

PROCESO N° 6.023 - 3 - 2016

VITACURA, a cinco de diciembre de dos mil dieciséis

VISTOS:

- Que, a fojas 22 y siguientes, rola denuncia infraccional, interpuesta por el **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR**, representada por doña MARÍA GABRIELA MILLAQUEN URIBE, abogada, en virtud del artículo 58 letra g) de la Ley 19.496, en contra de **SKBERGÉ AUTOMOTRIZ S.A.**, representante de FIAT S.A. en Chile, representado legalmente por don FRANCISCO JAVIER ERRÁZURIZ DOMÍNGUEZ, ambos domiciliados para estos efectos en Avenida Américo Vespucio N°1561, comuna de Vitacura, y en contra de **GUILLERMO MORALES LIMITADA**, RUT 6.518.704-3, representado por GUILLERMO MORALES BRAVO, ambos domiciliados para estos efectos en Juan Montero N°3000, Oficina N°701, Vitacura, por incurrir en infracción a los artículos 3° inciso 1° letra b) en relación al artículo 1° N°3 inciso 1° y 3°, 23 y 32 de la citada Ley, consistente en contener información importante en forma de letra chica inferior a 2,5 mm de contraste deficiente, impidiendo a los consumidores acceder a una información veraz y oportuna como legalmente corresponde;

- Que, a fojas 48 y siguiente, comparece don GUILLERMO MORALES BRAVO, en su calidad de representante legal de GUILLERMO MORALES LIMITADA, C.I. 6.518.704-3, domiciliado en Joaquín Montero N°3000, Oficina N°701, Vitacura, y presta declaración indagatoria, sosteniendo que, no hay ningún menoscabo ni perjuicio a nuestros clientes ni a consumidor alguno; que, ningún consumidor ha interpuesto reclamo alguno al respecto; que la letra donde está el detalle en la publicidad del aviso del 2 de agosto de 2015, es legible para cualquier persona; que, no existe en la ley del consumidor norma que señale cual es la dimensión mínima de la letra, pero que igual se lee perfectamente;

15/02/16
a las 14:30 hrs

- Que, a fojas 73 y siguientes, comparece PABLO MÉNDEZ SOTO, abogado, en representación de SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A., quien presta por escrito declaración indagatoria, señalando que, SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A. no tiene ni ha tenido la representación de FIAT S.A. en Chile, ni en ningún otro país; que, FIAT S.A. de existir, no es la representante de FIAT ni la importadora de dichos vehículos; que, se debe distinguir entre la marca propiamente tal, esto es, FIAT, y su fabricante o importador, representante de los vehículos y de la fábrica en nuestro país; que, la marca FIAT, tampoco se encuentra representada por la sociedad SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A.; que, no siendo SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A. representante de la denunciada FIAT S.A., procede que se excluya a su representada de la presente acción en la calidad indicada; que, por otra parte, el aviso cuestionado no fue encargado, confeccionado, financiado, ni publicado por su representada; que, asimismo, el aviso no incumple la normativa legal existente en la materia, ya que es entendible y no conduce a equívocos; que, desconoce la existencia de reclamos o denuncias relativos al aviso por clientes del concesionario denunciado;

- Que, a fojas 76, con fecha 13 de junio de 2016, rola comparendo de conciliación, contestación y prueba decretado, con la asistencia de la parte denunciante de SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, asistida por su abogado ERICK ROLANDO ORELLANA JORQUERA, de la parte de SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A., asistida por su abogado PABLO RAMÓN MÉNDEZ SOTO, y de la parte de GUILLERMO MORALES LTDA., asistida por su abogada MARÍA CONSUELO DEL CARMEN IBARRA VIDELA; que, la parte de SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A., opone como cuestión de previo y especial pronunciamiento la falta de legitimidad pasiva de su representada, por cuanto tal como señala la denuncia, se ha demandado a SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A. en su calidad de representante de Fiat S.A. en Chile, en circunstancia que la denunciada no tiene ni ha tenido la representación de dicha empresa; que la representante de la marca Fiat en Chile es la sociedad Comercial Ítala S.A., representante de la fábrica en nuestro país, Skbergé tiene un

convenio de administración financiero de las marcas, sin que ello implique su representación para ser emplazada en gestión judicial alguna, siendo el importador y fabricante para todos los efectos Comercial Itala S.A.;

