

PRIMER JUZGADO DE
POLICIA LOCAL
LAS CONDES

ROL N° 10.056-2016-15

LAS CONDES, a ocho de Agosto de dos mil diez y seis.-

VISTOS:

Estos antecedentes, denuncia de fs. 24 y siguientes, de fecha 12 de Mayo de 2016, interpuesta por el **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**, en adelante, el **SERNAC**, basado en los hechos que relata y documentos que acompaña, en contra de **CENCOSUD RETAIL S. A. (PARIS)** y en contra de **CENCOSUD ADMINISTRADORA DE TARJETAS S. A.**, notificados a fs. 55, representadas por Ricardo Alonso González Novoa, domiciliados en Avenida Kennedy N° 9001, piso 4°, comuna de Las Condes, y que en estos autos se trata de determinar la responsabilidad que correspondiere por supuesta infracción a la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en adelante, la LPC o, simplemente, la Ley, en circunstancias que:

A fojas 24 y siguientes la denunciante relata que, en ejercicio de las facultades y obligaciones que le son propias, procedió a efectuar un Informe sobre Publicidad de Productos Escolares, atendida la gran demanda de esos productos durante el mes de Marzo, para lo cual analizó la publicidad pertinente emitida entre el 15 de Enero al 8 de Febrero de 2016, detectándose, con motivo de ello, que la pieza publicitaria correspondiente a la campaña **“ESCOLARES 2016, LOS NIÑOS SE VISTEN EN PARIS Y PARIS.CL”** de la denunciada, difundida en el diario Las Ultimas Noticias del 5 de Febrero del presente año, no se ajusta a la Ley, incurriendo en infracción al utilizar la frase restrictiva y condicionante de **“Oferta válida solo hasta el jueves 11 de Febrero de 2016 o hasta agotar stock de unidades informadas”**, ya que, si bien informan el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta, al añadir la frase, restrictiva y condicionante, **“y/o hasta agotar stock”**, le resta certeza a su vigencia, privando a los consumidores del derecho básico e irrenunciable de tener una información veraz y oportuna sobre el tiempo o plazo en que se podrá hacer exigible el mencionado ofrecimiento. Además, cuestiona la legalidad de la pieza publicitaria



señalada **en razón del tamaño de la letra empleada**, la que califica de “**ilegible por tamaño menor a 2,5 milímetros en el logo relativo a la oferta exclusiva**”, lo cual no permite a un consumidor medio poder informarse como corresponde, debido al mal uso de la denominada “letra chica”. Finalmente, les imputa infracción al artículo 3 inciso 1 letra b) y 35 de la LPC.

A fs. 57 y siguientes la denunciada **CENCOSUD RETAIL S. A.** declara que la Ley N° 19.496 no contiene regulación respecto del tamaño de la letra en este tipo de publicaciones, añadiendo que siempre ha dado información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras de sus características, por lo que siempre ha dado cumplimiento al artículo 3, inciso 1°, letra b) de la Ley. En lo que respecta a la infracción al artículo 35 de dicha Ley expresa que ha informado cabalmente las bases y el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta, añadiendo que “limitar sencillamente a un plazo o periodo de tiempo, obliga a algo insostenible a los proveedores en gran parte de las ocasiones, esto es, a mantener un stock de volúmenes o cantidades insolventables o inverosímiles, por lo que la exigencia pretendida por la denunciante es irrisoria”. Además, expresa que los hechos denunciados como infracción son evidentemente interpretativos, interpretación que la denunciante siempre estimará lesivas a los consumidores con motivo de estos actos publicitarios efectuados por una gran empresa. Finalmente, invoca en su favor la presunción de inocencia.

A fojas 74, con fecha 12 de Julio de 2016, se llevó a cabo la audiencia de conciliación, contestación y prueba, con la asistencia del apoderado de la parte denunciante del **SERNAC** y del apoderado de la parte denunciada de **CENCOSUD RETAIL S. A.**, en rebeldía de la denunciada **CENCOSUD ADMINISTRADORA DE TARJETAS S. A.**, ocasión en que llamadas las partes a conciliación, ésta no se produjo, luego de lo cual la denunciante procedió a ratificar su acción, en tanto que la parte denunciada contestó por escrito, en los términos desarrollados en el párrafo precedente, pidiendo que se le tenga como parte integrante de la audiencia y, en definitiva, el rechazo de la denuncia, con costas. En subsidio, se aplique el mínimo de la multa.



