a un 50% de pte mismo y término de 24 cuotas, 24 cuotas de \$268.356 y un pte de 50% (\$5.495.000, 0% de pte). Costo total del crédito \$6.433.576. Costo total del vehículo \$15.211.000. Crédito sujeto a verificación de antecedentes financieros y comerciales del Cliente. Crédito incluye gastos operacionales y seguro de degravamen. La contratación de cualquier seguro asociado al crédito otorgado es de carácter voluntario. Los costos por el despiste de cuotas son de cargo del cliente. No válidos para la Zona Franca. Vigencia promoción hasta 31 de marzo de 2020. Stock de 100 unidades. Rendimiento Ciudad 10,4 km/lit. Rendimiento Carretera 16,7 km/lit. Véase otros datos en indicadores de laboratorio según ciclo de ensayo de la Comunidad Europea homologados en MT 1. Más información en www.consumoweb.cl/nc.

nissan.cl



El presente reclamo de oficio se funda en lo siguiente:

El referido aviso de prensa estaría en conflicto con la ética publicitaria porque no se ajusta a lo establecido en los siguientes artículos del Código Chileno de Ética Publicitaria (CCHPEP):

Artículo 8° - Veracidad, engaño, pretensión exagerada y absolutos publicitarios:

"Se considera publicidad engañosa aquella que induce o puede inducir a error o confusión, pudiendo afectar a los consumidores o competidores, mediante exageraciones, ambigüedades, falacias, sofismas u omisiones respecto de las características, ventajas, beneficios, idoneidad, precios..."

Los avisos no deben contener ninguna declaración o presentación que directamente o por implicación, omisión, ambigüedad o pretensión exagerada, puedan conducir al público a conclusiones erróneas, en especial con relación a:

... El valor del producto o servicio, el precio total que efectivamente deberá pagarse o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio".

En el caso del presente aviso, al ofrecer un precio de oferta para un vehículo (\$11.990.000) anunciando en forma destacada que la compra tiene 0% de interés, y, en el mismo aviso indicar que si la compra es a 24 meses tiene asociada un CAE de 6,87%, se modifica sustancialmente el mensaje principal del aviso, lo que conduce al público a conclusiones erróneas respecto al precio al cual es posible obtener el producto publicitado.

Además, es posible configurar infracción al **artículo 16° del CCHPEP referido a Publicidad de Precios, Gratuidad y Créditos:**

Este artículo, en lo pertinente indica: Cuando los mensajes señalen precios, éstos deben ser los precios finales al público, incluyendo impuestos, y expresados en moneda nacional.

Si existen cargos extraordinarios o costos adicionales inherentes al producto o servicio publicitado, éstos deben ser expresamente indicados, en las condiciones apropiadas al medio de que se trate."

En el caso del vehículo publicitado en los avisos individualizados, se confunde al público mediante una falacia. Se destaca que la compra tiene 0% de interés y luego se indica un precio que no es, porque la comprarlo con crédito y pago en 24 cuotas (única razón para anunciar costo de un interés) resulta que no es 0% sino 6,87% anual.

De esta manera, mediante publicidad engañosa, se compromete la confianza del público en la publicidad.

Conclusión:

Por todo lo anteriormente expuesto, solicito al honorable directorio de CONAR, actuando de oficio, disponer la suspensión de la publicidad reclamada al estar en conflicto con los artículos 8° y 16° del Código Chileno de Ética Publicitaria.



B.- DESCARGOS DE LA EMPRESA RECLAMADA:

La empresa reclamada señaló lo que sigue:

Dentro de plazo, presento los descargos de Nissan Chile S.p.A. (en adelante, "Nissan") al Reclamo de Oficio respecto de la publicidad exhibida en los diarios "La Tercera" y "El Mercurio" los días 7 y 8 de marzo de 2020, respectivamente, (en adelante, la "Publicidad"); notificado a mi representada el día 18 de marzo de 2020 (en adelante, el "Reclamo").

