

Not. 28/06/2016
Ape. 4/07/2016

ROL N° 9488-2015

SANTIAGO, Trece de junio del año dos mil dieciséis.

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Que esta causa se ha iniciado por denuncia formulada por el **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**, en contra de **FALABELLA RETAIL S.A.**, representa por **Juan Luis Mingo Salazar**, ambos con domicilio en Manuel Rodríguez Norte N° 730, comuna de Santiago, y en contra de **PROMOTORA CMR FALABELLA S.A.**, representa por **Claudio Cisternas**, ambos con domicilio en Moneda N° 970, piso 18, comuna de Santiago por supuesta infracción al artículo 3 inciso primero letra b, 12 y 35 de la Ley N° 19.496.

Los documentos acompañados por la denunciante que rolan de fojas 2 a 47, y de fojas 83 a 86, y los acompañados por la denunciada que rolan de fojas 87 a 92

La resolución de fojas 80, que rechazó la excepción de incompetencia formulada a fojas 61

El escrito en que la denunciada contesta la denuncia, que rola a fojas 93

El acta del comparendo de contestación, conciliación y prueba, que rola a fojas 71 y su continuación a fojas 104

La resolución que citó a las partes para oír sentencia, que rola a fojas 116.

EN EL ASPECTO INFRACCIONAL:

Y CONSIDERANDO:

PRIMERO: Que esta causa se ha iniciado por denuncia interpuesta **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**, en contra de **FALABELLA RETAIL S.A.**, y **PROMOTORA CMR FALABELLA S.A.**, a quienes imputa haber infringido el artículo 3 inciso primero letra b), 12 y 35 de la Ley N° 19.496..

SEGUNDO: Que los hechos constitutivos de la infracción, se hacen consistir en que en la pieza publicitaria de la denunciada correspondiente a la campaña del día de la madre no cumplía con la ley. En efecto, el soporte publicitario contiene un párrafo final que señala **“Promoción válida para canje en tiendas Falabella hasta 17 de mayo de 2015 o hasta agotar stock de 100 unidades, fotos referenciales”**.



Concluye el servicio que las infracciones a la ley 19.496 están constituidas por el uso de frases restrictivas, tales como “o agotar stock de 100 unidades” y “fotos referenciales”.

La frase restrictiva “o agotar stock de 100 unidades”, no se ajusta a la ley ya que se traduce en el incumplimiento al deber de informar, como la Ley ordena, el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta, no entregando la certeza debida a los consumidores de la época en que van a estar vigente estas prácticas comerciales, y la frase “fotos referenciales” infringe la ley por cuanto su uso no exime al proveedor del cumplimiento de lo ofrecido, el producto de la imagen no debe ser referencial, sino que debe corresponder al producto que está ofreciendo

TERCERO: Que la denunciada al contestar latamente en su escrito de fojas 93, solicito el rechazo de la denuncia, por los siguientes antecedentes:

- a.- Que la promoción denunciada señala “Promoción válida para canje en tiendas Falabella hasta 17 de mayo de 2015 o hasta agotar stock de 100 unidades, todos referenciales”, y ella no infringe las normas de la ley 19.496, en especial su artículo 35, puesto que los tres conceptos claves son “Duración, Tiempo y Plazo”, analizados bajo su forma etimológica son casi idénticos a la exigencia del precepto legal.
- b.- Que **DURACIÓN** significa: tiempo que dura algo o que transcurre entre el comienzo y el fin de un proceso; **TIEMPO**: Época durante la cual vive alguien o sucede algo y, **PLAZO**: Tiempo señalado para algo
- c.- Que el propio servicio avala que la duración de una oferta o promoción se sujete, alternativamente, a un plazo consistente en una fecha o al término de las unidades iniciales disponibles (stock), lo que ocurra primero, mientras se informe el número de unidades disponibles, lo que se refleja por ejemplo en el evento del 22 de mayo pasado, en que el Servicio señaló: En el caso de la utilización de frases como “hasta agotar stock”, las empresas deben señalar los días que durará la respectiva promoción u oferta, y también detallar el número de productos o servicios disponibles.
- d.- En lo que dice relación la frase “fotos referenciales” parece carente de racionalidad puesto que lo que importa no son las fotografías sino que su contenido, y que el cliente



haya podido canjear, por ejemplo una crema de limpieza facial de 170 gramos o una crema de manos con cera de abejas de 58 gramos, que era lo ofrecido