En cuanto a prueba testimonial las partes no rindieron y, respecto de la documental, rindieron la que rola en autos la cual, en su oportunidad y de ser necesario y atingente, será consignada.

CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO:

- 1º) Que, previo a ingresar al fondo de la materia controvertida, en concepto del Tribunal se hace necesario consignar que a fs. 49 vta. ha comparecido CENCOSUD RETAIL S. A. haciendo presente que la otra denunciada y también emplazada, CENCOSUD ADMINISTRADORA DE TARJETAS S. A., es una persona jurídica diversa, con administración y representación propia, no siendo Ricardo González Novoa (a quien se le notificó la denuncia) su representante, por lo cual esta última no estaría válidamente emplazada.
- 2º) Que atendido el reconocimiento que hace CENCOSUD RETAIL S. A. de su calidad de legitimado pasivo, aceptando, de paso, los efectos del juicio, que podría traducirse en una sentencia condenatoria en su contra; no habiendo, por otra parte, hecho oposición el actor sobre el particular y; en fin, con el objeto de precaver una posible y futura nulidad procesal, el Tribunal tendrá únicamente como legitimado pasivo a la empresa CENCOSUD RETAIL S. A. y seguirá el proceso en su contra, prescindiendo de la empresa CENCOSUD ADMINISTRADOR DE TARJETAS S. A., establecido lo cual el Tribunal se aboca al fondo.
- 3º) Que en estos autos se trata de establecer la responsabilidad que correspondiere a **CENCOSUD RETAIL S. A (PARIS)** en supuesta infracción a la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, omitiendo el Tribunal pronunciarse acerca de la denuncia en cuanto se dirige en contra de CENCOSUD ADMINISTRADORA DE TARJETAS S. A., por la razón recién indicada
- 4º) Que la parte del SERNAC efectúa un doble cuestionamiento al aviso de fs. 23, publicado por la denunciada. En primer lugar cuestiona la utilización de la frase “oferta válida solo hasta el jueves 11 de Febrero **o hasta agotar stock de unidades informadas**”, que tilda de restrictiva y condicionantes, puesto que no entrega certeza a los consumidores en cuanto a la verdadera época en que va estar vigente la oferta o promoción. En segundo lugar cuestiona la letra utilizada, calificándola de “**ilegible por tamaño menor 2,5 milímetros en el logo relativo a la oferta exclusiva**”, puesto que no permite a un consumidor medio poder



informarse adecuadamente del contenido de la publicidad proporcionada por medio de este formato, debido a la denominada “letra chica” que se utiliza en la pieza.

5º) Que la denunciada, por el contrario, sostiene que el referido aviso cumple con el estándar de contener una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos y también señala el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta, además que, añade, no existe en la Ley una norma que establezca un tamaño mínimo de los caracteres, atribuyendo al Servicio denunciante efectuar una interpretación antojadiza de la ley.

6º) Que respecto de la controversia así planteada, a juicio del Tribunal antes que nada procede examinar la pieza publicitaria cuestionada, que rola a fs. 23, en la cual, encabezada por la leyenda “ESCOLARES 2016 LOS NIÑOS SE VISTEN EN PARIS Y PARIS.CL”, se lee a continuación los productos promocionados (mochila Gosch, \$ 8.990.-la unidad, stock de 600; y zapato escolar mujer Colloky, \$ 19.990.- la unidad, stock de 800), todo ello escrito con caracteres destacados y claramente visibles y legibles, y al final, en la parte inferior, con letras sensiblemente más pequeñas es posible leer, con dificultad, la siguiente leyenda: **“Oferta válida solo hasta el jueves 11 de febrero de 2016 o hasta agotar stock de unidades informadas”**.

