

Recoleta, cinco de noviembre de dos mil quince.

VISTOS:

La denuncia infraccional de fs.2 y sgtes. , acta del comparendo de contestación y prueba de fs. 23 y 24, y demás antecedentes del proceso.

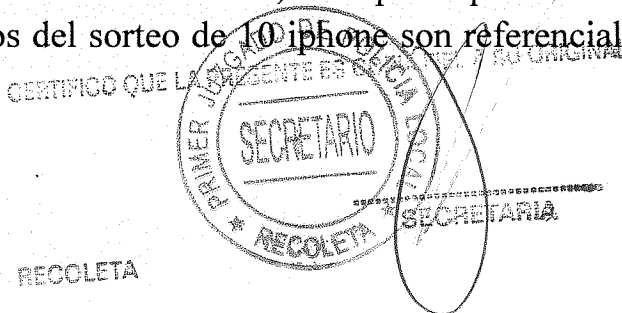
CONSIDERANDO:

1º.- Que don Juan Carlos Luengo Pérez , abogado, en representación del Servicio Nacional del Consumidor y en su calidad de Director Regional Metropolitano del mismo, ambos para estos efectos con domicilio en calle Teatinos N°333 piso 2, comuna de Santiago, denunció a la empresa **CLAROSCURO S.A.** representada por doña Jacqueline Ibáñez, ambas con domicilio en Avenida Lircay N°395, comuna de Recoleta, por contravenir la Ley sobre protección de los Derechos de los Consumidores en su artículos 3º inciso 1º letra b), 12 y 36.

Expuso en su escrito acompañado a fs. 2 y sgtes. de autos, que en el ejercicio de las facultades y obligación que le impone el artículo 58 del mencionado cuerpo legal, al Servicio Nacional del Consumidor, realizaron un monitoreo respecto a la publicidad difundida, tanto a través de medios de prensa como de televisión, detectando que la denunciada lanzó al mercado una campaña publicitaria denominada “VEN Y PARTICIPA EN EL SORTEO DE 10 IPHONE 6* ”, por compras superiores a \$50.000 en uniformes CLAROSCURO, indicando que la promoción es válida desde el 01/01/2015 al 15/03/2015 y que las fotos de los productos del sorteo de 10 iphone son referenciales, difundida por medio de la Revista Ya, en el diario El Mercurio.

Señala la demandante, que a su juicio, que la campaña publicitaria lanzada al mercado por la denunciada, incurre en las siguientes infracciones a Ley N°19.496:

- Contener información en formato de letra chica ilegible por tamaño menor a 2,5 milímetros y en formato vertical, en la parte que señala que “las fotos de los productos del sorteo de 10 iphone son referenciales”,



RECOLETA

afectando el derecho a una información veraz y oportuna, consagrado en el artículo 3 letra b).

- Vulnera la norma relativa a los concursos dispuestas en el artículo 36, debido a que no informa el plazo en que se pueden reclamar, lo que también conlleva a tener que difundir su resultado.
- Incluye frases restrictivas, al indicar que las fotos de los productos son referenciales, lo que en la práctica no exime al anunciante de lo ofrecido por medio de la publicidad, vulnerando de esta forma lo dispuesto en el artículo 12 de la ya citada ley.

2º.- Que el comparendo de contestación y prueba, cuya acta rola en este proceso a fs.23 y 24, se llevó a cabo con la asistencia de los apoderados don Maximiliano Otto Yáñez y don Erick Vásquez Cerda en representación del SERNAC, y por la denunciada CLAROSCURO S.A., se presentó en su calidad de representante legal de la empresa don Miguel Alberto Ramírez Livingston, y además, doña Jacqueline del Carmen Ibáñez Cabrera.

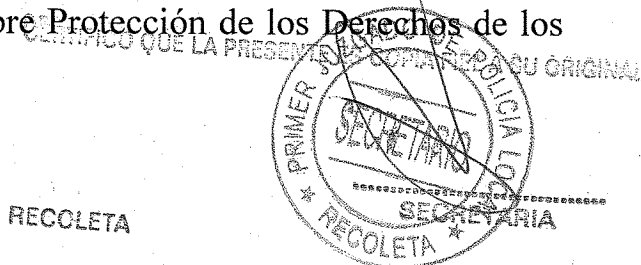
La parte denunciante, el SERNAC, ratificó la denuncia deducida ante este Tribunal y solicitó aplicar el máximo de multas contempladas en la ley, con costas.

