

**CASILLA 11**  
SUCURSAL TRIBUNALES  
SANTIAGO

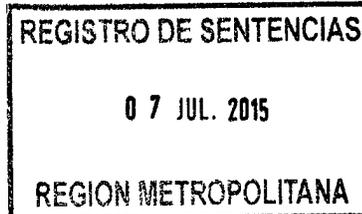
FRANQUEO CONVENIDO  
Res.Exenta N° 249  
Fecha: 18.04.96  
EMPRESA DE CORREOS  
DE CHILE

**ROL N° M-23.673-2012/PCM**  
Carta Certificada N°: 0

**SEÑOR (A)**  
**BELEN PICERO DEL VALLE**  
**TEATINOS 333 PISO 2**  
**SANTIAGO**

CONFORME A LA LEY N° 19.841 ESTA CARTA DEBERÁ SER ENTREGADA A CUALQUIER PERSONA DE ESTE DOMICILIO.

**I. MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO**  
**TERCER JUZGADO DE POLICÍA LOCAL**  
**AMUNATEGUI N° 980**



Santiago, Miércoles 24 de junio de 2015

Notifico a UD. que en el proceso N° M-23.673-2012, se ha dictado la siguiente resolución:

**VISTOS:**

Cúmplase.

NOTIFÍQUESE.

**SECRETARIO**



C.A. de Santiago

Santiago, uno de junio de dos mil quince.

Proveyendo de fojas 194 a 196: a todo, téngase presente.

**Vistos:**

Atendido el mérito de los antecedentes, **se confirma** la sentencia apelada de doce de enero de dos mil quince, escrita a fojas 155 y siguientes, con declaración que se exime al Servicio Nacional del Consumidor del pago de las costas del juicio.

**Regístrese y devuélvase.**

N°Trabajo-menores-p.local-513-2015.

Pronunciada por la **Tercera Sala de esta Itma. Corte de Apelaciones de Santiago**, presidida por el Ministro señor Manuel Antonio Valderrama Rebolledo, conformada por los Ministros señor Juan Antonio Poblete Méndez y señora Gloria Solís Romero.

Autoriza el (la) ministro de fe de esta Itma. Corte de Apelaciones de Santiago.

En Santiago, uno de junio de dos mil quince, se notificó por el estado diario la resolución que antecede.

**SANTIAGO**, doce de enero del año dos mil quince.

**VISTOS:**

I.- Que, a fojas 6 y siguientes, rola denuncia efectuada al tribunal por don RODRIGO MARTÍNEZ ALARCÓN, abogado, Director Regional Metropolitano del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), actuando en su representación, ambos domiciliados en Teatinos N° 333, piso 2, comuna de Santiago, en contra del BANCO RIPLEY, representado legalmente, por don OSVALDO ANTONIO BARRIENTOS VALENZUELA, ambos domiciliados en calle Huérfanos N° 1060, comuna de Santiago, por infringir lo dispuesto en los artículos N° 3 inciso 1° letra b), N° 3 inciso segundo letra a), N° 17 A y 28 letra d) de la Ley N° 19.496, según los antecedentes que a continuación se exponen.

Señala que, tomó conocimiento de ciertas piezas publicitarias, difundidas a través de diversos medios de comunicación televisiva entre los días 23 de septiembre y 3 de octubre del año 2012, ambas fechas inclusive, correspondientes a la campaña promocional del producto financiero "Crédito de \$3.000.000.- en 48 cuotas de \$95.990.-", en las que se señala literalmente, tanto mediante lenguaje escrito como hablado, lo siguiente: *"Esta es una invitación de Banco Ripley. En tan sólo una hora llévate tu crédito de tres millones en cuarenta y ocho cuotas de noventa y cinco mil novecientos noventa pesos. CAE, veinticinco como cuarenta y cinco por ciento. Ven al Banco que siempre te está esperando, bienvenido a Banco Ripley"*. Luego, el SERNAC indica que, si bien se señala el monto de crédito, el número y valor de las cuotas y el costo anual equivalente (en adelante CAE), la publicidad no cumple con señalar el costo total del crédito, lo que constituye una infracción a lo establecido por la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Posteriormente, el SERNAC indica que, si bien el referido anuncio presenta en su metraje final (durante sólo medio segundo) una serie de antecedentes y condiciones eventualmente aplicables a la promoción u oferta, dicha información es presentada de manera deficiente, incluso ilegible, lo que impide del todo su conocimiento por parte de los consumidores. Además, el SERNAC dice que, en el soporte televisivo, el criterio que debe guiar el uso del recurso publicitario "letra chica" está dado por la visibilidad del mensaje que pretende incorporar información complementaria a la pantalla, el cual debe presentarse durante un tiempo suficiente, no inferior a cuatro segundos.