- Que, a fojas 83 y siguientes, SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, evacúa traslado, haciendo presente que, de conformidad a la publicidad acompañada en autos, aparece el logo de SkBergé Automotriz S.A. y el de Fiat, y según lo señalado por la denunciada, en su sitio web, Sk Bergé Automotriz S.A. tiene la representación de la marca Fiat en Chile; que, a mayor abundamiento en la página de Skbergé aparece señalado lo siguiente: “En la actualidad, SKbergé representa en Chile a las marcas Ferrari, Maserati, Alfa Romeo, Fiat, Chrysler, Jeep, Dodge, RAM, SsangYong, Mitsubishi, Infiniti, Chery y Tata”, por lo que en base a ello les resulta ilógico que la denunciada oponga excepción de falta de legitimidad pasiva, desconociendo la información otorgada en su sitio web a los consumidores; que, se puede hacer un símil con el artículo 50 C y 50 D de la ley 19.496, en cuanto para los efectos de esta ley se presume que representa al proveedor, y que en tal carácter lo obliga, la persona que ejerce habitualmente funciones de dirección o administración por cuenta o representación del proveedor a que se refiere el artículo 50 D;

- Que, a fojas 88 el Tribunal, previo a resolver, ordena al denunciante aclarar si la denuncia infraccional de autos la interpone en contra de SkBergé Automotriz S.A. en su calidad de representante de la sociedad Fiat S.A. o en su calidad de vendedor oficial de la marca de automóviles “Fiat” en Chile;

- Que, a fojas 95 y 96, SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, cumple lo ordenado, precisando que se denuncia a la empresa SkBergé Automotriz S.A. en su calidad de representante de la marca Fiat en Chile, aptitud que queda de manifiesto en los documentos acompañados a dicha presentación;

- Que, a fojas 97 y siguientes, el Tribunal resuelve no dar lugar a la excepción de falta de legitimidad pasiva de SkBergé Automotriz S.A., opuesta como cuestión de previo y especial pronunciamiento;

- Que, a fojas 136 y siguientes, con fecha 16 de septiembre de 2016, rola continuación de comparendo de conciliación, contestación y prueba decretado, con la asistencia de la parte denunciante de SERNAC, asistida por su abogado SINAI EMILIO TOSSO VÁSQUEZ, de la parte de SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A., asistida por su abogado PABLO RAMÓN MÉNDEZ SOTO, y de la parte de GUILLERMO MORALES LTDA., asistida por su abogado MANUEL JESÚS SUÁREZ NAVIA; que, la parte de SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A. viene en contestar por escrito la denuncia infraccional, solicitando su rechazo, por no ser efectivos los hechos en que se funda; que, conforme la infracción atribuida a la denunciada consistente en que el Aviso que contiene información importante en forma de letra chica inferior a 2,5 mm de contraste deficiente, el denunciante incorpora a su acción una reducción del mismo; que, tal Aviso fue publicado en casi media página del Diario El Mercurio, siendo sus proporciones absolutamente mayores a las que aparecen en la denuncia, resultando del todo legible para cualquier persona, no existiendo infracción alguna a las normas; que, asimismo, se denuncia un tamaño de letra inferior a 2,5 mm, pero no existe tal disposición, tal es así, que no se señala la norma que contendría tal exigencia; que, de conformidad al artículo 9 del Código de Ética Publicitaria del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), las “citas aclaratorias”, se utilizan para entregar información adicional sobre una palabra o concepto, y que los textos en letra chica, sólo pueden ser usados para entregar información adicional sobre una palabra o concepto, o para informar sobre materias que por su extensión o importancia relativa no merecen destacarse con igual énfasis que los llamados textos principales; y que los textos en “letra chica” deben tener un tamaño y una disposición que permitan su fácil lectura y comprensión; que el Aviso publicado cumple a cabalidad con tal disposición; que por tales fundamentos solicita se dicte sentencia

