

10427

JUZGADO DE POLICIA LOCAL DE SAN JOAQUIN  
AVENIDA SANTA ROSA 2606  
SAN JOAQUIN



**FRANQUEO CONVENIDO**  
Res. Exta. N° 718  
Fecha 09 - 12- 87  
Aaencia 3 - Stgo. 3

9 CARTA CERTIFICADA 661391326  
A PRIORITARIA (EM 1  
RESAS)

23 JUL. 2014



SAN JOAQUIN;

8136

gr \$0  
JCURSAL AVDA. MATTA  
MUNICIPALIDAD DE SAN JOAQUIN -



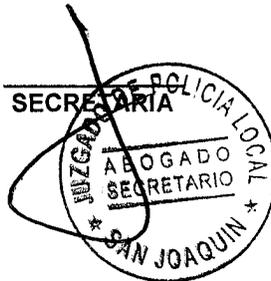
3072523358941

SEÑOR (A) : CATALINA CARCAMO SUAZO  
DOMICILIO : TEATINOS 333, PISO 2º  
COMUNA : SANTIAGO

**R** N° 1294

PROCESO ROL N° : **4-2013-24**

En la causa ya señalada se ha dictado con fecha 12 de Junio del año 2014,  
la siguiente resolución :  
Cúmplase.



San Miguel, tres de junio de dos mil catorce.

**VISTOS:**

Se reproduce la sentencia en alzada, a excepción de su considerando sexto, que se elimina, y se tiene además presente:

**PRIMERO:** Que para comprender correctamente la cuestión que se examina en estos autos, debe anotarse que resulta aplicable el artículo 3º, inciso primero, letra b) de la Ley N° 19.496, en cuanto dispone que “El derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos”.

Esto debe contrastarse con el artículo 35 incisos primero y segundo de la misma ley, que expresan que “En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración.

No se entenderá cumplida esta obligación por el solo hecho de haberse depositado las bases en el oficio de un notario.”.

**SEGUNDO:** Que además debe considerarse que la situación denunciada se genera por el aviso publicitario que rola a fojas 19 vuelta, del que cuya simple lectura se advierte que no consta el stock del producto ofertado ni cuáles son las condiciones en las que operaría el bono que se publicita, imponiéndose un precio sin considerar el impuesto al valor agregado.

**TERCERO:** Que a diferencia de lo que sostiene la recurrente, la cantidad de unidades sujetas a la promoción u oferta es un elemento relevante, ligado a las bases de la misma, ya que permite consultar de antemano la posible duración del precio reducido por parte del consumidor, de modo tal que existe una infracción a la disposición legal precitada. Lo mismo sucede en torno a las condiciones del bono ofrecido, puesto que la escueta información entregada en el aviso y el lenguaje utilizado no permiten identificarlo inmediatamente como una

rebaja incondicional, de modo tal que tampoco se permite identificar adecuadamente las bases de la promoción a este respecto, vulnerándose nuevamente el deber normativo por parte del proveedor.

**CUARTO:** Que lo anterior, sin embargo, no resulta aplicable en el caso del precio expresado en el anuncio, ya que una simple operación matemática resulta suficiente para determinar el precio completo del bien ofertado, de modo tal que mal puede imputarse la infracción de la norma en ese evento, debiendo rechazarse la aplicación de una multa a esta conducta por este motivo.

**QUINTO:** Que por otra parte, debe rechazarse la alegación de unificación de la sanción, pues no se vulnera el principio *non bis in idem* en el caso concreto, desde que cada sanción está aparejada a un hecho distinto, no importando que ello se haga en un mismo aviso publicitario, ya que cada omisión en sí misma constituye una infracción a las normas que regulan la materia, no pudiendo fraccionarse o sumarse las multas que se fueren a imponer en cada caso.

**SEXTO:** Que además, existiendo una norma especial en el artículo 54 de la Ley N° 15.231, no debe darse lugar a la excepción de prescripción planteada por la recurrente, puesto que el tenor literal de ese precepto indica que la interrupción de la prescripción de las acciones que se dedujeren ante los juzgados de policía local se verifica con la sola presentación de la querrela respectiva, sin que pueda fallarse de otro modo que el señalado por la ley. Por lo demás, resulta contrario a la técnica jurídica que se aplicaren al caso las normas generales establecidas en el Código de Procedimiento Civil por sobre las normas especiales que regulan la materia aplicable a esa clase de tribunales; particularmente, porque es la propia ley N° 18.287, referida por el artículo 50 B de la Ley N° 19.496, la que establece la norma acerca de la interrupción de la prescripción.

