

PRIMER JUZGADO DE
POLICIA LOCAL
LAS CONDES

ROL Nº 11.482-2015-15

LAS CONDES, a veinte y cinco de Noviembre de dos mil quince.-

VISTOS:

Estos antecedentes, denuncia de fs. 33 y siguientes, de fecha 23 de Junio de 2015, interpuesta por el **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR** (en adelante, el **SERNAC**), domiciliado en calle Teatinos Nº 333, piso 2, basada en los hechos que relata y documentos que acompaña, en contra de **L'OREAL CHILE S. A. (VICHY)**, representada por Antony James Ponsford, domiciliados en Avenida Apoquindo Nº 3885, piso 2, comuna de Las Condes; según rectifica a fs. 63; y que en estos autos se trata de determinar la responsabilidad que correspondiere por supuesta infracción a la Ley Nº 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores (en adelante, la LPC, o, simplemente, la Ley), en circunstancias que:

A fojas 53 y siguientes la denunciante relata los hechos fundantes de la denuncia y al respecto expresa que en el periodo que va del 27 de Abril al 5 de Mayo de 2015 se registraron un total de 58 piezas publicitarias de 49 empresas que exhibieron productos vinculados al Día de la Madre, producto de lo cual de detectó que la pieza publicitaria de la denunciada correspondiente a la campaña **"Todos los días, Feliz Día Mamá"**, difundida por el medio de la Revista Ya del diario El Mercurio, de fecha 5 de Mayo de 2015, no se ajustaba a la ley, ya que, al final del soporte y en letra chica se señala **"Promoción válida en locales adheridos y/o hasta agotar stock. No acumulable con otras ofertas, promociones. Pack Idéalia disponible solamente en farmacias Cruz Verde"**, incurriendo en las siguientes infracciones: **No informa tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta; Utiliza frase restrictiva como es "...y/o hasta agotar stock"**; **No informa locales adheridos**. Finalmente le imputa que con motivo de ello ha infringido el artículo 3 inciso 1º letra b) en relación al artículo 1º números 1, 3 y 4; el artículo 28 letra c) y el artículo 35 de la Ley Nº 19.496.

A fs. 55 la denunciada declara que es efectivo que efectuó la publicación señalada en la revista indicada, agregada a fs. 7, la cual, sin embargo, no infringe las normas de la Ley 19.496, por lo que controvierte la denuncia en todas sus



partes, reservándose el derecho a hacer los descargos en la oportunidad procesal correspondiente.

A fs. 107, con fecha 20 de Octubre de 2015, se llevó a cabo la audiencia de conciliación, contestación y prueba, con la asistencia de los apoderados de la parte denunciante y denunciada, ocasión en que llamadas a conciliación, ésta no se produjo, luego de la cual la denunciante procedió a ratificar su acción, solicitando que sean acogidas en todas sus partes, en tanto que la parte denunciada contestó por escrito, que corre agregado a fs. 77 y siguientes, argumentando que la información cuestionada es veraz, ya que los productos se comercializaron exclusivamente en farmacias, la información fue entregada de manera oportuna a través de un medio idóneo para obtener un acceso claro, expedido y oportuno a dicha información, y, si bien no se enumeró los locales, ello era absolutamente impracticable, toda vez que, sólo considerando ciudades capitales de provincia, existen aproximadamente 300 locales de farmacia, además que la publicidad referida no reviste los caracteres de engañosa respecto de las cualidades o características del producto, lo cual no es aplicable a la falta de indicación del tiempo o plazo de duración de la promoción, la cual se efectuó dentro del marco de la celebración del Día de la Madre, determinando con ello el periodo de la promoción, esto es, hasta el 10 de Mayo de 2015.

En cuanto a prueba testimonial las partes no rindieron y, en cuanto a 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 en estos autos se trata de establecer la responsabilidad que correspondiere a **L'OREAL CHILE S. A. (VICHY)**, en supuesta infracción a la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.
- 2º) Que el SERNAC imputa a la denunciada no informar el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta; utilizar la frase restrictiva "...y/o hasta agotar stock" y no señalar los locales adheridos a la promoción u oferta. Ello con motivo de un aviso publicitario aparecido en la Revista Ya del diario El Mercurio del día 5 de Mayo de 2015, dentro del marco del Día de la Madre, el cual rola a fs. 7.
- 3º) Que la denunciada niega haber incurrido en las infracciones que se le imputan, ya que, sostiene, la información es veraz (productos se comercializaron exclusivamente en farmacias) y oportuna (a través de un medio idóneo, claro y



expedito) y, si bien no enumeró los locales adheridos, ello fue en razón de que era impracticable (300 locales de farmacia, aproximadamente en el país), y, en fin, en lo relativo a que se omite señalar el tiempo o plazo de la promoción, expresa que ella se realizó dentro del marco de celebración del Día de la Madre, esto es, el 10 de Mayo de 2015, quedando con ello delimitado el plazo de la misma.

4º) Que es un hecho no controvertido de la causa que el aviso publicitario de VICHY de fs. 7 contiene, conforme a la definición legal, una promoción.

5º) Que de la sola lectura del aviso publicitario referido se puede constatar que efectivamente no se indica el tiempo o plazo de la promoción, no se indican los lugares en las cuales se puede hacer efectiva ("en locales adheridos", se expresa vagamente) y, en fin, no se indica el número de unidades disponibles (sólo la consabida frase "...y/o hasta agotar stock")

6º) Que, por consiguiente, se tienen por establecidos en la causa los hechos referidos, que, evidentemente son constitutivos de infracción a la normativa tuteladora de los derechos de los consumidores, según se expresará en los considerandos siguientes.