absolutoria o en subsidio se aplique a esta el mínimo de sanción, por cuanto se trata de un Aviso y no existe un consumidor afectado; que, asimismo, la parte de GUILLERMO MORALES LTDA., contesta por escrito la denuncia infraccional de autos, solicitando su rechazo, por cuanto toda la información contenida en el Aviso es legible y veraz, no incurriéndose en falsedad alguna; que, la demandada además sostiene en su denuncia que la letra chica contiene información importante, radicada en el stock de autos disponibles, y que esta no tiene la dimensión de la letra exigida por la ley para el Contrato de Adhesión; que, al momento de explicitar el problema, la denunciante se limita a sostener que la letra chica contiene información importante pero no que fuere falsa; que la denunciada publica constantemente avisos en el Mercurio, por lo que resulta asombroso que la denunciante haya tomado uno de miles imputándole carecer a esta parte de información veraz y oportuna; que, en definitiva la denunciada no ha infringido el artículo 1 ni tampoco el artículo 3 letra b) de la ley, pues le fue informado al consumidor las características relevantes del vehículo en las ventas de los vehículos materia del aviso; que, el aviso es comprensible y legible, y que la denunciante no indica de algún reclamo por parte de algún consumidor que hubiere sufrido menoscabo a raíz de la publicidad que les ocupa; que, se les imputa “engañar” o “inducir” al error, en elementos básicos de un bien; que, sin embargo, la denunciada no ha indicado cuales son las características relevantes del bien que su parte ha falseado o las que ha omitido, induciendo a error o engaño; que, no lo hace la denunciada, por cuanto se limita a señalar que la letra chica contiene información importante, pero que de la sola lectura se constata que no son las características relevantes del bien sino información relacionada con la fecha en que termina la promoción, el número máximo de unidades de cada tipo de auto que se venderán con bono, entidad financiera que otorga el crédito automotriz, información perfectamente legible; que, la ley del consumidor sólo trata de la dimensión de la letra chica, para los contratos de adhesión, por lo que la sanción aplicada a este tipo de infracción no podría ser aplicada para la emisión de un aviso publicitario en virtud del principio de la legalidad,

siendo una de sus manifestaciones el principio de la tipicidad, aplicable no sólo a los delitos sino también a las faltas; que, atendido a que la denunciante no indica cual información sería falsa, imputa en forma genérica la "falta de profesionalismo" para atribuir la falta; que, la publicidad engañosa exige inducción al error o al engaño de las características relevantes del bien, lo que no está en la letra chica, y la ley además exige el menoscabo, lo que tampoco existe; reclama la denunciada la falta de proporcionalidad de las penas solicitadas, toda vez que, la dimensión de la letra no se encuentra en la normativa supuestamente infringida y tampoco hay un tipo penal o infraccional en el que el aviso se encuadre como para ser sancionado en la forma indicada; que, por tanto, solicita se rechace la denuncia y se absuelva al denunciado, y en subsidio se aplique la pena mínima; que las partes denunciante como denunciada, acompañan prueba documental, según consta en autos;

- Que, a foja 139, con fecha 14 de noviembre de 2.016, se ordenó traer los autos a la vista para dictar sentencia;

CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO

1.- Que, son hechos sustanciales, pertinentes y no controvertidos en autos, los siguientes: **a)** Que, la denunciada, GUILLERMO MORALES LTDA., publicó el día 2 de agosto de 2015, a través del diario "El Mercurio", una pieza publicitaria que corresponde a la campaña denominada "BONOS PASSIONE", que hace referencia a la venta promocional de dos automóviles marca Fiat; **b)** Que, dicha pieza publicitaria, contiene, entre otros, los logos correspondientes a la marca SKB, MOBILE y SANTANDER; **c)** Que, con una letra de menor tamaño, se incluye un párrafo en el aviso publicitario que hace referencia a: plazo de vigencia de la promoción, características de los vehículos objeto de la oferta, información acerca del bono y las condiciones para

obtenerlo, precio de los vehículos sin bono, condiciones del financiamiento, y restricciones de la promoción;

2.- Que, para acreditar y fundamentar sus alegaciones, la denunciante rindió, la siguiente prueba documental, a saber: **1)** Reporte publicitario "Análisis de la publicidad de la industria automotriz en medios de prensa escrita de circulación nacional, período del 17 de Julio al 03 de Agosto de 2015", que rola a fojas 7 a 20, ambas inclusiva; **2)** Página N°28 del diario El Mercurio del día 02 de Agosto de 2015, donde consta la publicidad de Guillermo Morales Ltda., que rola a fojas 21;

3.- Que, para acreditar y fundamentar sus alegaciones, la denunciada, **SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A.**, rindió, la siguiente prueba documental, a saber: **1)** Copia del Código de Ética de la Comisión Nacional de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), en el cual en el Art. 9 hace referencia a la letra chica en publicidad, rolante a fojas 113 y siguientes; que, por su parte, la denunciada, **GUILLERMO MORALES LTDA.**, rindió, la siguiente prueba documental: **1)** Acompañó el Aviso de la página A 21 publicado el 02 de Agosto de 2015 en el diario El Mercurio de Santiago, rolante a fojas 135;

4.- Que, la denunciante imputa a las denunciadas incurrir en graves faltas a la Ley de Protección al Consumidor en relación a la pieza publicitaria rolante a fojas 21, consistentes en contener información importante en forma de letra chica inferior a 2,5 mm de contraste deficiente, impidiendo a los consumidores acceder a información veraz y oportuna como legalmente corresponde, infringiendo con ello los artículos 3° inciso 1° letra b) en relación al artículo 1° N°3 inciso 1° y 3°, 23 y 32 de la ley 19.496;