**SÉPTIMO:** Que, en otro ámbito, resulta ausente de toda lógica que se pretenda la no aplicación de la Ley N° 19.496 ante un aviso realizado a público indeterminado mediante un medio de comunicación escrito. La recurrente en este punto insiste en que los actos jurídicos

que se celebraron respecto de los vehículos en oferta no tuvieron carácter civil para quienes los adquirieron, lo que en caso alguno puede modificar lo resuelto por el tribunal *a quo* atendida la circunstancia anotada previamente, esto es, que el anuncio estaba dirigido a persona indeterminada y que por ende, no significaba necesariamente que no podían verse afectados derechos de consumidores.

Y visto lo dispuesto en el artículo 28 de la Ley N° 19.496, se resuelve:

Que **SE REVOCA** parcialmente la sentencia apelada de fecha dieciocho de noviembre de dos mil trece, escrita a fs. 350 a siguientes, sólo en cuanto se deja sin efecto la multa de 40 unidades tributarias mensuales impuestas por la infracción a las normas de la Ley N° 19.496 al no especificar el precio del bien vendido, impuesta en el apartado tercero de lo resolutivo de la sentencia en alzada, confirmándose en todo lo demás dicho fallo.

Regístrese y devuélvase.

Redactó el abogado integrante Diego Munita Luco.

**Rol 188-2014 CIV**

Pronunciada por la Segunda Sala de la I. Corte de Apelaciones de San Miguel, integrada por la Ministra señora María Soledad Espina Otero, la Fiscal Judicial señora Cecilia Venegas Vásquez y el abogado integrante señor Diego Munita Luco.

En San Miguel, a tres de junio de dos mil catorce, notifiqué por el Estado Diario la resolución precedente.

04 FEB 2014

**SAN JOAQUIN, A DIECIOCHO DE NOVIEMBRE DEL DOS MIL TRECE.**

**VISTOS:** Estos antecedentes, denuncia infraccional de fojas uno y siguientes, ingresada con fecha dos de enero de dos mil trece, interpuesta por RODRIGO MARTINEZ ALARCON, Abogado, Director (S) Regional Metropolitano de Santiago del Servicio Nacional del Consumidor -también Sernac- y en su representación, ambos domiciliados en calle Teatinos No.333, piso 2º, comuna de Santiago, en contra de "AUTO SUMMIT CHILE S.A.", sociedad del giro de su denominación, representada legalmente por CRISTIÁN FERRER VILLANUEVA, ambos con domicilio en calle Vicuña Mackenna No.5495, comuna de San Joaquín; y que en autos se trata de establecer la responsabilidad que correspondiere por infracción a la Ley No.19.496, Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en adelante LPC, en circunstancias que:

A fojas 1 y siguientes, rola denuncia infraccional interpuesta por el Servicio Nacional del Consumidor en contra de Auto Summit Chile S.A., imputándole responsabilidad por haber infringido los artículos 3 inciso primero letra b), 28 letra c), 30 y 35 de la ley 19.496.

Los hechos constitutivos de dichos ilícitos, según expresa la denunciante, consisten en que mediante aviso publicitario, dirigido al público general y publicado en el Diario Financiero con fecha 27 de agosto de 2012, se infringieron las normas citadas, toda vez que: a) el precio informado para el producto ofertado, no corresponde al valor total del mismo, incluidos los impuestos correspondientes, al señalar el aviso "Ford F-150 desde \$ 10.990.00+IVA", lo que vulnera el artículo 30 inciso 4º de la citada ley, b) el aviso no informa sobre las bases de la oferta ni las condiciones para acceder al denominado bono de "...\$ 1.800.000+IVA", omisión que infringe lo establecido en el artículo 35 de la ley citada, c) no informa el stock de productos disponibles pues solo señala " stock limitado", expresión insuficiente para tener por cumplido el deber de información que pesa sobre el proveedor de acuerdo al artículo 3 inciso primero letra b) de la LPC, y d) contiene el aviso una afirmación contradictoria o restricciones substanciales a la oferta, puesto que por una parte señala, en letra pequeña "fotografía corresponde a modelo F-150 Super Crew Lariat 5.0L precio corresponde a versión regular Cab 4x2 XLT 3.7L" y por otra, la imagen del aviso que aparece destacada corresponde al modelo F-150 Super Crew Lariat 5.0L, circunstancia que puede inducir a error o confusión a los consumidores y que constituye una infracción a los artículos 3 inciso primero letras b) y 28 letra c) de la LPC.

