

SANTIAGO, diez de agosto de dos mil dieciséis.

VISTOS, QUE:

I.- A lo principal de fojas 60 y siguientes, con fecha 13 de julio de 2015, don JUAN CARLOS LUENGO PÉREZ, Abogado, Director Nacional del SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR (SERNAC), en su representación, ambos domiciliados en calle Teatinos N°333, Piso 2, comuna de Santiago, interpuso denuncia infraccional en contra de CHILECTRA S.A, representado legalmente por don Cristian Fierro Montes, se ignora profesión u oficio, ambos con domicilio en Santa Rosa N°76, piso 8, comuna de Santiago, por infringir lo dispuesto en los artículos N°s 3° letra b) y 35 de la Ley N° 19.496. Funda su denuncia, en síntesis, que atendido el reporte publicitario denominado "Análisis de Publicidad de Estufas", realizado el 04 y 19 de mayo de 2015, se detectó en la pieza publicitaria perteneciente a la empresa denunciada, difundida por medio de la revista "Másdeco" del diario La Tercera, de fecha 16 de mayo de 2015, que no se ajustaba a la ley. Indica que, dentro de la publicidad, el aviso incluía una información de letra chica y que rezaba lo siguiente: "*Precios válidos desde el 1° de abril del 2015, o hasta agotar de... 100 unidades... 200 unidades...*", lo que se traduce en la incorporación de una frase restrictiva y que, en definitiva, obsta a que el consumidor se informe respecto al tiempo o plazo de duración de la promoción y, además, se ve agravada debido a que la oración recurre al formato de letra chica inferior a 2,5 milímetros y que no permite su lectura en condiciones normales, por lo que solicita se aplique a la denunciada las sanciones correspondientes.

II.- Que, a fojas 108 y siguientes se llevó a efecto la audiencia de conciliación, contestación y prueba de autos, con la asistencia de las partes del Servicio Nacional del Consumidor y de Chilectra S.A. No se produjo conciliación. El SERNAC ratifica la denuncia y la empresa denunciada de Chilectra S.A la contesta solicitando su rechazo, al tenor de su presentación de fojas 90 y siguientes. En dicha contestación la tienda comercial denunciada señala, en síntesis, que las imputaciones efectuadas por SERNAC no son efectivas, por cuanto para que se incumpliese la norma Chilectra S.A debería

haber entregado una información diferida en el tiempo y falsa, lo que no ocurre en el aviso publicitario donde se indica claramente que la oferta tendrá un plazo determinado de vigencia o bien hasta que se agote el stock, por lo que este aviso cuestionado informa los plazo de promoción y las condiciones establecidas para su mantención en el tiempo.

Agrega respecto al tamaño de la letra utilizada, indica que no existe norma expresa que determine un tamaño específico de "letra chica" y que la norma que más se asemeja es aquella que dice relación con los contrato de adhesión, en que se establece que la letra chica no deberá ser inferior a 2,5 milímetros, por lo que para poder determinar el tamaño de la letra, y principalmente, si esta infringe la normativa, es necesario determinar el contexto en que esta se encuentra ubicada y si existe alguna proporcionalidad respecto del conjunto del cual forma parte, situación distinta si producto del tamaño de la letra no fuese posible su lectura, lo que en la especie no sucede.

III.- Que, las parte denunciante ha acompañado en parte de prueba los siguientes documentos: 1) A fojas 7 a 48, revista publicitaria "MásDeco" emitido por el diario La Tercera de fecha 16/05/2015; 2) A fojas 49 y siguientes, documento denominado "Reporte Publicitario. Análisis de la Publicidad de Estufas. Mayo 2015", emitido por el Departamento de Estudios e Inteligencia, observatorio de Publicidad y Prácticas Comerciales", elabora por el SERNAC y 3) A fojas 93 y siguientes, copias de sentencias judiciales.

IV.- Que, a fojas 109 los autos quedaron en estado de dictarse sentencia.

