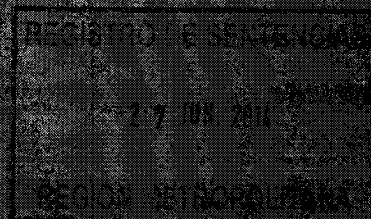


U, tuma, vntes pte d p
do mltadon-

leertaf gualo que en elrocho
correspondu-

Handwritten signature or mark.



U, tuma, vntes pte d pte de
do mltadon-

VITACURA TREINTA DE ABRIL DEL DOS MIL CATORCE.-

CAUSA ROL N°410.360-11.-

VISTOS:

Que a fs.37 Rodrigo Martínez Alarcón, abogado, Director Regional Metropolitano (S) del Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) y en su representación, ambos con domicilio en calle Teatinos N°333, piso 2, Santiago, interpuso denuncia por infracción a la Ley sobre Protección de los Derechos del Consumidor (LPC), en sus artículos 3° inc. 1° letra b), 3° inc. 2° letra a), 28 letra c), 17 letra g), 32, 35 y 33 del Reglamento de Información al Consumidor de Créditos de Consumo y 32 de Reglamento Sello Sernac, en contra de Comercial Automotriz S.A., representada por Johanna Trureo, ignora segundo apellido y profesión u oficio, ambas con domicilio en Av. Américo Vespucio N°1561, Vitacura. Funda su presentación en que, con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas sobre información y publicidad, ese servicio procedió a realizar un estudio e informe relativo a la publicidad del mercado automotriz e identificó que la pieza publicitaria de la denunciada, difundida en el Diario La Tercera del 28 de julio del 2013 dentro de la campaña denominada *"Siempre somos la mejor opción"*, publicitó una promoción/oferta del modelo Fiat Punto, bajo la leyenda *"Grande Punto, Desde \$6.290.000 Incluye Bono de \$700.000"* con un asterisco que luego en la letra pequeña informa *"Precio \$6.290.000 incluye bono de \$500.000 válido con todo medio de pago más bono de \$200.000 válido sólo con financiamiento Santander Consumer, con pie máximo de \$50% y mínimo de 36 cuotas sujeto a evaluación comercial. Precio de Lista \$6.990.000. Precio sin financiamiento Santander Consumer \$6.490.000. Precio y Bonos*

válidos hasta 31 de julio del 2013 o hasta agotar stock de 100 unidades. Precio no incluye flete a regiones. Fotografías con opcionales". Explica que en esta publicidad habrían varias falencias de información, como la omisión de información sustancial y que constituye información básica comercial relativa a la carga anual equivalente, CAE y el costo total del crédito, CTC., transgrediendo, de esta manera, los derechos de los consumidores ya que la información veraz y oportuna es un derecho básico e irrenunciable de los consumidores que se ve resguardado por la existencia y cumplimiento del proveedor, de la información básica comercial y el elemento objetivo de la publicidad que es la información veraz, que en materias financieras, necesariamente debe comprender el CAE y CTC, lo que en este caso no habría ocurrido y; la incorporación de frase restrictiva, al no cumplir con la obligación de informar tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta, al señalar en la publicidad "Precios y bonos válidos hasta el 31 de julio del 2013 o hasta agotar stock de 100 unidades". Que lo anterior constituiría infracción al derecho de los consumidores de ser informados en forma veraz y oportuna; infracción a la obligación del proveedor de suministrar la información básica comercial, en especial el CAE y el CTC; infracción al inducir a sabiendas a error o engaño a través de cualquier tipo de mensaje publicitario y solicita se aplique el máximo de la sanción para cada una de las infracciones que estos hechos constituyen y que señala en el cuerpo del escrito de fs.37.- Esta denuncia se encuentra notificada a fs.59 de autos.-