No obstante lo anterior, el denunciante señala que, debe tenerse presente que el objeto que persigue el uso de la "letra chica en una pieza publicitaria es: *"entregar información adicional o accesorio (no principal) sobre la materia..."*, es decir, *"su objeto debe ser informar sobre materias que por su extensión o importancia relativa no merecen*

*destacarse con igual énfasis que las aseveraciones y textos principales, excluyéndose por tanto, aquella información que tiene el carácter de imperativa.”*

Finalmente, el SERNAC señala, que ejerció la acción en conformidad con las facultades y obligaciones que le impone el artículo N° 58 letra g) de la Ley N° 19496, el cual textualmente señala lo siguiente:

*“Artículo 58.- El Servicio Nacional del Consumidor deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor. [...] g) Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias relacionadas con la protección de los derechos de los consumidores y hacerse parte en aquellas causas que comprometan los intereses generales de los consumidores.*

*La facultad de velar por el cumplimiento de las normas establecidas en leyes especiales que digan relación con el consumidor, incluye la atribución del Servicio Nacional del Consumidor de denunciar los posibles incumplimientos ante los organismos o instancias jurisdiccionales respectivos y de hacerse parte en las causas en que estén afectados los intereses generales de los consumidores, según los procedimientos que fijan las normas generales o los que se señalen en esas leyes especiales.”*

II.- Que a fojas 76 el Tribunal fijó la audiencia de conciliación, contestación y prueba de autos para el día 07 de enero del año 2014, a las 11:30 horas, la que se celebró con la asistencia de ambas partes, como consta de fojas 119.

Llamadas las partes a conciliación esta no se produjo. La parte denunciante del SERNAC, ratifican su la denuncia, como consta de fojas 119. La parte querellada y demandada contesta la denuncia y demanda de autos al tenor de su presentación de fojas 110 y siguientes, señalando en síntesis lo siguiente.

Señala que, luego de estudiar los argumentos esgrimidos por el SERNAC, llegaron a la conclusión de que el aviso publicitario fue elaborado cumpliendo con todos los requisitos legales, toda vez que, el costo total del crédito, sí se informa con anterioridad a la recepción de la carta del SERNAC, al final de la pieza publicitaria, aun cuando ello no ocurría en la misma imagen que mostraba el valor de la cuota CAE, entre otras menciones, lo que como el propio SERNAC debe saber, no es una exigencia legal. Además, el denunciado indica que, no obstante haber obrado en conformidad con la normativa legal vigente, la que solo establece exigencias de tipo formal para el tratamiento que se debe dar al CAE, con el solo propósito de evitar una mayor controversia con el SERNAC, se resolvió modificar el spot

publicitario incluyendo el costo total del crédito en la misma imagen que el CAE y el monto de la oferta. Adicionalmente, el denunciado dice que, la determinación de modificar la publicidad se tomó el mismo día en que recibieron la carta del SERNAC (31 de agosto del año 2012). Luego, el requerido señala que, con fecha 04 de septiembre del año 2013, el Banco Ripley aprobó el nuevo formato propuesto por la empresa MRM Santiago y agrega que, desde el 23 de septiembre hasta el 10 de octubre se emitió el aviso publicitario modificado. Además, el querellado dice que, durante el lapso de tiempo que media entre la aprobación del mensaje publicitario que incluye el costo total del crédito en la misma imagen que informa acerca del CAE y del monto del crédito no se transmitió el aviso publicitario.

A continuación, el denunciado señala que, la denuncia interpuesta por el SERNAC le imputa que entre los días 23 de septiembre de año 2012 y 03 de octubre del mismo año, se habría emitido la publicidad sin la indicación relativa al costo total del crédito, limitando la controversia a ese lapso de tiempo, de modo que, resolver en base a hechos ocurridos fuera de ese periodo de tiempo implicaría que la sentencia adolecería de ultrapetita.