Y CONSIDERANDO:

I.- EN LO INFRACCIONAL.

1) Que, la causa se inició por denuncia infraccional del SERNAC.

2) Que, **no se rindió prueba testimonial.**

3) Que, la denuncia deducida se refiere a la posible infracción a los artículos 3º letra b) y 12 de la Ley N°19.496 en que habría incurrido CHILECTRA S.A., al publicar en un diario de publicación nacional un aviso sobre estufas, la que se llevó a cabo sin cumplir con los requisitos que exige toda

oferta, sin entregar una información clara y suficiente respecto al producto, la que contenía letra ilegible.

4) 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.

5) Que, el artículo N°3° letra b), de la Ley N° 19.496, dispone: *"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."*

6) Que, el artículo N°12 de la Ley 19.496 expresa: *"Todo proveedor de bienes o servicios estará obligado a respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a las cuales se hubiere ofrecido o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio"*.

7) Que, el artículo N°1698 inciso primero del Código Civil, dispone: *"Incumbe probar las obligaciones o su extinción al que alega aquellas o ésta"*; en otras palabras, quien alegue un hecho en juicio deberá acreditarlo por los medios y en la época procesal que corresponda.

8) Que, ahora bien, respecto a la prueba aportada por el SERNAC, esta resulta ser insuficiente para acreditar los hechos denunciado, por cuanto no se visualiza que en la publicidad comercial emitida por la denunciada exista alguna infracción a la ley N°19.496, ya que del simple examen visual que realiza este sentenciador del documento acompañado a fojas 18, no se aprecia cómo el consumidor podría verse, de alguna forma, afectado por esta publicación, toda vez que dicha publicidad distingue respecto a los equipos o estufas (Galileo y Tesla) que se encuentran disponibles.

9) Que respecto a la letra ilegible, la Real Academia Española define como ilegible aquella "*que no puede leerse*", por lo que dicha definición no se ajusta al concepto que el denunciante expone en su libelo, ya que este sentenciador puede observar de forma clara y precisa la letra impresa en el aviso del periódico, por lo que no podría obedecer al concepto de "ilegible" en los términos expuesto por el denunciante SERNAC.

10) Que, en este mismo orden de ideas, al no existir prueba que acredite que la publicidad emitida por la denunciada lleva a incurrir en un error al consumidor, por cuanto si bien las fotografías son referenciales, este hecho no obsta a que la denunciada "no pueda cumplir" con la oferta, cuestión que será materia de alguna futura denuncia en caso de la negatividad de ésta al vender los productos ofertados.

11) Que entonces, conforme con lo expuesto, este sentenciador no se forma plena convicción de la efectividad de los hechos denunciados, y que ellos constituyen infracción a los artículos 3° inciso primero letra b) y 12 de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

12) Que, la naturaleza infraccional de las normas de la Ley N° 19.496 obliga especialmente al Tribunal a respetar los principios legales y constitucionales que conforman un procedimiento racional y justo, particularmente los principios que informan al derecho penal, como son los de legalidad y tipicidad, por lo que no resulta procedente interpretar las normas contravencionales de la ley de un modo extensivo o darles una aplicación

analógica, sino que es imperativo que la conducta que se sanciona esté exactamente definida en la ley y suficientemente probada en el proceso.

Y teniendo presente lo dispuesto en las normas citadas de la Ley N° 19.496, en relación con el artículo 14 de la Ley N° 18.287;

SE RESUELVE:

A) Que, **SE DESECHA** en todas sus partes la denuncia infraccional deducida por el Servicio Nacional del Consumidor en contra de CHILECTRA S.A, representado legalmente por don Cristian Fierro Montes, ya individualizados, atendido lo expuesto en la parte considerativa de esta sentencia.

B) Que, cada parte pagará sus respectivas costas.

C) Que, una vez ejecutoriada la presente sentencia; ARCHÍVENSE LOS ANTECEDENTES.