5.- Que, en primer lugar, analizada la pieza publicitaria de autos, rolante a fojas 21 y 135, quién realiza la promoción es el denunciado, **GUILLERMO MORALES LTDA.**; que, dicho denunciado, en su escrito

de contestación a la demanda, rolante a fojas 106 y siguientes, reconoce su autoría al señalar: *“Preciso es hacer presente a SS., que mi representada publica constantemente en El Mercurio avisos publicitarios y por ende resulta asombroso que la denunciante haya tomado uno de los miles que se publican imputando a mi parte carecer de información veraz y oportuna”;*

6.- Que si bien, se puede concluir de los antecedentes tenidos a la vista que, **SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A.** representa a la marca FIAT en Chile, y en el aviso en cuestión aparece su logo, no resulta ser quién promociona en definitiva la venta de los vehículos marca Fiat a través del aviso publicitado en El Mercurio el día 02 de agosto de 2015; concordante con lo anterior, dicho denunciado, en su escrito de fojas 73 y siguientes, sostiene: *“Sin perjuicio de lo señalado, esto es, que SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A., no es representante de la denunciada FIAT S.A., hago presente a US, que el aviso cuestionado no fue encargado, confeccionado, financiado, ni publicado por mi representada.”;*

7.- Que, analizada la información publicada en el Aviso rolante a fojas 21, respecto de la cual se utiliza una letra de menor tamaño, esta hace referencia a: **plazo de vigencia de la promoción, al número de unidades disponibles de los bienes ofertados, a las características relevantes del bien ofertado** (modelo, cilindrada), **al precio de los automóviles ofertados, con y sin bono, a las condiciones para acceder al bono**, como a las **restricciones de la oferta**; que dicha comunicación constituye información básica comercial, esto es, información considerada esencial en la promoción de venta de los vehículos, que debe ser suministrada al público, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 3° letra b) en relación con los artículos 1° incisos 1°, 3° y 4°, y artículo 35 todos de la ley 19.496, que disponen: **Artículo 3°.- 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 1° incisos 1°, 3° y 4°:** “Para los efectos de esta ley se entenderá por: 3.- **Información básica comercial:** los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica. En la venta de bienes y prestación de servicios, se considerará **información comercial básica**, además de lo que dispongan otras normas legales o reglamentarias, **la identificación del bien o servicio que se ofrece al consumidor**, así como también los instructivos de uso y los términos de la garantía cuando procedan. Se exceptuarán de lo dispuesto en este inciso los bienes ofrecidos a granel. La información comercial básica deberá ser suministrada al público por **medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno.**”;
Artículo 35: “En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor **sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración**”;

8.- Que, en relación a la infracción que se le imputa a las denunciadas, esto es, contener el Aviso Publicitario en cuestión, información importante en forma de letra chica inferior a 2,5 mm de contraste deficiente, impidiendo a los consumidores acceder a una información veraz y oportuna, como legalmente corresponde, efectivamente, el tamaño de la letra utilizada para dicha información, que constituye información básica comercial como ya se indicó, resulta ser inferior a 1 milímetro, lo que dificulta de manera importante al consumidor su lectura, afectando y limitando el acceso claro a la información que necesariamente debe ser suministrada al público, infringiéndose de esta forma lo dispuesto en los artículos **artículo 3 inciso 1° letra b) en relación con el artículo 1° N°3 inciso 1°, 3° y 4° y artículo 35 de la Ley 19.496;**

9.- Que, si bien, el tamaño mínimo de la letra está regulada en la Ley 19.496 a propósito de los contratos de adhesión, el objeto que inspira dicha restricción no es otro que el de proteger al consumidor en esta relación de desequilibrio existente con el proveedor, de modo que

obtengan en forma cierta, clara, eficaz, objetiva y suficiente la información necesaria y esencial de los bienes y productos o servicios ofrecidos; que ciertamente la letra pequeña utilizada en la pieza publicitaria de autos, inferior a 1 mm, atenta claramente contra una información clara, oportuna, transparente y veraz, exigencias que derivan **de los principios de la buena fe, de la libertad contractual y del principio de la autonomía de la voluntad que deben imperar en las relaciones contractuales entre proveedores y consumidores, y que se encuentran recogidos en las disposiciones de la ley 19.496, como asimismo garantizados en nuestra Constitución Política;** que por esta razón la alegación de la denunciada, **GUILLERMO MORALES LTDA.**, en cuanto a que el tamaño de la letra se encuentra normada a propósito de los contratos de adhesión y el aviso no constituye un contrato de adhesión por lo que no corresponde para este caso la aplicación de la sanción, deberá ser desechada;