En cuanto a los fundamentos de derecho, en primer término la denunciante manifiesta cuales son las normas infringidas, esto es: A) El artículo 3º inciso primero letra b) que establece: "Son derechos y deberes básicos del consumidor: ...en su letra b) El derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos y el deber de informarse responsablemente de ellos", destacando la denunciante, la relevancia de la información pre contractual que se puedan otorgar los contratantes, debiendo ser cierta, precisa y comprobable, agrega que no es solo la norma la que exige esta conducta sino que se trata de un imperativo de buena fe, que evitará yerro en la voluntad del consumidor, no cumpliendo el aviso publicitario con los presupuestos de veracidad, integridad y oportunidad contemplados en la norma. B) Respecto del artículo 28 letra c) que dispone: "Comete infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo, a través de cualquier tipo de mensajes publicitario induce a error o engaño respecto de:.. letra c) las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial", reitera cuales serían los hechos constitutivos de la



infracción. C) Por su lado, el artículo 30 inciso 4º de la LPC, ordena: "El monto del precio deberá comprender el valor total del bien o servicio, incluidos los impuestos correspondientes...", expresa que se trata de una norma de carácter imperativo que pretende objetivos de interés público, reiterando cuales serían los hechos constitutivos de esta infracción. D) Finalmente, el artículo 35 de la LPC que prescribe: "En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración. No se entenderá cumplida esta obligación por el solo hecho de haberse depositado las bases en el oficio del Notario", expresando que el aviso publicitario genera incertidumbre en las condiciones y forma de hacer valer los precios y bonos, quedando al arbitrio del proveedor el cumplimiento de su obligación de responder, careciendo el consumidor de un soporte sobre el cual contrarrestar la negativa. Profundiza los aspectos de derecho dedicando un capítulo a la naturaleza de las normas infringidas, en cuanto éstas serían de responsabilidad objetiva, no requiriendo de culpa o dolo del infractor, bastando solo el hecho constitutivo de ellas, asimismo, no requerirían de yerro efectivo en el consumidor, bastando que el mensaje publicitario pueda crear una representación falsa de la realidad. Al ser esta responsabilidad netamente infraccional, se acredita simplemente con la verificación del hecho, no siendo necesaria la configuración de daño alguno, ni la exigencia de mala fe en el proveedor. En lo relativo a las sanciones, solicita se condene a la denunciada por cada una de las fracciones cometidas aplicando el monto máximo de las multas para cada una de ellas, a saber, 50 UTM por la infracción al art. 3º inciso 1º letra b), 750 UTM por la infracción al art. 28 letra c), 50 UTM por la infracción al art. 30 y 50 UTM por la infracción al art. 35 de la LPC

A fs. 115, presta declaración indagatoria don CRISTIAN JAVIER FERRER VILLANUEVA, representante legal de la denunciada Auto Summit Chile S.A. y expresa que el aviso publicitario se realizó en el Diario Financiero, el que fue dirigido aún público objetivo de carácter comercial a quienes, sobre manera, les interesa el valor neto del producto, porque ese es su verdadero costo.

A fojas 330 y siguientes, con fecha 13 de agosto de 2013, tuvo lugar la audiencia de conciliación, contestación y prueba, con la asistencia de JAVIER GODOY HARB, apoderado de la parte denunciante y OSCAR LAPONTE ALDUNATE, apoderado de la denunciada.

Llamadas las partes a conciliación, ésta no se produjo. A continuación, el apoderado de Sernac ratificó la denuncia infraccional interpuesta, solicitando que la denunciada sea condenada por infracción a lo dispuesto en los artículos 3º inciso primero letra b), 24 y 28 letra c) 30 y 35 de la Ley No.19.496, con expresa condenación en costas.