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

DECRETADA POR DON HÉCTOR JERÉZ MIRANDA, JUEZ TITULAR DEL TERCER JUZGADO DE POLICIA LOCAL DE SANTIAGO.

AUTORIZA DON DANIEL LEIGHTON PALMA, SECRETARIO TITULAR ABOGADO.

Santiago, diecisiete de enero de dos mil diecisiete.

VISTOS Y TENIENDO ADEMÁS PRESENTE:

PRIMERO: Que el artículo 35 de la Ley N°19.496 dispone: *“En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre la base 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.

En caso de rehusarse el proveedor al cumplimiento de lo ofrecido en la promoción u oferta, el consumidor podrá requerir del juez competente que ordene su cumplimiento forzado, pudiendo este disponer una prestación equivalente en caso de no ser posible el cumplimiento en especie de lo ofrecido.“

SEGUNDO: Que la publicación objeto de análisis contiene un aviso publicitario que se corresponde con los conceptos que la propia normativa especial señala sobre promociones y ofertas, definiendo a la primera como *“las prácticas comerciales, cualquiera sea la forma que se utilicen su difusión, consistentes en el ofrecimiento al público en general de bienes y servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquellas que consisten en una simple rebaja de precio”*; y a la segunda, como *“la práctica comercial consistente en el ofrecimiento al público de bienes o servicios a precios rebajados en forma transitoria, en relación con los habituales del respectivo establecimiento”* (artículo 1° N° 7 y N° 8 de la Ley N°19.496). En la especie, se trata de una oferta.

TERCERO: Que habiéndose asentado aquello, más allá de las probanzas allegadas el proceso, corresponde dilucidar si la cláusula incorporada en el pie de página del aviso impugnado, rolante a fojas 18, infringe lo dispuesto en el artículo 35 de la citada ley y los deberes y derechos establecidos con carácter general por el mismo cuerpo normativo. Al respecto, cabe consignar que no existe controversia sobre la primera parte de ésta, por cuanto expresa que los precios señalados en el mismo son válidos desde el 1 de abril hasta el 31 de agosto de 2015. Dicha inclusión constituye un plazo, entendiéndose por tal, según reza el artículo 1494 del Código Civil, *la época que se fija para el cumplimiento de la obligación y puede ser expreso o tácito*, por lo que se cumple el mandato del citado



artículo 35. En el caso de marras, este plazo tiene la característica de ser expreso y determinado, a cuyo cumplimiento se extingue la vigencia de la oferta. Ahora bien, la dificultad está dada por la frase aneja a la anterior, en la que se lee: “o hasta agotar stock de equipo Galileo stock 100 unidades. Equipo Telsa stock 200 unidades. Stock disponible es considerado solo para venta canal chilectra (sic).”

CUARTO: Que de conformidad con el artículo 1494 del Código Civil el plazo tácito es aquel *indispensable para cumplirlo*. Sobre el particular, el tratadista Alessandri indica que es el que necesariamente resulta de la naturaleza del acto jurídico, del fin o de las circunstancias del hecho. En suma, el tiempo razonablemente necesario para cumplir la obligación (Alessandri, Arturo et al: *Curso de Derecho Civil*, tomo I, Edit. Nascimento, pp. 574).

Del cotejo del párrafo antecedente con la reserva que efectúa la cláusula impugnada, es posible inferir que ésta trata un periodo tácito, puesto que su exigibilidad no se expresa en el lapso comprendido entre días ciertos, como lo es del 1 de abril al 31 de agosto de 2015. En lo que interesa, son formas de plasmar una modalidad de cumplimiento reconocida por el ordenamiento jurídico.