En primer lugar, hago presente que el día 17 de marzo de 2020 se puso término a la Publicidad en todos los medios donde se llevó a cabo. En consecuencia, ya no resulta necesario "*disponer la suspensión de la publicidad reclamada*", como se indica en el Reclamo.

Sin perjuicio de lo anterior, hago presente que el término de la Publicidad no significa reconocimiento ni aceptación de los cargos formulados en contra de mi representada, ni de infracción a alguna norma del Derecho chileno ni del Código Chileno de Ética Publicitaria (en adelante, el "Código de Ética"). En particular, no existió vulneración a los artículos 8° y 16° del Código de Ética, según se indica en el Reclamo. En cumplimiento de la primera de dichas normas, la Publicidad describía de manera precisa y exacta el valor del vehículo exhibido. En efecto, la Publicidad señalaba:

- i. El precio "*desde*" –versión básica del vehículo– es de \$11.990.000;
- ii. El crédito ofrecido de \$5.995.000, equivalente al 50% del valor del vehículo, tiene 0% de interés;
- iii. La carga anual equivalente del crédito ofrecido –CAE– es de 6,87%;
- iv. El costo total del crédito es \$6.433.576, y;
- v. El precio final del vehículo, en caso de adquirirse con el crédito ofrecido, es de \$12.428.576.

El Reclamo parece fundarse en una presunta contradicción en la oferta un crédito con 0% de interés y que, al mismo tiempo, la operación tenga una CAE de 6,87%. Sin embargo, los conceptos de interés y CAE son distintos, siendo el segundo más omnicompreensivo que el primero. De acuerdo con la Ley N° 18.010, sobre operaciones de crédito y otras obligaciones de dinero, constituye interés "*toda suma que recibe o tiene derecho a recibir el acreedor, a cualquier título, por sobre el capital*".^[1] Por su parte, la CAE fue introducida mediante la Ley N° 20.555, comúnmente conocida como del "Sernac Financiero" y tiene por objeto informar "*el costo total del producto o servicio*".^[2] En palabras del Servicio Nacional del Consumidor, "[I]o que hace la Carga Anual Equivalente, a diferencia de la tasa de interés es que mete todos los gastos y costos del crédito a la juguera y los expresa en un solo porcentaje que permite compararlo con otras empresas que ofrecen el mismo

^[1] Art. 2, inciso primero de la Ley N° 18.010. En operaciones reajustables, el interés es definido como "*la suma que recibe o tiene derecho a recibir el acreedor por sobre el capital reajustado*" (inciso segundo).

^[2] Art. 3 inciso segundo letra a).

^[3] https://web.archive.org/web/20121027065653/http://www.sernacfinanciero.cl/category/preguntas_frecuentes

[Fecha de última visita: 23 de marzo de 2020].



crédito”.[3] En el presente caso, el cálculo de la CAE de 6,87% contempla (i) gastos operacionales asociados a la inscripción del vehículo en el Registro Nacional de Vehículos Motorizados, (ii) la suscripción de un pagaré ante notario para efectos de documentar el crédito y la constitución e inscripción de una prenda sin desplazamiento, para efectos de garantizar el cumplimiento, y (iii) un seguro de desgravamen para efectos de garantizar el cumplimiento en el evento del fallecimiento del cliente.

En síntesis, la Publicidad en ningún caso podría ser calificada de engañosa o inductiva a error o confusión, pues distinguía claramente los distintos elementos del costo del producto, incluyendo cuota inicial, capital total del crédito, tasa de interés (0%) y otros costos asociados (CAE, de 6,87%). En particular, la Publicidad cumplía cabalmente con la letra B del inciso 8 del Código de Ética, en la medida que comunicaba expresamente “*El valor del producto o servicio [\$11.990.000], el precio total que efectivamente deberá pagarse [\$12.428.576] o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio [tasa de interés 0% para un crédito por el 50% del precio]*”. Por las mismas razones, la Publicidad tampoco vulneró el artículo 16° del Código de Ética, ya que señalaba con exactitud el precio final del producto (\$12.428.576 en caso de que el vehículo se adquiriera con el crédito ofrecido).

