

Ficha Dictamen CONAR N° 1132-2020

Partes:

- Reclamante: De oficio
- Reclamado(s): Nissan Chile SpA.

Fecha: 15 de abril de 2020

Resultado: Acoge

Normativa relevante: Artículos 8 y 16 CCHEP

Palabras clave: veracidad, engaño, pretensión exagerada y absolutos publicitarios, Gratuidad, precios y créditos.

Argumentación del Consejo

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 8º y 16º 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.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.

Decisión

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.