10.- Que, la exigencia de “información y transparencia” exigidos a los proveedores por la normas y principios antes aludidos, se fundamentan en la desigualdad de información existente entre las partes; acá estamos en presencia de un proveedor de reconocida y larga trayectoria en el mercado automotriz, especialista por tanto en dicho rubro, **por lo que dispone de toda la información sobre las características esenciales de los productos y servicios ofrecidos;**

11.- Que, en este mismo orden de ideas, resulta entonces exigible para un proveedor especialista en su rubro, que realiza una promoción a través de una pieza publicitaria, aplicar el mayor celo y rigurosidad tanto en la forma como en el contenido de lo que se está informando de modo de no inducir a error al consumidor y con ello limitar su libertad en la elección del bien ofrecido; esto resulta de la mayor importancia, tratándose de promociones, donde el proveedor intentará captar la atención del consumidor con algún beneficio especial o distinto al que existe de ordinario, que por su naturaleza además es transitoria; que en relación a los hechos investigados, el proveedor no fue lo

suficientemente acucioso ni diligente frente al consumidor al promocionar la venta de dos productos utilizando en su publicidad un tamaño de letra que dificulta al consumidor su lectura y debida comprensión, considerando además que el contenido en dicho párrafo resulta ser de la mayor relevancia por cuanto contiene los elementos esenciales de la promoción como sus restricciones;

12.- Que nuestros Tribunales Superiores de Justicia, han entendido en innumerables fallos, la importancia de lo regulado en el **artículo 3 inciso 1° letra b) en relación con el artículo 1° N°3 inciso 1°, 3° y 4° de la Ley 19.496**, sancionando al proveedor que infringe tales artículos; así por ejemplo nos encontramos con el fallo **de fecha 8 de marzo de 2011, dictado por la Corte de Apelaciones de Santiago**, que en su considerando 7° y 8°, dispone lo siguiente: “7°) *Que, como se ha dicho, la denunciada no cumple con los supuestos informacionales obligatorios, pues no entrega información relevante sobre condiciones y operatoria de la oferta, pero tampoco cumple con la obligación referida a que la publicidad debe estar escrita de modo legible y con un tamaño de letra no inferior a 2,5 milímetros*, lo que representa un inconveniente o una limitación a la hora de hacer efectivo el derecho irrenunciable otorgado al consumidor por esta oferta. Consecuentemente, la promesa publicitaria de la denunciada, al utilizar en un tamaño considerablemente inferior la frase “Solo consumo familiar, no incluye compras facturas”, en definitiva, **lo que hace es desvirtuar y limitar el sentido del ofrecimiento principal e importa falta de información veraz y oportuna**, e induce a engaño al público consumidor. 8°) *Que, por lo razonado precedentemente, se deberá acoger la denuncia infraccional del Servicio Nacional del Consumidor deducida en lo principal de fs.6.*

13.- Que, por su parte, la denunciada, **SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A.**, sostiene que de conformidad al artículo 9 del Código de Ética Publicitaria del Consejo de Autorregulación y Ética Publicitaria (CONAR), las “citas aclaratorias”, se utilizan para entregar información

adicional sobre una palabra o concepto, y que los textos en letra chica, sólo pueden ser usados para entregar información adicional sobre una palabra o concepto, o para informar sobre materias que por su extensión o importancia relativa no merecen destacarse con igual énfasis que los llamados textos principales; y que los textos en "letra chica" deben tener un tamaño y una disposición que permitan su fácil lectura y comprensión; que, al respecto, como ha quedado demostrado en los considerandos precedentes, la información entregada con letra disminuida, inferior a 1 mm, en el Aviso Publicitario en cuestión, no constituyen "citas aclaratorias", toda vez que contiene información esencial de la promoción e incluye restricciones a la misma, por lo que, de conformidad al inciso 3° del señalado artículo 9° del Código de Ética Publicitaria, esta información **no puede tomar la forma de "letra chica", y deben ser exhibidas o expresadas de manera clara, comprensible y destacada**, lo que resulta ser consistente con lo expresado en relación a lo dispuesto en la ley 19.496;