CUARTO: Que las normas que el Servicio Nacional del Consumidor entiende infringido el artículo 3º, que establece que “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; el artículo 12, que dispone “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; y finalmente, el artículo 35, que señala “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.

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 éste disponer una prestación equivalente en caso de no ser posible el cumplimiento en especie de lo ofrecido.

QUINTO: Que a fin de acreditar sus dichos, la denunciada rindió la documental de fojas 88 y 91, donde la denunciante señala “ En el caso de la utilización de frases como “hasta agotar stock”, las empresas deben señalar los días que durará la respectiva promoción u oferta, y también detallar el número de productos o servicios disponibles”, lo que aplicado al caso particular lleva a concluir que no existen las infracciones denunciadas, por cuanto la frase de publicidad señala “Promoción válida para canje en tiendas Falabella hasta 17 de mayo de 2015 o hasta agotar stock de 100 unidades, fotos referenciales”, es decir, ella dispone de la fecha hasta que durará la oferta, y el número de productos disponibles, en los propios términos recomendados por la autoridad a los consumidores, lo que lleva a concluir que ella cumple tanto con el estándar recomendado por la ley como por el exigido por el SERNAC.



SEXTO: Que en lo que dice relación con las fotos referenciales, existe en la promoción analizada un itemizado o listado de los productos objeto de ella, que en concepto del tribunal, sumado a las fotografías llevan a diferencia de lo que sostiene la denunciante a dar mayor claridad de los productos que están en la oferta, por lo que la denuncia en este aspecto también deberá ser rechazada.

SÉPTIMO: Que en lo que dice relación con la prueba aportada por la denunciante, consiste en el reporte efectuado por el Departamento de Estudios e Inteligencia del propio servicio, que rola a fojas 23, el sentenciador le restará todo valor probatorio, por cuanto el artículo 58 de la ley 19.496, en su letra b) establece que “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.

Corresponderán especialmente al Servicio Nacional del Consumidor las siguientes funciones:

b) Realizar, a través de laboratorios o entidades especializadas, de reconocida solvencia, análisis selectivos de los productos que se ofrezcan en el mercado en relación a su composición, contenido neto y otras características. Aquellos análisis que excedan en su costo de 250 unidades tributarias mensuales, deberán ser efectuados por laboratorios o entidades elegidas en licitación pública.

Que así las cosas, el estudio en que el Servicio funda la denuncia, no cumple con los requisitos que al efecto establece el artículo 58 letra b de la Ley 19.496, por cuanto dicho estudio fue elaborado por el propio SERNAC, infringiendo de esa forma la norma en comento.

OCTAVO: Que apreciados así los hechos conforme a lo que dispone el artículo de la ley 14 de la Ley N° 18.287, el sentenciador concluye que no existen las infracciones denunciadas, por lo que será forzoso rechazar la denuncia de autos.

POR LO QUE SE RESUELVE:

PRIMERO: Que conforme con lo razonado precedentemente, la denuncia de fojas 1 será rechazada, por no existir infracción a las normas de los artículos 3 letras b) 12 y 35 de la Ley 19.496.

SEXTO: Que en lo que dice relación con las fotos referenciales, existe en la promoción analizada un itemizado o listado de los productos objeto de ella, que en concepto del tribunal, sumado a las fotografías llevan a diferencia de lo que sostiene la denunciante a dar mayor claridad de los productos que están en la oferta, por lo que la denuncia en este aspecto también deberá ser rechazada.