Que a fs.78 y 129 rola acta de la audiencia de conciliación, contestación y prueba, rindiéndose la que consta en autos. En esta oportunidad procesal, la denunciada opuso excepciones dilatorias de Incompetencia absoluta y relativa de este Tribunal, para

conocer de los hechos denunciados por el Sernac, por escrito que rola a fs.62, las que fueron rechazadas conforme consta de resolución que rola a fs.93 y siguientes y; contestó la denuncia, por escrito que rola a fs.120, solicitando el rechazo de la misma o en subsidio la aplicación de la sanción mínima y por una de las infracciones denunciadas, toda vez que se trata de un mismo y único hecho o una misma conducta, eventualmente infraccional, que se consideraría varias veces y se le aplicaría más de una sanción, contrario al principio jurídico que nadie puede ser sancionado dos veces por la misma conducta. Funda su defensa en que la denunciada no es un proveedor de servicios o productos financieros, no otorga créditos de consumo ni créditos automotrices y por ello mal podría incurrir en infracción de una obligación propia de esos proveedores, en relación a la entrega de una información básica comercial especial de productos financieros, como son el CAE y el CTC y que no se trataría de una publicidad de un crédito que se adquiere por un contrato de adhesión, sino que, la publicidad objeto de esta denuncia, se refiere al precio de un automóvil y las condiciones para obtener dos bonos; y alega también, que en la misma publicidad se ha indicado una fecha cierta de término de la oferta o promoción, que es el 31 de julio y un stock limitado, que es hasta agotar stock de 100 unidades, los que son factores objetivos de comprobación, demostrables y acreditables, por lo que no habría infringido la obligación de señalar un plazo o tiempo de duración de la oferta.-

Encontrándose la causa en estado se ordenó traer los autos a la vista para dictar sentencia.-

CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO:

EN CUANTO A LO INFRACCIONAL:

1.-Que a fs.35 de autos, consta ejemplar de hoja del diario La Tercera, con publicación de la publicidad objeto de esta denuncia, en la cual se lee bajo la leyenda "Siempre Somos la Mejor Opción", lo que sigue: "*Financiamiento Directo, Entrega Inmediata, Recibimos tu auto usado*" y, más abajo se lee: "*Precio \$6.290.000 incluye bono de \$500.000, válido con todo medio de pago más bono de \$200.000 válido sólo con financiamiento Santander Consumer, con pie máximo 50% y mínimo 36 cuotas sujeto a evaluación comercial. Precio de lista \$6.990.000. Precio sin financiamiento Santander Consumer \$6.490.000.....*"

2.- Que efectivamente en esta publicidad de una promoción u oferta de un vehículo nuevo, marca Fiat, se ofrece a la venta el modelo Punto de esa marca, en los precios que se indican, con los bonos de \$500.000 y de \$200.000 más, si se contrata financiamiento de Santander Consumer. Por consiguiente, la Automotora o Comercializadora de vehículos, Comercial Automotriz S.A., está ofreciendo en la publicidad, alternativas de precio y un financiamiento específico con Santander Consumer, indicando monto del pie y número de cuotas y no indica el correspondiente CAE y CTC.-

3.- Que al respecto, procede tener presente, en primer lugar, atendiendo la normativa o regulación de general aplicación contenida en la LPC, lo dispuesto en el art. 3ro inciso primero de la LPC, que señala los "Derechos y deberes básicos del consumidor", en su letra b), esto es: "*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 informar responsablemente de ellos*" y lo

dispuesto en el art.28 letra c) y d) que establece: *“Comete infracción a las disposiciones de esta ley el que a sabiendas, o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de: c) las características relevantes del bien o servicio... y d) El precio del bien o tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito en su caso...”*, toda vez que resulta obvio e innegable que, la publicidad efectuada para la venta de ese modelo de auto, contiene una oferta en que el precio aparece conformado por el bono de \$200.000 más, sobre los \$500.000 iniciales y un crédito con pie máximo de 50% y 36 cuotas, sin indicar uno de los elementos esenciales de cualquier crédito, que es la carga anual equivalente, CAE. Por consiguiente, el precio final real para un consumidor, que quiera tomar la oferta más rebajada, no está completamente informado, porque faltaría información básica referida al crédito. A mayor abundamiento, esa información sobre el crédito o financiamiento, con el cual se conformaría el precio más rebajado de la oferta, viene en constituir necesariamente, un elemento o *característica relevante* en esta publicidad, que se ha omitido y resulta confuso, finalmente también, la determinación del precio y modalidad de pago.