QUINTO: Que, sin embargo, la afirmación anterior no es por sí sola suficiente para determinar la licitud de la frase objeto de cuestionamiento, toda vez que -en los términos de misma- la validez de los precios queda supeditada a la disponibilidad de las respectivas unidades, a saber, 100 del equipo *Galileo* y 200, del equipo *Telsa*. En otras palabras, se está informando al público, potencial consumidor, que se mantiene la oferta, durante el tiempo -entre los márgenes del 1 de abril y 31 de agosto- naturalmente necesario para que se agoten los 100 calefactores Galileo y los 200 Telsa, lo que puede traer como consecuencia que, antes del 31 de agosto de 2015, ésta haya expirado.

SEXTO: Que se encuentren disponibles o no las unidades referidas es un hecho objetivamente contrastable, que dependerá del comportamiento, en definitiva, del mercado, no siendo tal circunstancia resorte de la empresa de servicios eléctricos, por lo que no se advierte en su formulación vicio de arbitrariedad que le pudiera afectar.



Cuestión distinta, que no incide en la licitud de la referida cláusula per se, es que desde el primer día que comienza a regir la oferta o promoción, según sea el caso, estén los productos en existencia, lo que más bien se relaciona con la seriedad de la proposición de parte de quien publicita los productos. En el caso sub lite, no hay antecedentes que permitan establecer que la denunciada no tuvo la intención de vincularse al efectuar la oferta publicitada.

SEPTIMO: Que habiéndose concluido que la cláusula, desde el punto de vista del ordenamiento jurídico general, es lícita, cabe señalar que su inclusión, a juicio de estos sentenciadores, tampoco amaga el derecho de los consumidores de acceder a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, previsto en el artículo 3 letra b) de la Ley N°19.496, relativo al capítulo de derechos y deberes básicos del consumidor. Vale decir, la regulación establecida con carácter general por la normativa especial, en la medida que no ha sido concebida para tipos contractuales específicos o bienes o servicios determinados, de lo que se sigue que su ámbito de aplicación comprende a toda relación de consumo (De la Maza, I: *El suministro de información como técnica de protección de los consumidores y los deberes precontractuales de información*. En Revista de Derecho Universidad Católica del Norte, pp. 21-52).

En efecto, el aviso impugnado señala los productos sobre los cuales versa la oferta, el precio, plazo de contratación y su condición (stock en existencia) y, además, la vía por la cual estarán disponibles.

OCTAVO: Que siguiendo lo expresado en el considerando Tercero de esta sentencia, corresponde analizar si la frase objeto de este cuestionamiento, satisface los estándares de completitud del artículo 35 del estatuto especial. En la línea de lo que se viene razonando, particularmente lo dicho en el considerando sexto, desde ya se puede concluir que la redacción de la misma no infringe el deber específico de información requerido por la citada disposición, máxime si agrega que la estimación indicada se ha hecho tomando en cuenta el conducto a través del cual los productos se pondrán a disposición del consumidor.

NOVENO: Que el servicio denunciante en el documento "*Guía de alcance publicitario y de prácticas comerciales*", elaborado por el



Departamento de Estudios e Inteligencia, de dicha repartición, el año 2014, señala que la información sobre el stock de productos no es una exigencia del estatuto de protección al consumidor, sino que responde a una recomendación del Código de Ética Publicitaria. Al respecto, explica, dicha inclusión se le tiene como una buena práctica, pues complementa el derecho del consumidor a contar con una información veraz y oportuna, en cuanto se le indica, además, las unidades disponibles. Sostiene, en cambio, que expresiones como “*hasta agotar stock o bien según stock disponible*”, sin ninguna otra especificación, restan seguridad al consumidor sobre la época y oportunidad en que éste estará asequible, por lo que, en consecuencia, no cumpliría con las prescripciones de la ley. Agrega, “*al respecto el ideal sería que los avisadores informaran el stock disponible y las principales características, pero siempre proporcionando certeza a los consumidores respecto de la duración de la promoción u oferta, y jamás asociado a la frase hasta agotar stock u otra similar*” (Guía disponible en www.sernac.cl/wp-content/uploads/2015/02/Guía-de-Alcance-Publicitario1.pdf; visitado el 9.10.2017).