Seguidamente, el denunciado dice que, la pieza publicitaria emitida entre los días 23 de septiembre del año 2012 y 03 de octubre del mismo año, ambos días inclusive, cumplió cabalmente con todos y cada uno de los preceptos de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, incluso en conformidad con la interpretación realizada por el SERNAC sobre la forma en la que se debe exhibir el costo total del crédito. Adicionalmente, el requerido señala que, en virtud de lo anterior, corresponde al SERNAC acreditar que las imágenes acompañadas por dicho servicio corresponden a piezas publicitarias que el Banco Ripley emitió en televisión entre los días 23 de septiembre y 03 de octubre del año 2012.

Posteriormente, el querellado señala que, en el evento en que el Tribunal determine que las imágenes acompañadas por el SERNAC corresponden a la publicidad emitida durante el periodo de tiempo al que se refiere la denuncia, se debe tener presente que la información sobre el costo total del crédito en el metraje final del mensaje televisivo es un hecho que se ajusta plenamente a las normas jurídicas cuya infracción se nos imputa, pues no existen requisitos especiales respecto de la forma en que se debe entregar la información del costo total del crédito, a diferencia de lo que ocurre con el CAE. Además, el denunciado dice que, el Decreto N° 43, de fecha 31 de julio del año 2012, que aprueba el Reglamento sobre Información al Consumidor de Créditos de Consumo, en sus artículos N° 32 y siguientes, regula expresamente la información publicitaria que el proveedor deberá

poner a disposición de los consumidores cuando promoció, a través de un medio de comunicación masivo o individual, un crédito de consumo, dentro de la cual no se incluye un tratamiento especial para el costo total del crédito, lo que por el contrario, sí ocurre con todos los elementos que se deben incluir en el aviso.

Por último, el denunciado indica que, para el improbable caso en que se determine que existió una infracción a la Ley N° 19.496, cabe señalar que condenar al máximo legal por cada una de las disposiciones supuestamente vulneradas, tal como pretende el SERNAC, sería contrario a un principio tan elemental como lo es el *non bis in idem*, toda vez que se pretende aplicar diversos tipos infraccionales por un único y exclusivo hecho.

III.- En la misma audiencia, la parte denunciada presentó a declarar como testigo a don GALVARINO ARTURO PONCE LAVAL, cédula de identidad N° 13.232.727-0, Publicista, domiciliado en calle Valenzuela Puelma N° 7541, casa R, comuna de La Reina, quien debidamente juramentado expone en síntesis: Que trabajó como encargado de la publicidad de Banco Ripley, a quien le prestó servicios desde el año 2012 para efectos de la campaña de publicidad sobre la que trata el juicio.

En virtud de lo anterior, el SERNAC interpuso las tachas contempladas en los números 5 y 6 del artículo N° 358 del Código de Procedimiento Civil, las que fueron desechadas, como consta de la parte considerativa de esta sentencia.

Continuando con su declaración, el testigo indica que el día 31 de agosto del año 2012, fue contactado, mediante correo electrónico, por la señorita Catherine Araya, que es ejecutiva de marketing del Banco, quien le solicitó hacer algunos ajustes en la pieza publicitaria de Banco Ripley en virtud de una carta que habían recibido por parte del SERNAC. Además, el testigo dice que, el ajuste consistía básicamente en incluir el costo total del crédito en el mismo lugar en el que se indicaba el CAE. Luego el testigo señala que, antes, el costo total del crédito se mencionaba al final del comercial. Posteriormente el testigo dice que, el día 04 de septiembre fue aprobada la pieza publicitaria y luego fue emitida entre los días 23 de septiembre y 10 de octubre, ambas fechas inclusive. Seguidamente, el testigo indica que era director de cuentas de la empresa MRM para la campaña publicitaria de Banco Ripley. Además el testigo dice que la instrucción para modificar el aviso publicitario la recibió el mismo día en el que el Banco Ripley recibió la carta del SERNAC, el 31 de agosto del año 2012. Finalmente el testigo señala que se encargó de supervisar personalmente la modificación de las piezas publicitarias por lo que está seguro de que ello ocurrió y agrega que incluso, una

vez que supo de la amonestación que el SERNAC busca que se le imponga al Banco Ripley, revisó el material que había sido subido a la plataforma A+B, en donde se sube el material que luego es distribuido a los medios, y que pudo comprobar que se trataba del material modificado.