4.- Que al respecto, también procede observar que, al incluir la frase “Financiamiento Directo”, resulta confuso para el consumidor entender, si ese financiamiento es contratado directamente en esa comercial de vehículo, en el mismo establecimiento y con ese proveedor o con un tercero, institución bancaria, que concurre también en ese acto de compraventa o con quien debe gestionarse la obtención de ese financiamiento, quién efectúa la evaluación comercial y dónde o con quién se obtiene la información completa relevante sobre el financiamiento (carga anual equivalente y costo total del

crédito) que permita conocer y precisar, finalmente, el precio y la forma de pago. De manera que, innegablemente, de esta forma la publicidad en cuestión, aparece, al menos, confusa y podría inducir a error al consumidor-

5.- Que por otra parte, también procede considerar que la LPC, modificada por la Ley N°20.555 del 2011, en su art. 3º inciso 2º establece los “Derechos del consumidor de productos o servicios Financieros” señalando en la letra a) Recibir la información del costo total del producto o servicio, lo que comprende conocer la carga anual equivalente a que se refiere el art.17 g) y ser informado..., b) Conocer las condiciones objetivas que el proveedor establece previa y públicamente para acceder al crédito..., c) La oportuna liberación de las garantías constituidas para asegurar el cumplimiento de sus obligaciones, una vez extinguidas éstas, d) Elegir al tasador de los bienes ofrecidos en garantía., e) Conocer la liquidación total del crédito, a su sólo requerimiento. Estos son derechos específicos y expresamente establecidos en favor del consumidor, que deben cumplirse por el proveedor.-

6.- Que en el caso de autos, el proveedor, Comercial Automotriz S.A., está haciendo publicidad de una oferta de un vehículo en particular, con precios alternativos según la modalidad de la oferta que decida tomar el consumidor y una de esas modalidades consiste en un precio rebajado en \$200.000 más, si se paga con un financiamiento específico, Santander Consumer, que se señala. De esta forma, es innegable que este proveedor está haciendo oferta de un producto con un precio de oferta rebajado si se contrata un determinado financiamiento o crédito, es decir está ofreciendo también, ese crédito o financiamiento como elemento conformador del precio, independiente de ser o no un proveedor financiero y aunque ese financiamiento sea otorgado por otro.-

5.- Que en este punto, procede considerar lo dispuesto en el art.43 de la LPC, *“El proveedor que actúe como intermediario en la prestación de un servicio responderá directamente frente al consumidor por el incumplimiento de las obligaciones contractuales, sin perjuicio de su derecho a repetir contra el prestador de los servicios o terceros que resulten responsables”*, toda vez que si entendemos de lo señalado en la publicidad que nos ocupa y como lo alegado la misma denunciada, que el financiamiento o crédito no es otorgado directamente por esa Comercial Automotriz S.A., sino que por una institución bancaria, no se puede desconocer que la información general de aquél crédito, es realizada por la denunciada y dirigida, precisamente, a captar a un potencial público consumidor, con la oferta de las alternativas de precio más rebajado a fin de que enganchen en la compra de ese vehículo. Por lo que la denunciada, estaría actuando o interviniendo como intermediaria de la institución financiera que otorga finalmente, el financiamiento o crédito señalado en la oferta y está ofreciendo, anunciando e informando al público, ese producto financiero.-

6.-Que resulta de importancia considerar que, en el caso de autos, la decisión de consumo, que debiera tomar cualquier potencial consumidor, necesariamente requiere una información completa sobre la alternativa de precio más rebajada que va asociada a la contratación de ese crédito o financiamiento y así, su modalidad de pago, lo que no ocurre en el caso de esta oferta, porque faltan elementos importantes en esa información, que son elementos esenciales y básicos para entender y poder comparar o evaluar el crédito o financiamiento ofrecido, como lo es la carga anual equivalente.-

7.- Que a mayor abundamiento, es de público conocimiento y de todo sentido lógico entender que, en el contexto de una economía de mercado, en que la compra de los productos que se ofrecen, se incentiva por medio de diferentes estrategias de publicidad, dirigidas a cautivar al consumidor desde las reacciones más impulsivas y no desde una reflexión o análisis agudo y atento, la publicidad que se realiza y la información completa que se entrega, de los elementos y condiciones relevantes del producto, su precio y modalidad de pago, reviste alta importancia para la construcción de un mercado serio y responsable, lo que no se cumpliría en este caso.