Por su parte, Auto Summit Chile S.A. efectuó sus descargos por escrito, que se tuvo como parte integrante de la audiencia, en la que sumariamente refiere: Primero, en cuanto a los antecedentes de la denuncia, que la imputación genérica que Sernac le atribuye, advertidas en ciertas piezas publicitarias, corresponde en realidad a un único avisaje, contenido en la edición del 27 de Agosto de 2012 en el Diario Financiero, en el que se habría incurrido en las siguientes infracciones: A) al artículo 30 inciso 4º de la LPC, por cuanto el aviso no informa el "valor total" del producto "incluidos impuesto", en este caso el IVA, infracción que denomina: "precio incompleto", B) al artículo 35 de la LPC, ya que la "publicidad no informa siquiera en formato pequeño, sobre las bases de la oferta publicitada ni las condiciones para acceder al denominado bono \$ 1.800.000 más IVA", infracción que denomina: "ausencia de información para acceder a oferta y bono", C) al artículo 3º inciso 1º literal b) de la LPC, ya que la publicación no informa el stock de productos disponibles, sin que la expresión "stock limitado" cumpla de manera satisfactoria la obligación del proveedor de entregar información correspondiente a la cantidad de stock, infracción que denomina: "falta de información sobre stock" y D) Infracción a los artículos 3º inciso 1º letra b) y 28 letra c) de la LPC, al incorporar en el aviso un texto en letra pequeña que indica "Fotografía corresponde a modelo



Super Crew Lariat 5.0L. Precio corresponde a versión regular Cab 4x2 XLT 3.7L", imputaciones que denomina "incorrecta información entregada vía letra pequeña", "incumplimiento del tamaño mínimo de la letra pequeña" y "publicidad engañosa". Luego, aborda la forma en que se habrían cometido las infracciones denunciadas, y la naturaleza de la responsabilidad que dimana de las normas supuestamente infringidas, según la libre interpretación del Sernac. Segundo: Entrando al fondo de su defensa: A) Niega y controvierte en forma expresa y en todas sus partes, todas las imputaciones efectuadas por la denunciante, señalando que el hecho concreto (publicación del aviso), se verifica en un período en que la industria automotriz se encontraba en conversaciones con la autoridad a fin de establecer un marco estandarizado para la publicidad, de manera que el aviso publicado, a juicio de la denunciada, cumplía, en dicho momento, con todas las exigencias legales, reglamentarias y éticas, por lo que cualquier cuestionamiento emana de interpretaciones subjetivas, pero en caso alguno de situaciones objetivas; B) Opone la prescripción de la acción interpuesta, fundada en que los hechos que motivan la causa acaecieron el 27 de agosto de 2012 y la querrela infraccional le fue notificada el 9 de mayo de 2013, habiendo transcurrido largamente los 6 meses de prescripción extintiva para este tipo de acciones, lo que se sustenta en lo dispuesto en el artículo 26 inciso 1º de la LPC y que no "empece" a esta excepción, el hecho que la denuncia haya sido presentada con anterioridad al vencimiento del plazo, ya que éste es de prescripción y no de caducidad, con lo que solo puede interrumpirse con la notificación legal del libelo, por aplicación de las normas generales. C) Opone la ausencia de legitimación de los intervinientes por inaplicabilidad de la LPC, derivada de la inexistencia de relación de consumo, atendido que el aviso, al ser publicado en un medio comercial, fue dirigido a operadores mercantiles y no al público de las personas naturales que realizan actos civiles de consumo, de modo que conforme a lo dispuesto en el art. 2º de la LPC, no se cumple con la exigencia de que el acto sea de carácter civil para el consumidor, aseveración que se ve reforzada, no solo con el medio en que se publicó el aviso, sino con la expresión "más IVA" que contiene. D) Alega inexistencia de vulneración a las normas de la LPC, en cuanto, en primer término, a la entrega de un "precio incompleto", en la medida que el precio y el monto del bono fueron publicados en su valor neto "más IVA", con indicación expresa de la existencia de un impuesto sobre el monto, individualizándolo, y con el mérito del conocimiento adquirido de la ley, que se presume conocida por todos y dado que la expresión "más IVA" es y ha sido siempre considerada como un antecedente suficiente para informar el valor final del producto y por tanto, para tener por cumplida la norma; en segundo término, en cuanto a la "ausencia de información para acceder a oferta y bono", el tenor literal de la norma no se condice con lo afirmado por el Servicio, puesto que de acuerdo a la letra b) del artículo 3º de la LPC, el consumidor tiene derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos...", habiendo agregado el Sernac un tercer requisito no establecido en la ley, esto es, el de "integridad" y que malamente podría haber agregado el legislador, ya que resulta imposible determinar cuando el producto publicitario es íntegro, en el supuesto que toda publicidad es un resumen o presentación parcial de un producto y no el producto mismo, resaltando que no cabe a los órganos de la Administración la creación de requisitos no contemplados en la ley, pues carece de competencia para ello; Tercero: en cuanto a la "falta de información sobre stock", el artículo 35 de la LPC, establece la obligación, en caso de promociones u ofertas, de informar las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración, pero no establece la obligación para el proveedor de señalar el stock de productos ofrecidos. La indicación de existir un stock limitado busca