14.- Que, por su parte, la denunciada, **GUILLERMO MORALES LTDA.**, sostiene que esta no ha infringido el artículo 1 ni tampoco el artículo 3 letra b) de la ley, pues le fue informado al consumidor las características relevantes del vehículo en las ventas de los vehículos materia del aviso publicitario; que, al respecto, efectivamente el aviso contiene las condiciones de la oferta como sus restricciones, pero lo hace utilizando una letra de inferior tamaño, menor a 1 mm, por lo que resulta poco legible para el consumidor; sostiene también la denunciada que, el aviso es comprensible y legible, y que la denunciante no indica de algún reclamo por parte de algún consumidor que hubiere sufrido menoscabo a raíz de la publicidad que les ocupa; que, a este respecto, para que exista infracción a la ley de protección al consumidor, no es necesario que se materialice el acto infraccional, tal como lo dispone don Pablo Rodríguez Grez, Abogado y Profesor de Derecho Civil, en su libro "Derecho del Consumidor, Estudio Crítico", a propósito del artículo 3° letra b) de la ley 19.496, página 16, segundo párrafo, al señalar: "No cabe duda de que el derecho que asiste al consumidor apunta a las

denominadas "tratativas preliminares", puesto que lo que persigue es imponer al oferente la obligación de suministrar todos los antecedentes necesarios para contratar. Por consiguiente, si el proveedor oculta o distorsiona la información de que dispone sobre los productos que expende, incurrirá en responsabilidad.";

15.- Que, por otra parte, la denunciante imputa también a las denunciadas infringir el artículo 23 de la ley 19.496, que dispone: "Artículo 23.- "Comete infracción a las disposiciones de la presente ley el proveedor que, en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio."; que, como señala la norma, esta dice relación con la protección al consumidor en materias de seguridad y calidad del bien o servicio ofrecido, materias que no dicen relación con los hechos investigados en autos, por lo que no corresponde su aplicación;

16.- Que, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 58 letra g) de la Ley 19.496, que dispone: "El Servicio Nacional del Consumidor debe 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 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.", a este Servicio le asistiría el derecho a hacerse parte en aquellas causas que comprometan los intereses generales, actuando en defensa de los derechos de los individuos en su condición de integrantes de una Sociedad determinada, cuyos intereses denuncia comprometidos de acuerdo al tenor de lo indicado en los Considerandos anteriores, en conformidad a las atribuciones que la propia Ley 19.496 le franquea;

17.- En virtud de los considerandos precedentes, en la especie, el denunciado, **GUILLERMO MORALES LTDA.**, ha infringido los artículos 3 inciso 1° letra b) en relación con el artículo 1° N°3 incisos 1°, 3° y 4°, y artículo 35, todos de la ley 19.496; que, al respecto el artículo 24 de la Ley 19.496 dispone: ***“Las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 50 unidades tributarias mensuales, si no tuvieren señalada una sanción diferente”***;

18.- Que, de acuerdo a lo señalado en el artículo 14 inc.1 de la Ley N° 18.287, el Juez apreciará la prueba y los antecedentes de la causa, de acuerdo con las reglas de la sana crítica, y que al apreciar la prueba de acuerdo con dichas reglas, conforme a lo señalado en el inc.2, 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 convenza al sentenciador.

19.- Que, en la especie, de los antecedentes allegados a la causa, ponderados en la forma señalada por la disposición legal transcrita, emanan pruebas múltiples, graves, precisas, concordantes y conexas, que conducen lógicamente a concluir a este Sentenciador que **GUILLERMO MORALES LIMITADA**, representada por GUILLERMO MORALES BRAVO, ambos domiciliados para estos efectos en Juan Montero N°3000, Oficina N°701, Vitacura, incurrió en infracción a los artículos 3° inciso 1° letra b) en relación al artículo 1° N°3 inciso 1°, 3° y 4° y 35 de la Ley 19.496, consistente en contener información importante en formato de letra chica, inferior a 2,5 mm de contraste deficiente, afectando y limitando el acceso claro a la información que necesariamente debe ser suministrada al público e impidiendo por tanto a los consumidores acceder a una información veraz y oportuna como legalmente corresponde, por lo cual este Sentenciador considera

procedente acoger el denuncia de fojas 22 y siguientes, y dictar sentencia condenatoria en contra del denunciado;

20.- Que, respecto al denunciado, SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A., representada legalmente por don FRANCISCO JAVIER ERRÁZURIZ DOMÍNGUEZ, ambos domiciliados para estos efectos en Avenida Américo Vespucio N°1561, comuna de Vitacura, este Sentenciador procederá absolverlo en la parte resolutive de este fallo, de conformidad a los fundamentos del considerando 6°;

Por estas consideraciones y teniendo presente lo dispuesto artículos 3° inciso 1° letra b) en relación al artículo 1° N°3 inciso 1°, 3° y 4°, 24 y 35 de la Ley 19.496; artículos 14, 17 y 23 de la Ley N°18.287; y lo señalado en la Ley N° 15.231;

SE DECLARA

PRIMERO: QUE, SE CONDENA A GUILLERMO MORALES LIMITADA, representada por GUILLERMO MORALES BRAVO, ambos domiciliados para estos efectos en Joaquín Montero N°3000, Oficina N°701, Vitacura, al pago de una multa de **VEINTE UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES a beneficio fiscal**, por infringir lo dispuesto en los artículos 3° inciso 1° letra b) en relación al artículo 1° N°3 inciso 1°, 3° y 4°, y artículo 35 de la Ley 19.496.