Para Nissan y su equipo de marketing, la principal preocupación es que toda pieza publicitaria sea clara, informe adecuadamente de las características de nuestros productos (incluidas sus condiciones de financiamiento) y en ningún caso pueda ser considerada inductivas a error. Lo anterior se enmarca en la permanente prioridad que tienen nuestros clientes y potenciales clientes.

En razón de lo anterior y considerando que se puso término a la Publicidad, mi representada solicita al Directorio de Conar se abstenga de emitir un dictamen ético sobre la Publicidad.[4] Finalmente, hago presente, que debido al cierre informado de las oficinas del Conar producto de la contingencia sanitaria, los presentes descargos son presentados únicamente por correo electrónico a la dirección conar@conar.cl.

C.- CONSIDERANDO LO EXPUESTO, LOS ANTECEDENTES Y MATERIAL PUBLICITARIO ACOMPAÑADOS, ESTE CONSEJO HA PODIDO CONCLUIR LO SIGUIENTE:

- C.1. Que, se ha iniciado un reclamo de oficio respecto de cierta publicidad gráfica en prensa escrita del automóvil modelo Qashqai Sense MT, titulada “NISSAN REDSALE”, de Nissan Chile SpA (Nissan), por estimar que estaría infringiendo los artículos 8° y 16° del Código Chileno de Ética Publicitaria (CCHEP).
- C.2. Que, el reclamo de oficio señala que en el aviso en cuestión se muestra la fotografía de un vehículo sobre un fondo destacado en rojo que señala “0% interés” y más



abajo se indica "Desde \$11.990.000 Bono credi Nissan plus \$3.221.000" y "CAE: 6,87% / Precio Lista \$15.211.000 / CTC \$6.433.576", insertándose una cita aclaratoria con las condiciones y costo del crédito para la compra a 24 meses. En opinión del reclamante el aviso infringiría le CCHEP pues al ofrecer un precio de oferta para un vehículo (\$11.990.000) anunciando en forma destacada que la compra tiene 0% de interés, y en el mismo aviso indicar que si la compra es a 24 meses tiene asociado un CAE de 6,87%, que involucra un interés, se modifica sustancialmente el mensaje principal de la pieza, lo que conduce al público a conclusiones erróneas respecto al precio al cual es posible obtener el producto publicitado.

- C.3. Que, la reclamada en sus descargos señala en primer término que el día 17 de marzo se puso término a la exhibición de la publicidad en todos los medios por lo que no es necesario disponer la suspensión de la publicidad reclamada. Agrega que sin que lo anterior signifique reconocer los cargos formulados, sostiene que el precio "desde" correspondía a la versión básica, que el crédito ofrecido correspondía al 50% del valor del vehículo con 0% interés, que la carga del crédito ofrecido (CAE) es de 6,87%, indicándose el costo total del crédito y el precio final del vehículo en caso de adquirirse con el crédito ofrecido. Indica que el reclamo parece fundarse en una presunta contradicción en la oferta de un crédito con 0% de interés y que, al mismo tiempo, la operación tenga una CAE de 6,87%, sin embargo, los conceptos de interés y CAE son distintos, siendo el segundo más omnicompreensivo según lo establecen los cuerpos legales que los tratan. Señala que el aviso distinguía claramente los distintos elementos del costo del producto, incluyendo cuota inicial, capital total del crédito, tasa de interés (0%) y otros costos asociados (CAE, de 6,87%), por lo que no habría infracción a los artículos reclamados.
- C.4. Que, en primer lugar, debe señalarse que aún cuando la publicidad no siga difundándose, corresponde igualmente a este Consejo analizar el apego de la publicidad reclamada a las normas del CCHEP, con el objeto de orientar a la industria frente a futuras piezas publicitarias similares.
- C.5. Que, de conformidad a las normas del Reglamento de Funciones y Procedimientos del Conar, *"El CONAR, al adoptar sus acuerdos o recomendaciones, tendrá especialmente presente el efecto que más probablemente producirá en el público la publicidad impugnada, no calificando ni asumiendo ningún tipo de intenciones por parte de los creadores de la misma, por lo que se recomienda tratar las piezas impugnadas como "objetos ciertos, reales y con su propia intención"*. De conformidad a lo anterior, corresponde a este Consejo situarse en el ángulo del más probable entendimiento que tendrá un consumidor promedio que se vea enfrentado a la publicidad, tomando en consideración, entre otros aspectos, los elementos y contenido de los avisos.
- C.6. Que, revisada la pieza, lo que más se destaca en la publicidad es el valor de un vehículo indicando que tendría 0% de interés, para luego en forma menos destacada, indicar la tasa del CAE y en letra chica los detalles para la contratación de un crédito asociado al producto.
- C.7. Que, el artículo 8º del CCHEP dispone que los mensajes publicitarios no deben contener ninguna declaración que pueda llevar a conclusiones erróneas,