7º) Que, al respecto, el artículo 3 letra a) del texto citado confiere a los consumidores **"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 ..."**.

8º) Que, en concepto de este sentenciador, es claro que la cantidad del bien objeto de la promoción, así como la determinación de los locales en la que se puede hacer efectiva, constituye una característica o información "relevante" para los consumidores en el proceso de consumo, por lo que el proveedor, al omitirla, les privó arbitrariamente de dicha información, faltando así a su obligación legal de proporcionarle una información veraz y oportuna, permitiendo que pudiera instalarse en el consumidor una falsa expectativa.

8) Que tal carácter "relevante" que el Tribunal atribuye a dicha información tiene su justificación en el hecho de que tiende a mejorar la situación del consumidor frente a la asimetría de la relación de consumo existente entre ambos intervinientes, en que el proveedor tiene una clara situación de supremacía, en virtud de la cual, habiendo vendido sólo una pequeña parte del bien promocionado, unilateralmente y a su entero arbitrio, podría dar por cumplida la etapa y continuar así la venta en condiciones más desventajosas para el



consumidor, propiciando para él, de paso, una utilidad mayor, aprovechándose de su propia falta de no haber proporcionado una información veraz y oportuna al consumidor respecto de esta característica relevante, cual es no haber indicado el número de unidades a la venta en cada tramo o etapa.

9º) Que en el mismo sentido se pronuncia la I. Corte de Apelaciones en la causa Rol Nº 318-2008, que, en lo pertinente, se transcribe a continuación:

“3º.- Que el denunciante atribuye a la reclamada haber incurrido en falta de información veraz y oportuna a los consumidores, respecto de la oferta realizada a través de la antes referida campaña publicitaria formulada por la cadena de farmacias Cruz Verde, por cuanto del tenor de la publicidad se advierte que la oferta o promoción publicitada tiene un stock limitado, pero dicha frase no resulta satisfactoria, puesto que queda al arbitrio del proveedor el cumplimiento de reponer lo ofrecido a través de la oferta; esto es, no se informa clara y verazmente cuál es la disponibilidad de productos ofrecidos, pudiendo eventualmente negar su venta argumentando que el stock se ha agotado, sin que el consumidor tenga la forma de contrarrestarlo”

“7º.- Que el examen de estos antecedentes y los demás reunidos en la causa, llevan a esta Corte a estimar, al igual que lo hace el Servicio denunciante, que la frase “stock limitado”, sumada al contenido de las cláusulas segunda y quinta de las bases, antes transcritas, han ocasionado a los consumidores el desconocimiento del real stock existente y en contrapartida, han permitido al proveedor manejar a su arbitrio el cumplimiento de la obligación de responder por lo ofrecido a través de la publicidad, pues en cualquier momento y argumentando cualesquiera de las variables que se contienen en las expresadas cláusulas de las bases, la denunciada ha podido negarse a responder por la oferta publicitada, sin permitir a los consumidores contrarrestar lo pertinente”.

10º) Que en lo que respecta a la omisión del tiempo o plazo de la promoción, el inciso 1º del artículo 35 de la Ley dispone expresamente que en toda promoción o oferta debe ser informada al consumidor, lo cual, se reitera, en el caso sublite no ha sido cumplido en el aviso publicitario sujeto a cuestión.

11º) Que, conforme a lo anterior, las alegaciones y defensas de la denunciada no resultan atendibles confrontados con los razonamientos precedentes, particularmente en lo referente a la leyenda “...y/o hasta agotar stock”, la cual



está lejos de cumplir con la finalidad de información veraz y oportuna, como, por lo demás, lo han resuelto invariablemente los Tribunales Superiores de Justicia.

12º) Que, en consecuencia, el Tribunal, apreciando la prueba y antecedentes de la causa conforme a los normas de la sana crítica, según lo dispone el artículo 14 de la Ley Nº 18.287, da por establecido que la denunciada **L'OREAL CHILE S. A. (VICHY)** infringió los artículos 3 letra a) y 35 inciso 1º de la LPC al no proporcionar una información veraz y oportuna en cuanto a la cantidad de unidades disponibles de la promoción y los locales en que hacerla efectiva, además de no indicar el tiempo o plazo de la duración de la misma, por lo que procede dictar sentencia condenatoria en su contra.

Por estas consideraciones Y TENIENDO PRESENTE lo dispuesto en el art. 1698 del C. Civil, Ley Nº 15.231, Ley sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local; Ley Nº 18.287, Ley sobre Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local; y Ley Nº 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. 33 y siguientes y se condena a **L'OREAL CHILE S. A. (VICHY)**, representado por Anthony James Ponsford, a pagar una multa de 10 UTM, por ser autor de las infracciones consignadas en el considerando 12º.

- 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 ARCHIVESE EN SU OPORTUNIDAD.-

ROL Nº 11.482-2015-15.



Pronunciada por don JAVIER ITHURBISQUY LAPORTE, Juez Subrogante.-

Autorizada por don HUGO ENRIQUE ANGEL GREBE, Secretario Subrogante.-

PRIMER JUZGADO POLICIA LOCAL
AV. APOQUINDO 3.300, PISO 1
LAS CONDES

123/condes ventres

Las Condes, 11 de Diciembre de 2015.

CERTIFICO que la sentencia que rola a fs. 111 y siguientes se encuentra ejecutoriada.

Rol N°11.482-15-2015

HUGO ANGEL GREBE.
SECRETARIO (S).