SEGUNDO: QUE, SE ABSUELVE A SK BERGÉ AUTOMOTRIZ S.A., representada legalmente por don FRANCISCO JAVIER ERRÁZURIZ DOMÍNGUEZ, ambos domiciliados para estos efectos en Avenida Américo Vespucio N°1561, comuna de Vitacura, de conformidad al considerando 20.

ANÓTESE

NOTIFÍQUESE PERSONALMENTE O POR CÉDULA.

DESPÁCHESE ORDEN DE RECLUSIÓN NOCTURNA EN CONTRA DE GUILLERMO MORALES BRAVO, EN SU CALIDAD DE REPRESENTANTE LEGAL DE GUILLERMO MORALES LIMITADA, SI NO PAGARE LA MULTA IMPUESTA, DENTRO DE QUINTO DÍA, POR VÍA DE SUSTITUCIÓN Y APREMIO.

REMÍTASE COPIA AUTORIZADA DE LA PRESENTE SENTENCIA, AL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, EN CUMPLIMIENTO A LO DISPUESTO EN EL ARTÍCULO 58 BIS, DE LA LEY N° 19.496.

CERTIFÍQUESE Y ARCHÍVESE EN SU OPORTUNIDAD.

Dictado por don Patricio Ampuero Cortés, Juez



Autoriza Natalia Vicuña Lambert, Secretaria Abogado

Santiago, catorce de agosto de dos mil diecisiete.

Vistos:

Reproduciendo el fallo en alzada con excepción de sus fundamentos 7, 8, 9, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17 y 19, que se eliminan, y teniendo en su lugar presente:

Primero: Que el cargo que se imputa a la denunciada es haber publicitado una promoción utilizando una letra de tamaño menor a 2,5 mm., lo que no permite a los consumidores acceder a información veraz y oportuna, por lo que se configura la infracción al artículo 3° inciso 1° letra b), en relación con el artículo 1° número 3, incisos 1° y 3°; artículos 32 y 23, inciso 1°, de la Ley 19.496.

Como la denunciada negó tal cargo, sosteniendo que la obligación relativa al tamaño de la letra lo es sólo respecto de los contratos de adhesión y que no ha infringido norma alguna en la publicidad hecha, corresponde pronunciarse, en primer lugar, sobre la obligación que Sernac entiende incumplida.

Segundo: Que el juez a quo, si bien reconoce que la obligación relativa al tamaño de la letra rige para tales contratos, sostuvo que el objeto de esta norma no es otro que proteger al consumidor en la "... relación de desequilibrio existente con el proveedor.." de modo que obtenga "...en forma cierta, clara, eficaz, objetiva y suficiente la información necesaria y esencial de los bienes y productos o servicios ofrecidos...". Concluyó señalando que "...el proveedor no fue lo suficientemente acucioso ni diligente frente al consumidor...".

Tercero: Que al tenor de lo dicho, el sustento de la sanción impuesta es la infracción a una normativa, que como el propio sentenciador reconoce, dice relación con una materia determinada, por lo que hacerla aplicable a un caso no previsto por la ley, requería fundar debidamente la decisión, no bastando con señalar que con ella se busca proteger al consumidor en una relación de desequilibrio, pues no se divisa cómo, tratándose de un aviso publicitario, ella puede



LJTHCCZXGX

manifestarse, ni tampoco aludir a lo que constituye el objetivo central de toda la normativa que contempla la Ley 19.496, como lo es la protección del consumidor. Lo anterior era especialmente necesario ya que en este caso se sanciona, imputándose una infracción, a quien no es el sujeto activo de la norma.

Por otra parte, se concluye en la sentencia que está acreditada la infracción al artículo 3° de la referida ley, que consagra derechos del consumidor, entre otros, el tener una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos. Como el único hecho que configuraría esta infracción sería el relativo al tamaño de la letra del aviso publicitario, cuando tal exigencia no le es aplicable, sólo cabe concluir que no resulta posible mantener la sanción impuesta, puesto que, además, del examen del aviso en cuestión, no aparece que adolezca de las deficiencias que el sentenciador le atribuye.