mencionando de manera especial el valor del producto o servicio, el precio total que efectivamente deberá pagarse o la existencia de una ventaja específica con respecto al precio.

- C.8. Que, al señalarse de manera destacada en el aviso que el valor anunciado para el vehículo publicitado no está sujeto a interés, es de esperar que el público entienda con esa declaración absoluta que dicho valor no está asociado a un crédito que por su propia naturaleza, y casi en la totalidad de los casos, está justamente sujeto a interés. En efecto, cuando se habla de que un determinado valor total no está sujeto a interés, se entiende que el precio total no está sujeto al pago de un valor adicional condicionado a la forma de pago. En el caso en cuestión, al agregarse detalles sobre las condiciones de la aplicación, como que el 0% de interés corresponde a un 50% del valor del vehículo, se relativiza la oferta principal y se genera confusión al enfrentarse a la publicidad.
- C.9. Que, si a lo anterior se agrega que el nivel de comprensión del público promedio en aspectos financieros no es muy alto en general, lo que incluso ha dado lugar a iniciativas legales para regular estos aspectos como aquella que se refiere al CAE, se espera que en las piezas en que se trate este tipo de temas, especialmente tratándose de productos que suelen comprarse con crédito como los automóviles, el avisador sea lo más claro posible, no limitándose sólo a cumplir con la ley sino con las normas éticas que rigen en materia publicitaria para evitar confusiones y promover la confianza del público en la publicidad.
- C.10. Que, adicionalmente, se estima que la comunicación adicional en letra chica no es especialmente clara para poder incluso mejorar aspectos de comprensión referidos al precio final del vehículo en cuestión.
- C.11. Que, por todo lo señalado, estima este Consejo que el aviso cuestionado contiene declaraciones que hacen que éste sea confuso respecto del precio del producto anunciado, infringiendo de esta manera los artículos 8º y 16º del CCHEP.

D. RESUELVE:

Acoger el reclamo de oficio respecto de cierta publicidad gráfica en prensa escrita del automóvil modelo Qashqai Sense MT, titulada "NISSAN REDSALE", de Nissan Chile SpA por estar en conflicto con la ética publicitaria, según se señala en los artículos 8º y 16º del Código Chileno de Ética Publicitaria.

Por lo anterior, la publicidad cuestionada no debiera difundirse nuevamente.

Según el artículo 2º del Reglamento del CONAR, el presente acuerdo deberá cumplirse desde su notificación, sin perjuicio de la presentación de eventuales recursos, que no suspenden la aplicación de aquél.

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 27º del Reglamento de CONAR, el presente fallo podrá hacerse público sólo una vez que se encuentre ejecutoriado.

Sin otro particular, les saluda atentamente,



A handwritten signature in black ink, appearing to read "Rodrigo Núñez Arenas", is written over a thin horizontal line.

Rodrigo Núñez Arenas
Abogado
Secretario Ejecutivo