

TERCER JUZGADO DE POLICIA LOCAL
LAS CONDES

Causa Rol N° 2.434-7-2015

LAS CONDES, once de mayo de dos mil quince.

VISTOS:

A fs. 26 y siguientes, el **Servicio Nacional del Consumidor**, en adelante **Sernac**, atendido lo dispuesto en el artículo 58 letra g) y demás normas pertinentes de la Ley N° 19.496, deduce denuncia en contra de Procter & Gamble Chile Limitada, representado legalmente por doña Macarena García Fuentes, ambos con domicilio en Avda. Presidente Riesco N° 5.335, piso 17, comuna de Las Condes, por infracción a los artículos 3 inciso primero letra b), 12, 28 letra c) y 35 de la Ley N° 19.496, sobre Protección a los Derechos de los Consumidores; acción que fue notificada a fs. 34 de autos.

Funda la respectiva denuncia argumentando que al realizar un monitoreo con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas sobre información y publicidad que establece la Ley 19.496, se detectó que la denunciada lanzó al mercado una campaña publicitaria, difundida por televisión, que incurre en graves faltas al deber de información, por cuanto: **1)** Utiliza un formato de letra reducida, para informar las bases de la promoción, la que expone por breves segundos, **2)** Incurre en publicidad engañosa, puesto que las bases contienen una condición que vulnera lo informado en el soporte, por cuanto en el soporte publicitario se señalaba que la promoción estaba dirigida para los mayores de 18 años que presentaren un paquete de pañales de cualquier marca de al menos 12 unidades junto con su cédula de identidad al momento del canje. Sin embargo al acceder a la bases de la promoción se contempla una restricción relevante que consiste en que “Se entregará un producto por grupo de familia”; **3)** Contiene frases restrictivas, al decir por una parte “Promoción válida desde el 7/11/14 al 23/11/14, ambas fechas inclusive o hasta agotar stock de 15.000 unidades Pampers Premiun Care tallas P, M o G de aproximadamente 40 unidades (según

talla), lo primero que ocurra”, lo que se traduce en el incumplimiento del deber de informar el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta, puesto que sitúa al consumidor en un escenario de total falta de certeza lo que desvirtúa el objetivo de la norma; y por la otra, por cuanto condiciona el “cobro del premio en los centros de canje a la disponibilidad de stock del producto en cada local, lo que deja sin efecto el ofrecimiento realizado.

A fs. 52 y ss, se lleva a efecto comparendo de estilo decretado en autos, con la asistencia del apoderado del Sernac y del apoderado de Procter & Gamble Chile Limitada, oportunidad en la que se contesta la respectiva denuncia (fs. 43 y ss) y se rinde la documental que rola en autos.

A fs. 55 y ss, la parte de Sernac objeta y observa los documentos acompañados por la contraria en comparendo de estilo.

A fs. 58 y ss, el apoderado de Procter & Gamble Chile Limitada, realiza observaciones a la prueba.

Y encontrándose la causa en estado, se ordenó traer los autos para dictar sentencia.

CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO:

Primero: Que, el denunciante Sernac funda su denuncia en el hecho de que la denunciada Procter & Gamble habría incurrido en infracción a los artículos 3 inciso primero letra b), 12, 28 letra c) y 35 de la Ley N° 19.496, a través de anuncio publicitario denominado “Intercambio Pañales Pampers Premium Care”, utiliza un formato de letra “chica” en las bases de la promoción, además, de exponerla por breves segundos; incurre en publicidad engañosa al imponer una condición en las bases que contradice la condición principal; no entrega de manera oportuna y veraz toda la información sobre las bases, tiempo de duración, así como las condiciones y restricciones relevantes de la misma.

Segundo: Que, al respecto la parte denunciada Procter & Gamble Chile Limitada, al momento de contestar la denuncia, señala no haber incurrido en infracción alguna a la Ley N° 19.496. Ello por cuanto la campaña realizada se desarrolló en los términos que señalaron sus bases, entregándose incluso muchos

más pañales que los ofrecidos originalmente. Agrega que la campaña realizada fue absolutamente gratuita, la cual se dio a conocer por diversos medios, (televisión, internet). Manifiesta que las condiciones, plazos y lugares se publicitaron de manera adecuada, oportuna y eficiente. Ello por cuanto el stock era de 15.000 unidades de pañales y se entregaría en las fechas señaladas, hasta que se agotara la disponibilidad de productos. Agrega que lógicamente el stock debía ser limitado en cada local, puesto que lo contrario sería suponer que existiera un stock ilimitado. En cuanto al formato de letra “chica” que se expone por breves segundos, manifiesta que tampoco es efectivo, toda vez que se expone en la cantidad de segundos adecuados para que el consumidor pueda informarse de la promoción.