Por estas consideraciones, **se revoca** la sentencia apelada de cinco de Diciembre de dos mil dieciséis, escrita a fs. 140 y siguientes y en su lugar se declara que se rechaza la denuncia infraccional hecha en contra de "Guillermo Morales Limitada", sin costas.

Regístrese y devuélvase.

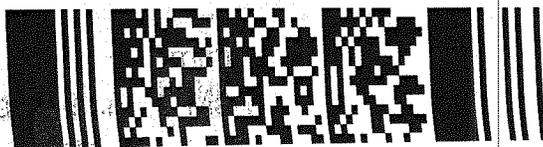
Redacción del ministro Carlos Gajardo Galdames.

Rol N° 338-2017

Pronunciada por la **Primera Sala de la Corte de Apelaciones de Santiago**, presidida por el ministro señor Carlos Gajardo Galdames e integrada, además, por el ministro (S) señor Pedro Advis Moncada y la abogada integrante señora María Cecilia Ramírez Guzmán. No firma el ministro (S) señor Advis, quien concurrió a la vista de la causa y al acuerdo, por haber cesado sus funciones en esta Corte.

CARLOS FERNANDO GAJARDO
GALDAMES
MINISTRO
Fecha: 14/08/2017 10:24:28

MARIA CECILIA DEL PILAR RAMIREZ
GUZMAN
ABOGADO
Fecha: 14/08/2017 10:33:14



LJTHCCZXGX

FABIOLA KARINA CORNEJO
CASTILLO
MINISTRO DE FE
Fecha: 14/08/2017 14:07:54



LJTHCCZGX

Santiago, treinta de octubre de dos mil diecisiete.

A los escritos folios 79691-2017 y 79709-2017: téngase presente.

Vistos y teniendo presente:

1°.- Que del mérito de autos, lo informado por los recurridos y los antecedentes tenidos a la vista del Segundo Juzgado de Policía Local de Vitacura, Rol N° 6023-2016, aparece que los sentenciadores, al dictar la resolución cuestionada, se han ajustado al mérito de la discusión planteada en las instancias, dejando constancia de los razonamientos de hecho y de derecho que sustentan su decisión, interpretando y dando aplicación a las disposiciones legales atinentes a la materia, por lo que dicho ejercicio, efectuado dentro de sus facultades jurisdiccionales, no puede constituir una falta o abuso grave que amerite la interposición de un recurso de la naturaleza de que se trata, advirtiéndose sólo una distinta apreciación de los antecedentes por parte de la quejosa respecto de la efectuada por los jueces recurridos, en cuyo planteamiento ni siquiera se reprocha que los jueces, al desarrollar esa labor de ponderación, hubiesen desatendido o contravenido las reglas de la sana crítica que rige la valoración de la prueba en este procedimiento.

2°.- Que, en tal entendimiento, la decisión de los recurridos, contrastada con las argumentaciones de la quejosa, claramente representa una diferencia en la interpretación, divergencia que no amerita acoger el recurso y, con ello, aplicar medidas disciplinarias a los jueces de alzada.

Por estas consideraciones y de conformidad, además, con lo dispuesto en el artículo 549 del Código Orgánico de Tribunales, se **rechaza**, el recurso de queja deducido por el abogado Sr. Erick Rolando Orellana, en representación del Servicio Nacional del Consumidor.

Regístrese, devuélvase su agregado, hecho, archívese.

Rol N° 37.389-17.



Pronunciado por la Segunda Sala de la Corte Suprema integrada por los Ministros (as) Carlos Künsemüller L., Jorge Dahm O., Arturo Prado P. y los Abogados (as) Integrantes Jaime Del Carmen Rodríguez E., Leonor Etcheberry C. Santiago, treinta de octubre de dos mil diecisiete.

En Santiago, a treinta de octubre de dos mil diecisiete, se incluyó en el Estado Diario la resolución precedente.

Este documento tiene firma electrónica y su original puede ser validado en <http://verificadoc.pjud.cl> o en la tramitación de la causa.



BTJXCXCSQB



VITACURA, 21 de Noviembre de 2.017

NOTIFICO que en el proceso 6.023 - 3/2016

SE HA DICTADO CON FECHA 21 de Noviembre de 2.017

LA SIGUIENTE RESOLUCION:

Se deja constancia que se recibió del la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago causa N° 338-2.017.-

Cúmplase.-

NOTIFIQUESE.-



Secretaria Abogada