SÉPTIMO: Que en lo que dice relación con la prueba aportada por la denunciante, consiste en el reporte efectuado por el Departamento de Estudios e Inteligencia del propio servicio, que rola a fojas 23, el sentenciador le restará todo valor probatorio, por cuanto el artículo 58 de la ley 19.496, en su letra b) establece que “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.

Corresponderán especialmente al Servicio Nacional del Consumidor las siguientes funciones:

b) Realizar, a través de laboratorios o entidades especializadas, de reconocida solvencia, análisis selectivos de los productos que se ofrezcan en el mercado en relación a su composición, contenido neto y otras características. Aquellos análisis que excedan en su costo de 250 unidades tributarias mensuales, deberán ser efectuados por laboratorios o entidades elegidas en licitación pública.

Que así las cosas, el estudio en que el Servicio funda la denuncia, no cumple con los requisitos que al efecto establece el artículo 58 letra b de la Ley 19.496, por cuanto dicho estudio fue elaborado por el propio SERNAC, infringiendo de esa forma la norma en comento.

OCTAVO: Que apreciados así los hechos conforme a lo que dispone el artículo de la ley 14 de la Ley N° 18.287, el sentenciador concluye que no existen las infracciones denunciadas, por lo que será forzoso rechazar la denuncia de autos.

POR LO QUE SE RESUELVE:

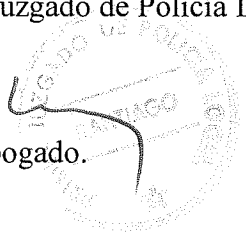
PRIMERO: Que conforme con lo razonado precedentemente, la denuncia de fojas 1 será rechazada, por no existir infracción a las normas de los artículos 3 letras b) 12 y 35 de la Ley 19.496.



SEGUNDO: Que cada parte pagará sus costas

Dictada por Carlos Varas Vildósola, Juez del Primer Juzgado de Policía Local de Santiago.

Autoriza, doña Leticia Lorenzini Basso, Secretaria Abogado.



Santiago, trece de octubre de dos mil dieciséis.

Vistos:

Se reproduce la sentencia en alzada, con excepción de sus fundamentos Quinto a Octavo, que se eliminan.

Y se tiene en su lugar y además presente:

1º.- Que el Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC) se alza en contra de la sentencia por medio de la cual el juez del Primer Juzgado de Policía Local de Santiago rechazó, sin costas, la denuncia efectuada por tal Servicio, por estimar que no se ha infringido la disposición contenida en el artículo 3º inciso primero letra b) de la Ley N° 19.496. El hecho denunciado, consistía en un “Reporte Publicitario relativo al Día de la Madre”, en cuyo párrafo final señalaba: *“Promoción válida para canje en tiendas Falabella hasta 17 de mayo de 2015 o hasta agotar stock de 100 unidades, fotos referenciales”*.

La referida publicidad da cuenta que el tiempo o plazo de duración de la promoción, queda condicionado al stock, lo que produce ambigüedad e incertidumbre acerca de la época y oportunidad en que el consumidor podrá exigir los productos promocionados, infringiéndose de este modo, el deber de información veraz y oportuna de los bienes ofrecidos, que impone el artículo 3º inciso primero letra b), ya citado.

2º.- Que resulta ser un hecho no discutido que el reporte publicitario, fue publicado el día 2 de mayo de 2015 en el periódico La Tercera, en el que se ofrecen en venta diversos productos, con precio de oferta y fotos referenciales y con un stock de 100 unidades, señalándose además, que dicha promoción era válida hasta el 17 de mayo de 2015.