Tercero: Que, a fin de acreditar sus dichos la parte del Sernac rinde la siguiente prueba documental: 1) A fs. 7 y ss, bases de la promoción “Intercambio Pañales Pampers Premium Care”; 2) A fs. 10, centros de canje de la promoción; 3) A fs. 47 y ss, fotocopia sentencia dictada por la Il. Corte de Apelaciones. Además se acompaña un video que contiene el comercial de Pampers; **documentos que no fueron objetados por la parte contraria.**

En tanto, la parte de Procter & Gamble Chile Limitada, acompañó a fs. 35 con día, nombres y rut de las personas que canjearon los productos de la promoción y un pendrive que contiene un archivo distribución de Pampers Centro de Canje; **documento consistente en el archivo contenido en el pendrive objetado en autos por la contraria a fs. 55 y ss.**

Cuarto: Que, respecto de la objeción documental el Tribunal analizando la prueba conforme a los antecedentes de la sana crítica y considerando que no existen antecedentes en autos que permitan dudar de la veracidad e integridad de dichos, no ha lugar a la objeción, sin perjuicio del valor que se les asigne a dichos medios probatorios en definitiva.

Quinto: Que, por su parte, el artículo 35 de la Ley 19.496 establece que: *“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.”.

Sexto: Que, del análisis de la campaña publicitaria “Intercambio Pañales Pampers Premium Care”, aparece que la promoción se extiende desde el día 7 al 30 de noviembre de 2014 o hasta agotar stock total de 15.000 unidades. Que, a la luz de lo dispuesto en la norma citada precedentemente y teniendo presente que la campaña en comento, además de señalar un plazo determinado estableció el stock o cantidad de unidades disponibles del producto, lo cual permite al consumidor informarse veraz y certeramente de los productos ofrecidos en la promoción, lleva al Tribunal necesariamente a concluir que con ello se cumple satisfactoriamente lo exigido en el artículo 35 de la Ley de Protección a los Consumidores.

Séptimo: Que, con respecto de que las bases contienen una condición que vulnera lo informado en el soporte, por cuanto por una parte se señala que la promoción está dirigida a todos los mayores de 18 años, y sin embargo al acceder a la bases de la promoción, aparecía que: “Se entregará un producto por grupo de familia”, cabe señalar, que luego de analizar los antecedentes, se concluye que tal frase no es inductiva a error, sino que por el contrario, es aclaratoria, en cuanto a que cualquier miembro del grupo familiar que sea mayor de 18 años puede participar en la promoción, entregándose 1 producto por familia.

Octavo: Que, por otra parte, en cuanto al formato de letra utilizado y tiempo de exposición de las bases de la promoción exhibida por televisión, cabe señalar que de la observación del video acompañado, es dable concluir que por el tiempo de exposición exhibido, esto es escasos segundos y por el mal contraste de las letras que aparecen expuestas al final de la pantalla, el mensaje no es legible claramente para los consumidores. Con ello se infringe el artículo 1 N° 3 inciso primero y tercero.

Noveno: Que, en virtud de la convicción a la que arribó el Tribunal en el considerando precedente, aparece de manifiesto que la parte denunciada de Procter & Gamble Chile Limitada incurrió en infracción a lo dispuesto en el artículo 1 N° 3 inciso primero y tercero de la Ley N° 19.496, por lo que debe

acogerse la denuncia de fs. 11 y siguientes deducida en su contra, debiendo rechazarse los demás hechos denunciados por no constituir infracción.

Por estas consideraciones y de conformidad a lo dispuesto en los artículos 3, 58 y siguientes de la Ley N° 19.496, sobre Protección a los Derechos de los Consumidores, artículo 13 de la Ley N° 15.231 y artículos 14 y 17 de la Ley N° 18.827, **se declara:**

Que acoge la denuncia interpuesta a fs. 11 y siguientes y se condena a Procter & Gamble Chile Limitada, representado legalmente por doña Macarena García Fuentes al pago de una multa de **12 UTM** por infringir lo dispuesto en los artículos 3 inciso primero letra b), de la Ley N° 19.496 de la Ley N° 19.496 de la Ley N° 19.496.

DESPACHESE, orden de reclusión nocturna, por el término legal, en contra del representante legal del infractor, si no pagare la multa impuesta dentro del plazo de cinco días, por vía de sustitución y apremio.

DESE Aviso.

NOTIFIQUESE personalmente o por cédula.

REMITASE copia autorizada al Servicio Nacional del Consumidor en su oportunidad.

ARCHIVESE en su oportunidad.


Dictada por doña: Cecilia Villarroel Bravo, Jueza Titular.

Ana María Toledo Díaz, Secretaria.