IV.- La parte denunciante acompañó la siguiente prueba documental: a) Copia de resolución exenta N° 1217, como consta de fojas 1 y 2; b) Copia de Ordinario N° 15478, como consta de fojas 3 y 4; c) Impresión de imagen, como consta de fojas 5; d) Disco compacto con copia digital de la pieza publicitaria correspondiente a la promoción "Banco Ripley, en tan solo 1 hora llévate tu crédito de \$3.000.000.- en 48 cuotas de \$95.990".

V.- La parte denunciada viene en acompañar los siguientes documentos: a) Copia de correo electrónico enviado con fecha 31 de agosto del año 2012 por doña Katherine Araya, como consta de fojas 84; b) Correo electrónico enviado con fecha 04 de octubre del año 2013 por don Andrés Kormis Meyohas, como consta de fojas 86; c) Copia de carta suscrita con fecha 25 de noviembre del año 2013, como consta de fojas 92; d) Copia de escritura pública de fecha 21 de diciembre del año 2012, como consta de fojas 96 y siguientes. Habiéndose objetado el documento de fojas 96 y siguientes.

VI.- Que a fojas 127 se llevo a efecto la audiencia de exhibición de documento decretada a fojas 123, la que se celebró con la asistencia de ambas partes, como consta de fojas 127.

En la audiencia se exhibieron dos videos, uno de ellos acompañado por la parte denunciante del SERNAC y el otro acompañado por la parte denunciada del Banco Ripley.

El video acompañado por el SERNAC muestra una publicidad audiovisual, en la que se promueven las características del Banco Ripley señalando que la aprobación de un crédito tarda una hora y mostrando como ejemplo un crédito de \$3.000.000.- pagadero en 48 cuotas de \$95.990 pesos, observándose en la pantalla el monto del crédito, la indicación de las cuotas y un CAE de 25.45%. Al final se observa el logo de la empresa y una leyenda ininteligible.

Por otra parte, el disco compacto acompañado por el Banco Ripley contiene seis publicidades audiovisuales. En la primera de ellas, de 15 segundos de duración, identificada bajo el N° 253209, se promueven las características de Banco Ripley, señalando que la aprobación de un crédito tarda una hora, dando como ejemplo un crédito por la suma de \$3.000.000.- pagadero en 48 cuotas de \$95.990.- pesos cada

una, observándose en la pantalla el monto del crédito, la indicación de las cuotas, un CAE de 25.45% y un costo total del crédito de \$4.607.520.-. Al final de la publicidad se observa el logo de la empresa y una leyenda ininteligible.

En el segundo video, de 15 segundos identificado con el N° 253601 se promueven las características de Banco Ripley, señalando que la aprobación de un crédito tarda una hora, dando como ejemplo un crédito por la suma de \$3.000.000.- pagadero en 48 cuotas de \$95.990.- pesos cada una, observándose en la pantalla el monto del crédito, la indicación de las cuotas, un CAE de 22.84% y un costo total del crédito de \$4.607.520.-. Al final de la publicidad se observa el logo de la empresa y una leyenda ininteligible.

El tercer video, con una duración de 15 segundos, identificado bajo el N° 253141, promueve las características de Banco Ripley, señalando que la aprobación de un crédito tarda una hora, dando como ejemplo un crédito por la suma de \$3.000.000.- pagadero en 48 cuotas de \$95.990.- pesos cada una, observándose en la pantalla el monto del crédito, la indicación de las cuotas, un CAE de 25.45% y un costo total del crédito de \$4.607.520.-. Al final de la publicidad se observa el logo de la empresa y una leyenda ininteligible.

Luego, el cuarto video, con una duración de 30 segundos, identificado bajo el N° 253142, promueve las características de Banco Ripley, señalando que la aprobación de un crédito tarda una hora, dando como ejemplo un crédito por la suma de \$3.000.000.- pagadero en 48 cuotas de \$95.990.- pesos cada una, observándose en la pantalla el monto del crédito, la indicación de las cuotas, un CAE de 25.45% y un costo total del crédito de \$4.607.520.-. Al final de la publicidad se observa el logo de la empresa y una leyenda ininteligible.