indicar al consumidor que las unidades no son infinitas; Cuarto: en lo que dice relación con la “incorrecta información entregada vía letra pequeña” “incumplimiento del tamaño mínimo de la letra pequeña” y “publicidad engañosa”, refiere que no existe norma alguna en materia de publicidad que regule el tamaño de la letra o su ubicación, la única norma que estable un tamaño mínimo, para un efecto determinado, se establece en el artículo 17 de la LPC, la que por ser excepcional debe interpretarse restrictivamente. Agrega que el tamaño de la letra no importa incumplimiento del artículo 28 letra c) de la LPC, norma que se refiere a la obligación de entregar información básica comercial al consumidor al momento de ofrecer o adquirir un producto, información básica que consiste en la identificación del bien o servicio que se ofrece, la que puede establecerse en una norma especial, los instructivos de uso y los términos de garantía y que en cuanto a los instructivos, la propia ley señala que deben entregarse al momento de la adquisición del bien. Añade que la inclusión de aclaraciones o explicaciones en letra pequeña, no puede ni debe considerarse como un incumplimiento de esta obligación y que no corresponde al Sernac ni al sentenciador establecer restricciones inexistentes en el ordenamiento jurídico. Señala que la información entregada en formato pequeño no restringe la oferta o promoción, limitándose a exponer el alcance de la imagen que se incluye en el aviso; Quinto: en cuanto a la “publicidad engañosa” propiamente tal, expresa que ella existe cuando el mensaje utiliza afirmaciones que son distintas a las características, ventajas, beneficios y/o desempeños reales del producto o servicio y que inducen al error, y que en este caso, la información contenida en la publicidad es cien por ciento veraz, sin que contenga ninguna afirmación, exageración o manipulación de información que pueda inducir al consumidor a error, ni menos que éste sea engañado, pues no incluye expresiones ambiguas, desconocidas o con pluralidad de significados que den lugar al riesgo de que el destinatario interprete el mensaje en un sentido que no corresponde a la realidad; Sexto: Aquí se construye y expone sobre la inexistencia de culpa o dolo, señalando que contrariamente a lo afirmado por el Sernac, en materia de protección a los consumidores no existe responsabilidad objetiva, sino que la misma se ajusta al régimen común de responsabilidad subjetiva o con culpa, lo cual se deduce de los vocablos “actuando con negligencia” que utiliza el art. 23 de la LPC y “a sabiendas” del artículo 28, debiendo existir y acreditarse la imputabilidad, para determinar la procedencia de una eventual infracción; Séptimo: ésta se relaciona con la afirmación de que la denunciada, al publicitar sus productos siempre se ha adecuando a los estándares de la industria y que el “Informe de Publicidad Mercado Automotriz Agosto 2012”, elaborado por Sernac, en Agosto de 2012, del que tomó conocimiento la denunciada en enero de 2013, solo se explica, justifica y puede entenderse en el reconocimiento por el Sernac de la falta de claridad sobre la interpretación de las normas relativas a la publicidad. Así, agrega, que previo a dicho informe, existía la convicción plena de los operadores de encontrarse actuando dentro de la norma. Adiciona que desde Enero de 2013 se tomaron las medidas para adecuar los avisos a los criterios y recomendaciones del Sernac; Octavo: Se centra en la inexistencia en el aviso cuestionado, de un contenido que haya sido capaz de inducir a error o engaño a los consumidores, sin que a la fecha exista un solo reclamo de parte de algún consumidor; Noveno: concluye sus alegaciones, en forma subsidiaria, y solicita una rebaja sustancial de las multas que eventualmente pudieren aplicársele, citando el informe en derecho suscrito por los Srs. Feliú y Dalaveau, que en este punto señala que “... el cúmulo de sanciones que solicita el Sernac se aparta no solo de la ley N° 19.496, sino también de los más elementales principios de derecho sancionatorio...” y atendido que la conducta denunciada como infraccional es la de publicidad engañosa no es jurídicamente procedente agregar otras conductas y solicitar sanciones para cada una de ellas, por aplicación del artículo 75 del Código Penal que, precisamente tratándose del concurso de delitos penales, ordena que sea aplicable la pena



mayor asignada al delito más grave. Concluye la minuta escrita de contestación, solicitando el rechazo de la querrela interpuesta por haber operado la prescripción extintiva, subsidiariamente que se rechace la denuncia por inaplicabilidad de la LPC, en subsidio que se rechace la denuncia por no existir infracción de parte de la denunciada a la LPC, en subsidio que se rechace la denuncia por no existir infracción de parte de la denunciada a la LPC fundada en un actuar negligente, culpable o doloso, en subsidio y para el caso de ser acogida total o parcialmente la denuncia, que se aplique únicamente una o alguna de las multas solicitadas en un monto inferior al solicitado y que se condene en costas al Sernac.