7º) Que, desde luego, el aviso referido indica en su parte inferior, aunque con caracteres muy pequeños, **“oferta válida solo hasta el jueves 11 de Febrero de 2016”**, con lo cual, pese al reparo, se podría estimar que cumpliría con la exigencia consagrada en el inciso 1º del artículo 35 de la LPC, sin perjuicio de lo que se pasa a expresar sobre el punto y que, en realidad, desvirtúa esa conclusión preliminar.

8º) Que, en efecto, el aviso añade, inmediatamente a continuación, que dicho plazo es **“o hasta agotar stock de unidades informadas”**.

9º) Que en concepto del sentenciador la dicha frase circunscribe, condiciona y altera la que indicaba la duración de la oferta, hasta el punto de eliminarla y dejarla, en el hecho, sin efecto, puesto que la denunciada, en dicho marco, podría perfectamente informar al poco tiempo simplemente que el stock se agotó, dando por terminada la oferta y volviendo a los precios originales, más subidos, quedando los consumidores en la indefensión.



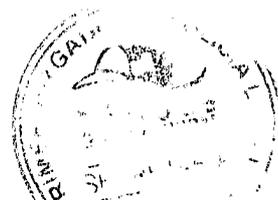
10º) Que, considérese por ejemplo, extremándolo un tanto, que el proveedor el mismo día de inicio de la oferta determine simplemente poner término a la misma, por sí y ante sí, unilateralmente, aduciendo que “se agotó el stock”, sin posibilidad de que los consumidores puedan hacer nada por contrarrestar tan abusiva determinación.

11º) Que en el cuestionado aviso de fs. 23 se indica, respecto de la mochila Gosch, que existe un stock de 600 unidades, en tanto que, respecto del zapato escolar mujer Colloky, se señala un stock de 800 unidades, precisiones que, sin embargo, en concepto del sentenciador no alteran lo que se ha venido razonando, conforme se pasa a expresar, toda vez que lo que prima, a su entender, es el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta.

12º) Que, en consecuencia, del aviso resulta que el concepto de tiempo aparece acotado por dos circunstancias. La primera consiste en el cumplimiento de un plazo o fecha cierta, 11 de Febrero de 2016, la que cumple con el deber de informar al público consumidor en forma oportuna, veraz y certera acerca de la vigencia de la promoción u oferta, sin lugar a confusiones o equívocos, dando cumplimiento al artículo 35 de la Ley. La segunda, en cambio, radica en el cumplimiento de una condición, hasta agotar stock de 600 y 800 unidades, respectivamente.

13º) Que esta última, **hasta agotar stock de 600 u 800 unidades**, implica una frase restrictiva que condiciona y, **en el hecho, deja sin efecto la frase anterior que la acotaba hasta el 11 de Febrero de 2016**, a la par que viola flagrantemente la norma que le obliga a informar sobre el tiempo o plazo de duración de la oferta, puesto que en cualquier momento, unilateralmente, sin comprobación y sin posibilidad de contrarrestar, puede dar por terminada la oferta, pretextando que se agotó el stock, desvirtuando, por su ambigüedad e incerteza, la finalidad de la norma que no es otra que dar seguridad y certeza al consumidor en cuanto la época hasta que se encontrará vigente dicha oferta o promoción, dentro de la cual el consumidor podría exigir su cumplimiento.

14º) Que, en suma, del aviso tantas veces referido resulta que la cuestión relativa a la duración de la oferta, puede quedar entregada completamente al entero arbitrio, a lo que decida por sí y ante sí, soberanamente, el proveedor, sin control ni restricción alguna, lo que se traduce en la evidente y total **asimetría de la**



información que emana de la publicación que se viene cuestionando, al incluir la consabida y abusiva frase “hasta agotar stock”, **asimetría de la información** que el Tribunal tendrá particularmente en consideración al momento de determinar la multa, criterio que, por lo demás, es uno de aquéllos que el juez debe considerar para ese efecto, conforme lo ordena el inciso final del artículo 24 de la LPC. En tal sentido se ha pronunciado la I. Corte de Apelaciones de Santiago en la sentencia dictada en la causa Ingreso N° 1.585-2015.