En el quinto video, con una duración de 30 segundos, identificado con el N° 253602, se promueven las características de Banco Ripley, señalando que la aprobación de un crédito tarda una hora, dando como ejemplo un crédito por la suma de \$3.000.000.- pagadero en 48 cuotas de \$95.990.- pesos cada una, observándose en la pantalla el monto del crédito, la indicación de las cuotas, un CAE de 22.89% y un costo total del crédito de \$4.607.520.-. Al final de la publicidad se observa el logo de la empresa y una leyenda ininteligible.

Finalmente, en el sexto video, con una duración de 15 segundos, identificado con el N° 253603, se promueven las características de Banco Ripley, señalando que la aprobación de un crédito tarda una hora, dando como ejemplo un crédito por la suma de \$3.000.000.- pagadero en 48 cuotas de \$95.990.- pesos cada una, observándose en la pantalla el monto del crédito, la indicación de las cuotas, un CAE de 25.45% y un costo total del crédito de \$4.607.520.-. Al final de la publicidad se observa el logo de la empresa y una leyenda ininteligible.

VII.- Que a fojas 136 los autos quedaron en estado de dictarse sentencia.

**Y CONSIDERANDO:**

**I.- EN CUANTO A LA OBJECCIÓN DE DOCUMENTOS.**

1) Que como consta a fojas 124, los documento de fojas 96 y siguientes fueron objetados por la parte denunciante, sin embargo, conforme lo dispuesto en el artículo 14 de la Ley N° 18.287, ello no impide al sentenciador considerarlo para los efectos de dictar sentencia en la causa.

**II.- EN CUANTO A LA TACHA DEL TESTIGO DEL DENUNCIADO, DON GALVARINO ARTURO PONCE LAVAL**

2) Que la parte denunciante del SERNAC opuso tacha respecto del testigo, según señala, en conformidad con lo establecido en los números 5 y 6 del artículo N° 358 del Código de Procedimiento Civil, en virtud de que la testigo declaró que fue encargado para la publicidad del Banco Ripley en su momento y agregó que presto servicios desde el año 2012 para efectos de esta campaña publicitaria que le fue encomendada.

3) Que el artículo N° 358 señala en sus numerales 5° y 6° que:

*“Son también inhábiles para declarar: [...] 5°. Los trabajadores y labradores dependientes de la persona que exija su testimonio; [...] 6° Los que a juicio del tribunal carezcan de la imparcialidad necesaria para declarar por tener en el pleito interés directo o indirecto”.*

4) Que la parte denunciada se opuso a la tacha señalando, en cuanto a la tacha opuesta por la causal 5° del artículo N° 358 del Código de Procedimiento Civil, puesto que ella exige expresamente para que se declare la inhabilidad del testigo, este sea dependiente de la parte que lo presenta, entendiéndose como tal, toda persona que presta servicios retribuidos por la parte que lo presenta. Además, el denunciado dice que es un hecho que don GALVARINO PONCE no es dependiente del Banco Ripley, sino que de la empresa de publicidad MCCANN Relationship Marketing Ltda., persona jurídica que no

tiene relación alguna con el Banco, sino que solo presto servicios para la elaboración y emisión de la publicidad materia de autos. Luego, en cuanto a la tacha fundada en el N° 6 del mismo artículo, dice que la causal no es aplicable en el sentido que pretende el denunciante, sobretodo considerando que no se trata de un dependiente del Banco Ripley. Además, el denunciado dice que la causal se refiere a una imparcialidad que pudiera existir en virtud de un interés pecuniario.

5) Que, este sentenciador, resolviendo sobre la tacha en cuestión, establece que, de las declaraciones del testigo no es posible desprender que exista o haya existido una relación de subordinación y dependencia entre el denunciado y el referido testigo, ni tampoco es posible concluir que el vínculo que existió entre el testigo y el denunciado haya perdurado en el tiempo, de modo que continúe existiendo al momento de su declaración. Siendo así, se deberá desechar la tacha opuesta por el SERNAC, fundada en el numeral 5° del artículo N° 358 del Código de Procedimiento Civil, por falta de prueba suficiente.