**OTROS ANTECEDENTES :**

A fojas 18 y 19, copia impresa del Catálogo o Ficha Técnica para el producto Ford F-150 y aviso de fecha 27 de Agosto de 2012 publicado en el Diario Financiero, acompañados por la parte denunciante.

A fojas 161 a 193, copias simples de cuatro sentencias dictadas por diversos tribunales del país, acompañados en el comparendo respectivo por la parte denunciante.

A fojas 194 a 329, Informe en Derecho, suscrito por Olga Feliú de Ortúzar y Rodrigo Delaveau Swett; carta suscrita por Berta Carvallo Velasco en su calidad de gerente general de Veritas Publicidad respecto a la publicidad cuestionada en estos autos; documentos referidos a total de los reclamos efectuados e informados por Sernac en contra de la denunciada en el año 2012; set de 45 facturas de la denunciada referidas a la venta del producto publicitado en el anuncio cuestionado; certificado emitido por don Luis Tavolari, notario público de Viña del Mar, respecto a que en Agosto de 2012 no se encontraba disponible en la página web del Sernac el "Informe de Publicidad del Mercado Automotriz de Agosto de 2012"; set de 10 avisos publicitarios efectuado por la denunciada en el Diario Estrategia correspondientes a las actuales condiciones de avisaje de sus vehículos y promociones; todos los cuales fueron acompañados por la parte denunciada en el comparendo respectivo.

**CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO**

1. Que, en esta causa, en primer término, conforme al mérito de la denuncia de fojas uno y siguientes, se trata de determinar la responsabilidad que le corresponde a "AUTO SUMMIT CHILE S.A.", sociedad del giro de su denominación, representada legalmente por CRISTIÁN FERRER VILLANUEVA, por infracciones a la Ley No.19.496, Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, específicamente a los artículos 3 inciso primero letra b), 28 letra c), 30 y 35 del citado texto legal.
2. Que, conforme al mérito de los antecedentes que constan en autos, es posible establecer que la problemática expuesta en su oportunidad, dice relación con determinar si la denunciada infringió las normas citadas mediante el aviso publicitario, publicado en el Diario Financiero con fecha 27 de agosto de 2012, y que rola a fojas 19.
3. Que, previo a resolver el fondo de esta causa, y respecto de la alegación de prescripción efectuada por la parte denunciada, mediante su presentación de fojas 122 y ss., ésta será rechazada, toda vez que dicha alegación se fundamenta en que el plazo de seis meses que explicita el artículo 26 de la Ley 19.496, se encontraba vencido al momento de la notificación de la correspondiente denuncia. Sin embargo, por expresa remisión del artículo 50 B, del mismo cuerpo normativo, a las normas de la Ley N° 18.287, que Establece Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local, y por ese medio a la Ley N° 15.231, sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local, específicamente a su artículo 54 inciso 3º, no se puede menos que concluir que este plazo de prescripción se interrumpió al momento de deducirse la denuncia ante



este Tribunal, esto es el 2 de Enero del año 2013, por lo que del sólo análisis de las fechas relevantes, vale decir: la publicación del aviso cuestionado el día 27 de Agosto del año 2012, y la presentación de la denuncia el 2 de Enero de 2013, se puede inferir que el plazo de prescripción de seis meses que señala la Ley se interrumpió válidamente el día de la interposición de la denuncia.