DECIMO: Que para una acertada inteligencia de las observaciones que efectúa el Servicio Nacional del Consumidor en el informe citado, cabe señalar que la expresión “*y jamás asociado a la frase hasta agotar stock u otra similar*” debe ser tenida como un reproche, tanto en cuanto no se relacione con un período determinado de vigencia de la respectiva oferta o promoción. De lo contrario, se llegaría la paradoja que, para este servicio, sería suficiente indicar, por ejemplo, que la oferta es válida entre el 1 de abril y el 31 de agosto del año en curso y que existen 100 unidades del producto, sin advertir que dicho stock se puede agotar con antelación a la expiración del plazo prefijado. Si tal fuera el sentido de la propuesta del informe, resultaría que los consumidores contarían con información menos precisa y clara, sobre la oferta o promoción, porque de antemano no estarían advertidos de dicha posibilidad, a diferencia de lo que ocurre si, al plazo y las unidades, se acompaña la leyenda *o hasta agotar stock*, comprendiendo que el sentido de la misma es poner en conocimiento a los futuros consumidores que en tal lapso cuentan con la oferta o promoción, a



menos que debido a la limitación de las cantidades ofrecidas, el plazo de vigencia se extinga anticipadamente.

En consecuencia, a juicio de estos sentenciadores, de una lectura consistente con el espíritu de la ley especial, lo que sería reprochable es la inclusión en una oferta o promoción, de una cláusula de reserva del estilo *hasta agotar stock* sin más, lo que ciertamente debe ser ponderado en cada caso.

UNDECIMO: Que en razón de lo concluido en los motivos que anteceden, esta Corte comparte el parecer del Tribunal a quo, en cuanto a que no se configura alguna contravención a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, por lo que debe mantenerse la decisión de rechazar la denuncia en todas sus partes.

Por estas consideraciones y visto, además, lo dispuesto en las normas legales citadas y en los artículos 32 y siguientes de la Ley N° 18.287, **se confirma** la sentencia de diez de agosto de dos mil dieciséis, escrita a fojas 118.

Regístrese y devuélvase.

Redacción de la Abogada Integrante señora Ramírez.

Policía Local N°1486-2016

Pronunciada por la **Tercera Sala de esta Il. Corte de Apelaciones de Santiago**, presidida por el Ministro señor Jaime Balmaceda Errázuriz, conformada por la Ministra señora Maritza Villadangos Frankovich y la Abogada Integrante señora María Cecilia Ramírez Guzmán.



JAIME BALMACEDA ERRAZURIZ
MINISTRO
Fecha: 17/01/2017 11:09:31

MARITZA ELENA VILLADANGOS
FRANKOVICH
MINISTRO
Fecha: 17/01/2017 11:06:59

MARIA CECILIA DEL PILAR RAMIREZ
GUZMAN
ABOGADO
Fecha: 17/01/2017 14:14:40

SERGIO GUSTAVO MASON REYES
MINISTRO DE FE
Fecha: 17/01/2017 14:18:53



01207215448603

Pronunciado por la Tercera Sala de la C.A. de Santiago integrada por los Ministros (as) Jaime Balmaceda E., Maritza Elena Villadangos F. y Abogado Integrante Maria Cecilia Ramirez G. Santiago, diecisiete de enero de dos mil diecisiete.

En Santiago, a diecisiete de enero de dos mil diecisiete, notifiqué en Secretaría por el Estado Diario la resolución precedente.



01207215448603

Santiago 20 febrero 2017.
Cumplase.

[Handwritten signature]

22 FEB 2017

Con esta forma se envió notificación a las partes de
Senec / Huelto
de RES a fojas 181 vlt por
C.T. remitidas al domicilio de
Villanueva / Freude de conformidad con
disposición en el artículo 16 de la Ley N° 18.200

(6)