15°) Que, conforme a las motivos precedentes, en concepto del Tribunal el proveedor está obligado siempre a mantener y respetar la oferta o promoción hasta el cumplimiento del plazo, hecho cierto que a su juicio prima sobre otra circunstancia, mas si ésta es ambigua e incierta. Ello en armonía con el artículo 35 citado que exige perentoriamente que en las promociones u ofertas se debe informar al consumidor acerca de sus bases y respecto de un hecho cierto y determinado, cual es el “**tiempo o plazo de duración**”.

16°) Que en lo que atañe a la ubicación y tamaño de la letra en que se presenta la frase restrictiva y condicionante, cabe señalar que del examen visual del aviso publicitario agregado a fs. 23 se aprecia que la denunciada destaca en su aviso, con grandes caracteres, “**ESCOLARES 2016 LOS NIÑOS HOY SE VISTEN EN PARIS Y PARIS CL.**” y más abajo señala, con caracteres claramente visibles y legibles, las ofertas, esto es, “**MOCHILA GOSH**”, a \$ 8.990.-, stock 600 unidades y **ZAPATO ESCOLAR MUJER COLLOKY**, a \$ 19.990.-, stock 800 unidades.

El anuncio publicitario incluye, además, otras condiciones para la promoción, las que se encuentran escritas al pie en minúscula y en un tamaño de letra que no supera un milímetro, difícil de leer, que, luego de precisar que la oferta es válida hasta el jueves 11 de febrero de 2016, acotan, restringen y/o limitan lo ofrecido en el anuncio con la consabida frase “**hasta agotar stock de unidades informadas**”, lo que evidentemente resulta inductivo a error o a engaño, si se considera la asimetría existente entre la oferta o promoción y sus limitantes.

17°) Que, si bien no existe un tamaño de letra mínimo exigido por la Ley para los avisos publicitarios, pareciera razonable que si las restricciones al servicio ofrecido se muestran en un formato ostensiblemente más pequeño que aquél, al



menos debe exhibir un mínimo de proporcionalidad, que en este caso no se observa puesto que, como se ha indicado, las anotaciones al pie, son excesivamente pequeñas y no guardan ninguna proporción con el resto del aviso. Aún cuando no es posible indicar objetivamente cual podría ser el tamaño razonable, para otros casos el propio legislador ha señalado parámetros, como ocurre en el artículo 17 de la Ley N° 19.496, que establece para los contratos de adhesión, una letra de tamaño no inferior a 2,5 milímetros. No se trata de hacer una interpretación analógica para este caso, sin duda, similar, sino de enfatizar que la asimetría observada es elocuente y en concepto de esta sentenciadora, inductiva a error o confusión.

18°) Que así, se advierte que la publicidad del proveedor no resulta clara a simple vista, por lo que debe ser calificada como inductiva a error, pudiendo concluir que la información publicitada es susceptible de inducir a confusión a los consumidores respecto de la vigencia de la oferta, todo lo cual, conjuntamente con lo consignado en el considerando 14°, permite tener por configurada infracción a los artículos 3 letra b), 33 y 35 de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, al no proporcionar en el aviso publicitario de fs. 23 una información veraz y oportuna acerca de los bienes ofrecidos, particularmente, condiciones de contratación, contener información no susceptible de comprobación y expresiones inductivas a error o engaño y, en fin, al no informar, en el hecho, el tiempo o plazo de duración de la oferta, ya que la fecha que indica aparece, acto seguida, anulada por la frase “**o hasta agotar stock**”, que la deja sin efecto.

19°) Que, en consecuencia, el Tribunal, apreciando la prueba y antecedentes de la causa conforme a las normas de la sana crítica, según lo dispone el artículo 14 de la Ley N° 18.287, da por establecido que la denunciada **CENCOSUD RETAIL S. A. (PARIS)** infringió las normas indicadas al incurrir en las conductas y omisiones señaladas, por lo que procede dictar sentencia condenatoria en su contra.