4. Que, en el mismo orden de razonamiento expresado en el considerando anterior, en cuanto a la supuesta falta de legitimidad tanto activa como pasiva alegada por la denunciada en su presentación de fojas 122 y ss., será rechazada, atendido lo señalado por la Ilustrísima Corte de Apelaciones de San Miguel en su pronunciamiento de fecha 8 de Abril de 2013 y que rola a fojas 95 y ss.
5. Que, entrando ahora al análisis del fondo de las acciones deducidas en la presente causa, y analizados los antecedentes allegados al proceso, conforme a la lógica y la experiencia, según las reglas de la sana crítica, en cuanto a la imputación realizada por infracción al artículo 3º inciso primero, letra b) de la Ley 19.496, por cuanto el denunciado "no informa el stock de productos disponibles pues solo señala " stock limitado", expresión insuficiente para tener por cumplido el deber de información que pesa sobre el proveedor de acuerdo a la norma legal citada", este sentenciador estima que en la especie, y tratándose del aviso cuestionado, efectivamente se cumple el antecedente fáctico de la imputación, cuestión que se aprecia del sólo examen de dicho aviso, por lo que no se requieren medios de prueba adicionales para formar la referida convicción. Dicho lo anterior, resulta suficientemente acreditado en el proceso la inobservancia a la norma legal citada en este considerando, lo que se declarará así en la parte resolutive de este fallo, con aplicación de la sanción que corresponda según la Ley 19.496.
6. Que, de igual modo, en cuanto a la acusación formulada por la parte denunciante en orden a que "el precio informado para el producto ofertado, no corresponde al valor total del mismo incluidos los impuestos correspondientes, al señalar el aviso "Ford F-150 desde \$ 10.990.00+IVA", lo que vulnera el artículo 30 inciso 4º de la citada ley", este sentenciador estima que el aviso en cuestión infringe la norma legal citada, toda vez que el precio total, si bien resulta determinable por una simple operación matemática, no se señala su resultado, y nada explica la falta de dicha información por parte de la denunciada en el referido aviso, demostrando con ello una clara falta de diligencia en la información del precio al público, eventual receptor de dicha información, que naturalmente adolece de un déficit informativo, razón por la cual, en lo que respecta a esta imputación, la denuncia será acogida, por incumplimiento de la norma legal citada y consecuentemente será sancionada en lo resolutive de este fallo.
7. Que, asimismo, en cuanto a la imputación formulada en orden a que el aviso cuestionado "no informa sobre las bases de la oferta ni las condiciones para acceder al denominado bono de "...\$ 1.800.000+IVA", omisión que infringe lo establecido en el artículo 35 de la ley citada", este sentenciador ha llegado a la convicción, en base al estudio de los antecedentes de autos, conforme a las reglas de la sana crítica, que el contenido del aviso cuestionado, configura una promoción u oferta, particularmente en lo relacionado al "bono", por lo que en la especie, no se da cumplimiento a lo señalado por el artículo 35 de la Ley 19.496, que ordena que: "En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma...", lo cual no ocurre en el aviso cuestionado, por cuanto no es posible encontrar en éste alguna referencia a las "bases" de esta promoción u oferta, por lo que, a este respecto, también se acogerá el denuncia formulado, por la infracción a la norma legal invocada.



8. Que, por otra senda, respecto de aquella parte de la denuncia por infracción a los artículos 3º inciso primero letra b) en relación al artículo 28 letra c) de la Ley 19.496, en cuanto a que el aviso cuestionado contiene una afirmación contradictoria o restricciones substanciales a la oferta, o promoción publicitada, toda vez que: " se pretende vincular engañosamente el producto Ford F-150 Súper Crew Lariat 5.0L , cuya fotografía se encuentra destacada en lo principal de la pieza publicitaria con el precio correspondiente a un modelo distinto de vehículo, a saber Ford F 150 Regular Cab 4x2 XLT 3.7L", "circunstancia que puede inducir a error o confusión a los consumidores", infracción que la ley 19.496, en su artículo 24 inciso 2º denomina: "Publicidad Falsa o Engañosa"; este sentenciador estima que, sin perjuicio de lo señalado en los considerandos anteriores, no se ha logrado acreditar en el proceso la intencionalidad de la denunciada en este caso particular, es decir no es posible subsumir la conducta de "AUTO SUMMIT CHILE S.A." en el específico tipo infraccional del mencionado artículo 28, en consecuencia al no estar acreditada la intención de engañar, no se configura el tipo infraccional de la publicidad engañosa, razón por la cual esta imputación no será acogida.
9. Que, a su tiempo, procede hacerse cargo de la alegación concreta de la denunciada, en el sentido que Sernac efectuó la denuncia por diversas infracciones y solicitó para cada una de ellas una sanción específica, lo que "AUTO SUMMIT CHILE S.A." califica como un "cúmulo de sanciones", reclamando primeramente su improcedencia, basándose para ello en que todas las conductas denunciadas se enmarcarían en la figura de la "publicidad falsa o engañosa", y por otra parte, insta a que de corresponder la aplicación de alguna sanción, ésta debiera ser aquella mayor asignada a la infracción más grave, a la luz del artículo 75 del Código Penal. Al respecto, este sentenciador estima que las figuras infraccionales denunciadas son independientes entre sí, pudiendo subsumirse de esa forma una o más conductas en cada una de ellas, lo que se confirma por razones de texto, cuando el legislador protector les da un tratamiento independiente a cada una de las mismas, fijando exigencias distintas para la comisión de éstas. Así, por ejemplo, se podrá cometer un tipo de infracción por una conducta negligente, y otro tipo, por una conducta intencionada. A su vez, respecto a la invocación del artículo 75 del Código Penal, en la aplicación de las sanciones, no será considerada, ya que cuando el legislador ha querido hacer uso de la figura concursal lo ha manifestado expresamente, así en el artículo 204 inciso 6º de la Ley N° 18.290, Ley de Tránsito, respecto de las infracciones a dicho texto. A mayor abundamiento, el propio artículo 75, precitado, está expresamente restringido a los delitos y no a las infracciones o contravenciones, que son las que requieren la atención en este caso, no pudiendo extenderse por analogía a éstas. Más aún, cabe recordar que las sanciones y su aplicación son de derecho estricto.