La parte de CLAROSCURO S.A., contestó la denuncia infraccional deducida en su contra, admitiendo que efectivamente omitió la fecha de reclamación del concurso, como también reconoció, que el tamaño de la letra, en la frase escrita en forma vertical, era menor a la utilizada en la totalidad del anuncio. En lo que respecta a una posible infracción al artículo 12 de la Ley N° 19.496, al utilizar la palabra “referencial”, alegó que ello sólo se refiere a los colores de los aparatos telefónicos de la publicación.

A continuación, en la misma audiencia, solamente el SERNAC ofreció prueba, reiterando con citación los documentos acompañados en la denuncia.

3º.- Que, a falta de diligencias pendientes, se han traído los autos para dictar sentencia;

4º.- Que de lo relacionado fluye que la decisión de este Tribunal, consiste en determinar, si a luz de lo dispuesto en los artículos 3 letra b) 12 y 36 de la Ley 19.496, sobre Protección de los Derechos de los



Consumidores, la denunciada, **CLAROSCURO S.A.**, incurrió en alguna infracción, al tenor de los hechos expuestos en la motivación 1 de este fallo.

5°.- Que, para tal propósito, resulta necesario tener presente aquí lo que establecen los referidos preceptos legales:

Artículo 3° letra b)

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;

Artículo 12:

Todo proveedor de bienes y 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.

Artículo 36:

Cuando se trate de promociones en que el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, el anunciante deberá informar al público sobre el monto o número de premios de aquéllos y el plazo en que se podrán reclamar. El anunciante estará obligado a difundir adecuadamente los resultados de los concursos o sorteos.

7°.- Que del examen de los antecedentes aportados a esta causa, y de la sola lectura de la publicidad dirigida a los consumidores acompañada en autos foja 1, resulta evidente, y por tanto este Tribunal lo tiene por establecido, que en la promoción que motiva la denuncia del Sernac, se utilizó un formato de letra chica ilegible, por su tamaño y ubicación vertical, en la parte donde señala que “ las fotos de los productos del sorteo de los 10 Iphone son referenciales”, y además, omitió señalar el plazo en que se podrán reclamar los premios. Hechos que, por lo demás la misma contraparte Claroscuro, reconoció al contestar la denuncia deducida en su contra.

8°.- Que, ahora, en lo que respecta al uso de la palabra **referencial**, la denunciada afirma que dicha expresión alude solo a los colores de los iphone. Sin embargo, el Tribunal cree, a contrario de lo que sostiene la demandada, la publicación que anuncia un determinado producto debe ser comprensiva no solo de una de las características -color del

CERTIFICO QUE EL PRESENTE DOCUMENTO ES UNA COPIA FIDEL Y VERDADERA DE SU ORIGINAL



RECOLETA

producto- sino que debe ser alusiva también a todas las demás características relevantes del mismo, lo que en la especie no ocurrió.

9°.-Que, así entonces, en virtud a lo razonado, y al examen de los antecedentes aportados a esta causa, conforme a las exigencias de la sana crítica, este sentenciador tiene la convicción que los derechos de los consumidores fueron vulnerados por la denunciada **CLAROSCURO S.A.**, consagrados en la **Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores**, en sus artículo 3b), 12 y 36.

10°.- Que, conforme a lo expuesto precedentemente, la denunciada contravino , entonces, el artículo 3° letra b), al no entregar una información **veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos**, lo que se tradujo en las siguientes conductas:

- No informar el plazo en que se pueden reclamar los premios, pues, acuerdo al artículo 1° N°3 de la Ley 19496, constituye información básica comercial que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, a través de medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno.
- uso de letra chica y escrita en forma vertical, cuando señala que “las fotos de los productos del sorteo de 10 iphone son referenciales”. Al respecto tenemos que en materia publicitaria se puede entregar información adicional sobre el producto o servicio, en letra chica, pero esta debe cumplir con requisitos de forma en relación a su tamaño, para que sea legítimo su uso. Regulación, que si bien se encuentra en el artículo 17 de la señalada Ley N°19.496, al contemplar que “los contratos de adhesión relativos a las actividades regidas por la presente ley deberán estar escritos de modo claramente legible, con un tamaño de letra no inferior a 2,5 milímetros y en idioma castellano.....”, a juicio de este sentenciador, en el marco de una legislación proteccionista de los derechos de los consumidores, resulta plenamente aplicable para este caso que nos ocupa.