3º.- Que para resolver acerca del tema en comento, es necesario tener presente que la Ley N° 19.496, sobre Protección de Los Derechos de los Consumidores, dispone en su artículo 3° inciso primero letra b), 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.”*

4º.- Que a su vez, el artículo 58 de la misma ley señala que el SERNAC deberá velar por el cumplimiento de las normas de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor. Agregando en su letra g), que le corresponde *“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.”*

5º.- Que, a su turno, el artículo 50 del mismo cuerpo de normas establece en su inciso primero que las acciones que derivan de esta ley, se ejercerán frente a actos o conductas que afecten el ejercicio de cualquiera de los derechos de los consumidores.

6º.- Que, de acuerdo a la normativa señalada, al SERNAC le asiste como función esencial el velar por la protección de los *“intereses generales de los consumidores”*, correspondiéndole velar por la información que se entrega a éste, a objeto de que ella sea veraz y oportuna sobre los bienes ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, en los términos del artículo 3°, antes transcrito.

7º.- Que se suma a lo ya expresado lo dispuesto en el artículo 35 de la referida ley, que señala: *“En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de duración...”*, esto es, ha de entregarse el máximo de información al

consumidor, toda vez que, se trata de atraer a éste para la adquisición de bienes o servicios a precios convenientes, por lo que resulta importante el tiempo o plazo de duración de la oferta.

8º.- Que el hecho de haberse ofertado, a través de la prensa, una promoción de 100 unidades de productos, para lograr la adquisición de ellos por parte de los consumidores, agregando la frase “o hasta agotar stock”, no permite tener la certeza o claridad de la oferta realizada, pues no se ha podido contar con la información sobre el stock disponible. Cabe recordar, que en el caso marras, además se publicaron fotos referenciales. ¿Es que existían 100 productos de cada uno de aquellos que indicaban las fotos referenciales? o, ¿simplemente eran 100 producto en total? Así más ambigua resulta la información. De lo dicho fluye que la información otorgada, ha acarreado una información incierta que infringe el artículo 3º inciso primero letra b) de la Ley N° 19.496. Esta no ha podido ser veraz y oportuna, sino incompleta, inductora a error para el consumidor medio, que no ha podido apreciar con precisión, en su total dimensión, la naturaleza de la oferta, pudiendo tornarse ésta en una publicidad engañosa, poco clara, que vulnera la disposición antes referida.

9º.- Que, en consecuencia, encontrándose acreditados los cargos que motivan la denuncia, de lo cual da cuenta el documento de fojas 22, consistente en la publicidad efectuada en el Diario La Tercera el día 2 de mayo de 2015, ha de concluirse que, al efectuar la publicación mencionada las denunciadas, han incurrido en la infracción referida en el inciso primero letra b) del artículo 3º de la Ley N° 19.496, que se encuentra sancionada en el artículo 24 del mismo cuerpo legal, con multa de hasta 50 unidades tributarias mensuales.

Por estas consideraciones y de conformidad con lo dispuesto en los artículos 32 y siguientes de la Ley N° 18.287, y artículos 50 y 58 letra g) de la Ley N° 19.496, **se revoca** la sentencia apelada de trece de junio de

dos mil dieciséis, escrita a fojas 117, y **en su lugar se declara** que se hace lugar a la denuncia interpuesta a fs. 1 y siguientes por el Servicio Nacional del Consumidor, en contra de Falabella Retail S.A. y de Promotora CMR Falabella S.A., condenándoseles a pagar una multa de 50 Unidades Tributarias Mensuales, y al pago de las costas de ambas instancias.

Regístrese y devuélvase

Redacción de la Ministra señora Solís.

Policía Local 1279-2016.

Pronunciada por la Sexta Sala de esta Il'tma. Corte de Apelaciones de Santiago, presidida por el Ministro señor Leopoldo Llanos Sagristá, conformada por la Ministro señora Gloria Solís Romero y la Ministro (S) señora Elsa Barrientos Guerrero.

Santiago de 26 ENE 2017 de

Notifico a Ud. que en el proceso N° 9488 / 2015 / LM se ha dictado con fecha 19 / Enero / 2017

esta resolución:

Se cumple. Girar el correspondiente boleto de pago.