Y TENIENDO PRESENTE lo dispuesto por la Ley No.15.231, Ley sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local; Ley No.18.287, Ley sobre Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local y Ley No.19.496, Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, SE RESUELVE:

PRIMERO: Que, de conformidad con lo expuesto en los considerandos tercero y cuarto de esta sentencia, no ha lugar a las excepciones de prescripción y ausencia de legitimación de los intervinientes, opuestas en la presentación de fojas 122 y ss.

SEGUNDO: Que, de conformidad a lo expuesto en los considerandos quinto, sexto y séptimo de esta sentencia, HA LUGAR a la denuncia infraccional interpuesta por el SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR a fojas uno y siguientes, en cuanto se condena a AUTO SUMMIT CHILE S.A., representada legalmente por CRISTIAN FERRER VILLANUEVA, ambos ya individualizados en



FOJAS: 357/trescientos cincuenta y siete

autos, al pago de una multa equivalente a 40 (CUARENTA) UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES, por infringir el artículo 3º, inciso 1º letra b) de la Ley 19.496, al incumplir el deber de información que pesa sobre el proveedor, en este caso, específicamente en cuanto al stock disponible del producto ofertado. Que, si la denunciada no pagare la multa impuesta dentro del plazo legal de quinto día, su representante legal sufrirá por vía de sustitución y apremio 15 (QUINCE) noches de reclusión, que se contarán desde su ingreso al establecimiento penal correspondiente, sin otro apercibimiento.

TERCERO: Que, también se la condena al pago de una multa equivalente a 40 (CUARENTA) UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES, por cuanto el precio informado para el producto ofertado, no corresponde al valor total del mismo incluidos los impuestos correspondientes, infringiendo de esta manera el artículo 30 inciso cuarto de la Ley 19.496.

Que, si la denunciada no pagare la multa impuesta dentro del plazo legal de quinto día, su representante legal sufrirá por vía de sustitución y apremio 15 (QUINCE) noches de reclusión, que se contarán desde su ingreso al establecimiento penal correspondiente, sin otro apercibimiento.

CUARTO: Que, además se la condena al pago de una multa equivalente a 40 (CUARENTA) UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES, por realizar una promoción u oferta sin informar al consumidor sobre las bases de la misma, omisión que infringe lo establecido en el artículo 35 de la ley 19.496

Que si la denunciada no pagare la multa impuesta dentro del plazo legal de quinto día, su representante legal sufrirá por vía de sustitución y apremio 15 (QUINCE) noches de reclusión, que se contarán desde su ingreso al establecimiento penal correspondiente, sin otro apercibimiento.

QUINTO: Que, se absuelve a la denunciada, de la imputación por publicidad engañosa, al tenor de lo concluido en el considerando octavo de este fallo.

SEXTO: Que no se condena en costas a la denunciada, en razón de no haber sido totalmente vencida.

Una vez ejecutoriado el presente fallo, dese cumplimiento por la Secretaria del Tribunal, a lo dispuesto por el artículo 58 bis de la Ley 19.496.

ANOTESE, NOTIFIQUESE, REMITASE EN SU OPORTUNIDAD COPIA AUTORIZADA AL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR Y ARCHIVESE.

PRONUNCIADA POR DON MIGUEL FERNANDO AGUIRRE TORRES. JUEZ TITULAR.

CARLOS MARTIN ALARCON HERRERA  
SECRETARIO SUBROGANTE