8.-Que en cuanto al eventual incumplimiento de la obligación de señalar el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta, señalado en la denuncia de auto, procede examinar, previamente, la publicidad en cuestión que rola a fs.36 vta. En efecto, en la hoja del periódico que consta en autos, se puede leer bajo la leyenda "Siempre Somos la Mejor Opción", al final de la letra más pequeña, *"Precio y bonos válidos hasta el 31 de julio del 2013 o hasta agotar stock de 100 unidades"*. De manera que el tiempo o plazo de vigencia aparece determinado por dos circunstancias: 1º el cumplimiento de un plazo o fecha cierta y determinada, 31 de julio del 2013 o; 2º el cumplimiento de una circunstancia o condición, agotar stock de 100 unidades.-

9.-Que la cuestión debatida se presenta con la segunda situación o circunstancia antes referida y por la cual se determina el plazo de vigencia de la promoción u oferta que se publicita, en relación a agotar un stock de 100 unidades. Descartamos la primera situación, toda vez que es obvio que una fecha cierta y determinada, como es el 31 de julio del 2013, cumple con la obligación de informar, clara y certeramente, al público consumidor, de la vigencia de la oferta o promoción, como lo exige el art.35 de la LPC.-

10.- Que la denunciante ha sostenido que en esta expresión o frase, se ha incorporado una frase restrictiva que condiciona y deja sin efecto la disposición legal de informar el tiempo o plazo de duración de la oferta y deja en la ambigüedad al consumidor, desvirtuando el objetivo de la norma, que es dar certeza de la época u oportunidad en la cual se encontrará vigente esa oferta o promoción y en la que el consumidor podrá exigir su cumplimiento, más aún si el stock señalado se termina antes de la fecha cierta también anunciada, de manera que el proveedor anunciante deberá estar obligado igualmente, a cumplir con esa oferta o promoción hasta el cumplimiento del plazo cierto, que el que legalmente debiera primar.

11.- Que al respecto es pertinente observar que el hecho de señalar un stock determinado, podría constituir un mecanismo para evadir cumplir con la oferta o promoción anunciada, antes del término del plazo cierto publicado, en ventaja del proveedor y en desmedro de los consumidores o podría constituir, también, una herramienta de especulación según la respuesta que se hubiese obtenido del potencial público consumidor. En definitiva, constituye una situación ambigua e incierta que, además, no aparece fácil de desvirtuar por parte del consumidor que quiera, dentro de la fecha cierta de vigencia publicada, comprar ese producto con el precio más rebajado ofertado y el proveedor simplemente, le comunique que se agotó el stock.

12.- Que al respecto y a la luz del espíritu de protección de los derechos del consumidor, que inspiró al legislador de esta normativa, ante un mercado en que la asimetría de las partes configura un contexto fecundo en situaciones de desventaja y abuso, reviste importancia entender que, el señalar un stock determinado por un número anunciado de unidades disponibles para ser entregadas conforme a una campaña cualquiera de

oferta que se publicita, inevitablemente, deja al consumidor en una situación de incertidumbre y ambigüedad en desmedro frente al proveedor que atenta, no sólo contra la exigencia de certeza en el plazo establecida en el art.35 de la LPC, sino contra el espíritu de esta ley.-

13.-Que a mayor abundamiento, el art.35 de la LPC exige que en toda promoción u oferta se informe al consumidor, sobre las bases de la misma y el “*tiempo o plazo de duración*”, de manera que la exigencia del legislador va claramente dirigida a señalar un tiempo o plazo para su duración, y no una situación incierta que resultaría de difícil determinación para el consumidor como esta referencia a un stock que además resultaría muy engorroso de desvirtuar por una persona cualquiera.-

14.- Que en mérito de todo lo anteriormente expuesto y habiendo examinado todos los antecedentes que constan en el proceso y la prueba rendida de acuerdo a las reglas de la sana crítica este Sentenciador se ha formado convicción que la denunciada ha infringido la Ley N°19.496 sobre Protección de los Derechos del Consumidor, en sus artículos 3º inciso primero letra b) e inciso segundo letra a), 28 letra c) y d) y 35, por lo que procederá dictar sentencia condenatoria en su contra.-

Por estas consideraciones y teniendo presente lo dispuesto en la ley N°18.287 y N°19.496, Se Declara:

A.- Que se acoge la denuncia de autos y se condena a Comercial Automotriz S.A., representada por Johanna Trureo, ambos con domicilio en Av. Américo Vespucio N°1561, Vitacura, a pagar una multa de 40 UTM por infringir la ley N°19.496 en la publicidad de

la oferta de vehículo Fiat Punto, publicada en el periódico La Tercera del 28 de julio del 2013.-

NOTIFIQUESE PERSONALMENTE O POR CEDULA Y ARCHÍVESE EN SU OPORTUNIDAD

DICTADA POR DON SERGIO VILLALOBOS RIOS, JUEZ TITULAR.-