20°) Que, al respecto, el artículo 24 de la Ley establece que las infracciones a su normativa serán sancionadas con multa **de hasta 50 unidades tributarias mensuales**, añadiendo en su inciso final que para su aplicación **se “tendrá especialmente en cuenta** la cuantía de lo disputado, los parámetros objetivos que

definan el deber de profesionalidad del proveedor, el grado de asimetría de información existente entre el infractor y la víctima, el beneficio obtenido con motivo de la infracción, la gravedad del daño causado, el riesgo a que quedó expuesta la víctima o la comunidad y la situación económica del infractor”.

Por estas consideraciones Y TENIENDO PRESENTE lo dispuesto en el artículo 1698 del Código Civil, Ley N° 15.231, Ley sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local; Ley N° 18.287, Ley sobre Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local; y Ley N° 19.496, Ley que establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, se declara:

- Que se acoge la denuncia interpuesta en lo principal de la presentación de fs. 24 y siguientes y se condena a **CENCOSUD RETAIL S. A. (PARIS)**, representada por Ricardo Alonso González Novoa, a pagar una multa de 10 UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES, por ser autor de las infracciones consignadas en el considerando 18°.

- Que si no pagare la multa impuesta dentro del plazo legal de cinco días, el representante de la infractora sufrirá por vía de sustitución y apremio QUINCE noches de reclusión, que se contarán desde su ingreso al establecimiento penal respectivo, sin otro apercibimiento.

ANOTESE, NOTIFIQUESE, COMUNIQUESE AL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR Y ARCHIVASE EN SU OPORTUNIDAD.-

ROL N° 10.056-2016-15.

Pronunciada por doña MARIA ISABEL READI CATAN, Jueza Titular.-

Autorizada por don JAVIER ITHURBISQUY LAPORTE, Secretario Titular.-



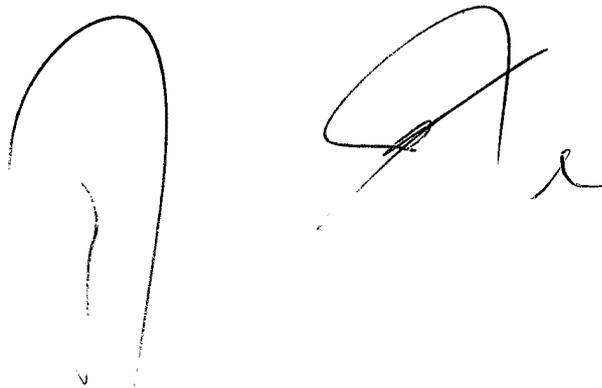
10/12/2016

4747813

Las Condes, veintiuno de Diciembre de dos mil dieciséis.

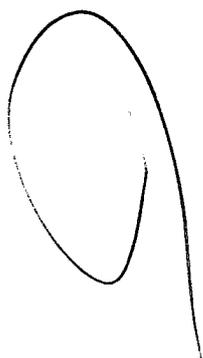
/ Cúmplase.-

Causa rol N° 10.056 -15-2016.-



Las Condes, 22 de Diciembre de 2016.-

Notifiqué por c.c. la resolución precedente a J. Luengo y J. Bell.





ORDEN DE INGRESO MUNICIPAL

Nº 10634758

FOLIO 4806647

RUT	17002289-0
O. CLASIF	
FONO	

SINAI EMILIO TOSSO VASQUEZ
TEATINOS 333
OTROS DERECHOS ORD.MUNIC JUZ 1

OPIA ROL 10.056-15-2016

CUENTAS	VALOR
1003999006	50
TOTAL	50
INTERESES	
TOTAL A PAGAR	50

1. Sólo es válido como comprobante de pago con firma y timbre del Cajero Municipal.
2. Cancelaciones fuera de plazo sólo con cálculo previo de la Tesorería Municipal.
3. El no pago en su plazo, devengará IPC, intereses y gastos de cobranzas.

Código Verificador

1340308706051505035803007061

UNIDAD GIRADORA
JUZGADO

FECHA DE EMISION
20/02/2017

VENCIMIENTO DE PAGO
20/02/2017

80 PAGADO \$60.-
Firma y Timbre del Cajero
10634758
Local: 0824

PARA VERIFICAR BOLSA ELECTRÓNICA: www.municipalidad.cl