11°.- Que, de otra parte, el uso de la palabra “referencial” respecto del producto ofrecido, se enmarca plenamente en una contravención al artículo 12 de la Ley de Protección a los Consumidores, ya que en esta materia, lo exigible, es que la foto del producto publicitado corresponda



efectivamente a lo ofrecido por el proveedor y no uno referencial, de lo contrario no existiría certeza de su individualización al momento de reclamarlo. En efecto, tal como lo dispone el citado artículo, todo proveedor de bienes y 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.

En armonía con lo señalado precedentemente, el artículo 1545 del Código Civil, establece, que “los contratos deben ejecutarse de **buena fe**, y por consiguiente obligan no sólo a lo que en ellos se expresa, sino a todas las cosas que emanan precisamente de la naturaleza de la obligación, o que por la ley o la costumbre pertenecen a ella.” Precisamente, para este caso que nos ocupa, la buena fe se traduce en publicitar productos con letra clara, legible y con información veraz, respecto del bien que se desea vender, promocionar o sortear, que no dé lugar a creer que es algo referencial.

12º.- Que, además, respecto de las promociones, cuando el incentivo consista en la participación en concursos o sorteos, la ley N°19.496 en su artículo 36, dispuso en forma expresa que se deberá informar el plazo en que se podrán reclamar los premios, información que la denunciada omitió al momento de publicitar su promoción, tal como ha quedado establecido en el considerando 7º de este fallo. Así entonces, de acuerdo a la normativa vigente, el proveedor Claroscuro tenía la obligación legal de proporcionar dicha información, como también a posteriori, de difundir el resultado del sorteo anunciado. Ello con el propósito que los consumidores se desenvuelvan en un espacio de seguridad tanto en el consumo del producto como respecto de los concursos o sorteos publicitados, facilitando su decisión de consumo al poner a su disposición toda la información necesaria y/o relevante para estos efectos.

13º.- Que, en conclusión, conforme a todo lo razonado precedentemente, a juicio este sentenciador ha quedado suficientemente establecido las contravenciones cometidas por la denunciada **CLAROSCURO S.A.**, a la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores, por cuanto no queda más que sancionarla de la manera que se indicará en la parte resolutive de este fallo.

CERTIFICO QUE EL Duplicado DE ESTE DOCUMENTO ES FIEL A SU ORIGINAL



RECOLETA

SECRETARIA



TENIENDO PRESENTE

Lo dispuesto en los artículos 14 y 17 de la Ley 18.287; 12, 3 letra b) y, 12, 17, 24, 36 y 50 y siguientes de la Ley 19.496 y 1545 del Código Civil.

RESUELVO:

1.- Acógrese la denuncia infraccional de fs.2 y sgtes., en cuanto se condena a **CLAROSCURO S.A.**, representada legalmente por don Miguel Alberto Ramírez Livingston, al pago de una multa de **25 UTM** (veinticinco unidades tributarias mensuales), por haber cometido las contravenciones aludidas en los considerandos 9º de este fallo.

La multa deberá pagarse dentro de quinto día bajo apercibimiento de hacer efectivo el cumplimiento de la pena de reclusión en cualquiera de sus modalidades.

2.- Comuníquese al Servicio Nacional del Consumidor conforme a lo dispuesto en el artículo 58 bis de la Ley 19.496.

Notifíquese, regístrese y archívese, en su oportunidad.

Rol N° 170.907-5

DICTADA POR DON EDMUNDO LEMA SERRANO JUEZ TITULAR

**AUTORIZADA POR DOÑA ANTONIETA PATUELLI HODDE
SECRETARIA TITULAR**