6) Que, finalmente, en cuanto a la tacha fundada en la causal 6° del referido artículo N° 358, el Tribunal establece que, para que la imparcialidad del testigo se vea afectada, debe existir un interés en el resultado del pleito, el cual, en conformidad con la interpretación ampliamente difundida que se ha dado de esta norma, debe ser pecuniario. En consecuencia, considerando que no se ha acreditado que el testigo sea dependiente del denunciado y que el presente juicio versa sobre una denuncia infraccional, careciendo de una demanda que busque reparar algún perjuicio patrimonial, es claro que tal interés no existe, por lo que se debe desechar la tacha interpuesta por el SERNAC y por tanto, se debe considerar que el testigo es hábil para declarar.

### III.- EN CUANTO AL FONDO.

7) Que, la denuncia infraccional interpuesta por el SERNAC se debe a la posible infracción de los artículos N° 3 inciso 1° letra b), N° 3 inciso 2° letra a), N° 17 A, y N° 28 letra d) de la Ley 19.496, en que habría incurrido el banco Ripley, producto de una publicidad que supuestamente no incluye el costo total del crédito.

8) Que, en estos autos el SERNAC actúa como parte, según su propia expresión, conforme a lo dispuesto en el artículo N° 58 letra g) de la ley N° 19.496, norma que se refiere a situaciones que afectan a los *"intereses generales de los consumidores"*, señalando que, la publicidad engañosa en que habría incurrido el denunciado representa un suceso de tal magnitud y significación, que pasa a afectar los *"intereses generales de los consumidores"*.

9) Que el artículo N° 3 letra b) de la Ley N° 19.496, establece lo siguiente: "Son derechos y deberes básicos del consumidor: [...] 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."

10) Que el inciso primero del artículo 3° inciso segundo letra a) de la misma ley dispone: "Recibir la información del costo total del producto o servicio, lo que comprende conocer la carga anual equivalente a que se refiere el artículo 17 G, y ser informado por escrito de las razones del rechazo a la contratación del servicio financiero, las que deberán fundarse en condiciones objetivas."

11) Que, por su parte, el artículo N° 17 A del mismo cuerpo legal dispone:

"Los proveedores de bienes y servicios cuyas condiciones estén expresadas en contratos de adhesión deberán informar en términos simples el cobro de bienes y servicios ya prestados, entendiendo por ello que la presentación de esta información debe permitir al consumidor verificar si el cobro efectuado se ajusta a las condiciones y a los precios, cargos, costos, tarifas y comisiones descritos en el contrato. Además, toda promoción de dichos bienes y servicios indicará siempre el costo total de la misma."

12) Que el artículo N° 28 de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores expresa lo siguiente:

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: [...] d) El precio del bien o la tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito en su caso, en conformidad a la normas vigentes;

13) Que, el artículo 14 de la Ley N° 18.287, aplicable a estos autos por remisión hecha por el artículo 50 B) de la Ley N° 19.496, expresa:

"El juez apreciará la prueba y los antecedentes de la causa, de acuerdo con las reglas de la sana crítica y del mismo modo apreciará la denuncia formulada por un carabinero, inspector municipal u otro funcionario que en ejercicio de su cargo deba denunciar la infracción. Al apreciar la prueba de acuerdo con las reglas de la sana crítica, el Tribunal deberá expresar las razones jurídicas y las simplemente lógicas, científicas o técnicas en cuya virtud les asigne valor o las desestime. En general, tomará en especial consideración la multiplicidad, gravedad, precisión, concordancia y conexión de las pruebas y antecedentes del proceso que utilice, de manera que el examen conduzca lógicamente a la conclusión que convence al sentenciador."

De acuerdo a la doctrina, se entiende por "*sana crítica*" aquella que conduce al descubrimiento de la verdad por los medios que aconsejan la razón y el criterio racional puesto en juicio.

15) Que el sentenciador, como cuestión previa, estima preciso establecer que los antecedentes probatorios aportados a la causa y constituidos fundamentalmente por la prueba documental y testimonial aportada por las partes, no son a juicio del Tribunal entre sí y respecto de los hechos de la causa lo suficientemente conexos, concordantes, graves, múltiples y precisos, como para hacer formar convicción plena al Tribunal respecto de la existencia y origen de los hechos denunciados y de quien es en definitiva la responsabilidad infraccional pertinente conforme exige el artículo 14 de la Ley N° 18.287, ni si ese hecho afectó los intereses generales de los consumidores.

16) Que, del análisis de la prueba rendida en conformidad con las reglas de la sana crítica, se desprende: a) Que, con anterioridad al día 16 de agosto del año 2012, el denunciado emitió un mensaje publicitario, transmitido por los medios de forma audiovisual, en la cual, no se indicaba el costo total del crédito en la misma imagen en la que se mostraba el CAE, razón por la cual, el día 28 de agosto del mismo año, el SERNAC emitió el Ordinario N° 15478, que fue recepcionado por el Banco Ripley el día 31 del mismo mes, consta de las declaraciones de ambas partes en sus respectivas presentaciones de denuncia y contestación, de las declaraciones del testigo, y del documento de fojas 3 y 4; b) Que en el Ordinario N° 15478, emitido por el SERNAC con fecha 28 de agosto del año 2012, se señala que, a juicio del referido servicio, la publicidad difundida a través de diversos medios de comunicación televisiva con fecha 16 de agosto del mismo año no se encuentra ajustada a la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, puesto que no señala el costo total del crédito publicitado. Además, en el referido Ordinario, se indica que la referida publicidad sería vigilada durante los próximos 10 días, con el objeto de verificar su ajuste a la normativa contenida en la referida Ley y transcurrido dicho plazo procederá a evaluar los antecedentes y determinar las acciones a seguir, como consta de fojas 3 y 4; c) Que con fecha 31 de agosto del año 2012, el denunciado le mandó un correo electrónico a don Galvarino Ponce y a doña Paula Rojas, ambos de STG-MRM, en el que solicitaba que se hiciera un ajuste a la referida publicidad incorporando el costo total del crédito equivalente a \$4.607.520.-, como consta de fojas 84; d) Que con fecha 04 de septiembre de año 2012, el denunciado aprobó el ajuste solicitado por el SERNAC, como consta del documento de fojas 86, y; e) Que entre los días 23 de septiembre del año 2012 y 03 de octubre del mismo año, el Banco Ripley transmitió, a través de diversos

medios de comunicación audiovisual, un mensaje publicitario similar al que previamente había sido objetado por el SERNAC, pero modificado en cuanto a que, en la misma imagen en la que se informa acerca del monto total de del crédito y del CAE, se encuentra inserto el costo total del crédito, en conformidad con los requerimientos que el SERNAC había realizado a través del Ordinario N° 15478, lo que consta del documento de fojas 92 y de las declaraciones del testigo contenida de fojas 119 a 122, ambas inclusive.

17) Que siendo así, este sentenciador establece que, el hecho denunciado por el SERNAC no ocurrió, puesto que, durante el periodo en el que, según el denunciante, se habría omitido informar acerca del costo total del crédito, dicha información se encontraba expresamente contenida en el mensaje publicitario objetado, según los requerimientos efectuados por el propio SERNAC. Por tanto, se deberá desechar la denuncia de autos, al encontrarse acreditado la inexistencia del hecho denunciado.

18) Que adicionalmente, el Tribunal establece que el hecho de que, el SERNAC haya solicitado extrajudicialmente que se corrija un situación, lo que el denunciado realizó, y no obstante ello, encontrándose reparada la situación denunciada, el mismo SERNAC interponga una denuncia, muestra una clara contradicción en el actuar procedimental de dicho servicio, por cuanto, por una parte requiere la corrección de la publicidad para evitar una denuncia por una posible infracción, no obstante lo cual, interpone la denuncia de autos, buscando que se sancione al Banco Ripley por actuar en conformidad con lo que el mismo SERNAC le solicito, siendo así y considerando que no hubo ninguna infracción en los hechos denunciados, se deberá sancionar con una expresa condenación en costas al SERNAC.

**SE RESUELVE:**

A) Que se **DESECHAN**, la **DENUNCIA INFRACCIONAL** interpuesta por el SERNAC a fojas 5 y siguientes, por no haberse acreditado el hecho denunciado según consta de la parte considerativa de esta sentencia.

B) Que se condena en costas a la parte denunciante del SERNAC.

**ANÓTESE, NOTIFÍQUESE y DÉSE CUMPLIMIENTO** a lo establecido en el artículo 58 bis de la ley N° 19.496.

**DECRETADA POR DON DANIEL LEIGHTON PALMA, SECRETARIO (S), JUEZ DEL TERCER JUZGADO DE POLICÍA LOCAL DE SANTIAGO.**

**AUTORIZA DON CARLOS MONTECINOS ESCOBAR SECRETARIO (S).**