

PROCESO N° 45.843/2.011-KM

ESTACION CENTRAL, a quince de diciembre de dos mil catorce

VISTOS;

- Que a fs. 8 y siguientes, rectificadas a fs. 15 y siguientes y a fs. 19 y siguiente, **DIEGO VIÑAMBRES DE LA FUENTE**, interpone denuncia por contravención a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores y deduce demanda civil de indemnización de perjuicios en contra de **FALABELLA RETAIL S.A.**, representada legalmente por Mónica Ramírez R., ambos domiciliados en Avda. Libertador Bernardo O'Higgins N° 3.470, Local A.2, comuna de Estación Central, a quien se pide condenar al pago de la cantidad de \$2.100.000.-, que se desglosa en la suma de \$1.500.000.-, por concepto de daño emergente y \$ 600.000.- por concepto de daño moral, más reajustes, intereses y costas. La demanda indemnizatoria se encuentra notificada a fs. 24 y 25;

-Que a fs. 21, comparece **DIEGO VIÑAMBRES DE LA FUENTE**, cédula de identidad N° 15.933.459-7, soltero, chileno, ingeniero, domiciliado en calle Eduardo Allert N° 6615, comuna de La Reina, quien declara que el día 6 de junio de 2014, al revisar el catálogo "Feliz día Papá", que circulaba con el diario El Mercurio, se interesó en comprar una cámara fotográfica marca Canon, con las siguientes características: Sensor CMOS Full Frames de 2,2,mp, 11 puntos de enfoque, ISO 26.500 y Wi-Fi, ofrecida en la suma de \$399.000.-. Al concurrir a la tienda y solicitar la venta, el vendedor le señaló que el modelo de la cámara fotográfica ofrecida en el catálogo, no la tenían, no existiendo, razón por la cual debía efectuar un reclamo y esperar la respuesta, lo que así hizo. Al paso de cinco días, recibió un llamado telefónico de la denunciada, ofreciéndole un Kit de compensación, que consistía en una mochila y un trípode, lo que no aceptó, pues lo que quería era la cámara fotográfica, porque trabaja con ella. Ante la negativa, denunció la situación en SERNAC, obteniendo de la denunciada una respuesta negativa, por lo cual optó por presentar una demanda por publicidad engañosa, enterándose que había un caso igual al suyo, donde la cámara se vendió en la sucursal del Parque Arauco, con respuesta favorable. Concluye



afirmando que trabaja en eventos particulares, que exige tener una cámara de mejor calidad, razón por la que optó por la que ofrecía el catálogo, pero que no le fue vendida.

- Que a fs. 31, **RAFAEL RUIZ ESPINOSA**, habilitado de derecho, por la parte denunciada y demandada **FALABELLA RETAIL S.A.**, contesta la denuncia infraccional y demanda civil deducidas, controvirtiendo todos y cada uno de los hechos expuestos por la contraria y al tenor de lo señalado en el artículo N° 1698 del Código Civil, es el actor quien debe acreditar los presupuestos fácticos de sus pretensiones punitivas y civiles, en especial que no pudo comprar el artículo deseado en la tienda del Mall Plaza Alameda por un hecho imputable a su mandante, que efectuó la compra del producto que especifica al monto señalado en la tienda Parque Arauco y que experimentó los daños que indica, pues, como ha señalado la jurisprudencia reciente de los tribunales de justicia, todo daño debe probarse, incluso el moral. Reitera que el demandante no rindió prueba alguna, ni acreditó los perjuicios que la errada información de la empresa demandada pudiere haberle ocasionado, ni los efectos dañosos que tal situación le habría causado, existiendo únicamente sus afirmaciones en cuanto reclama el daño moral; que éste para ser indemnizable, debe ser siempre real y cierto;

- Que a fs. 39, con fecha 12 de noviembre de 2.014, se celebró el comparendo de conciliación, contestación y prueba, rindiéndose la que consta en autos;

- Que a fs. 45, con fecha 21 de noviembre de 2.014, se ordenó traer los autos a la vista para dictar sentencia;

CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO

EN CUANTO A LO INFRACCIONAL:

1.- Que del mérito de los antecedentes documentales que obran en la causa, puede tenerse por establecido lo siguiente: a) Que con fecha 6 de junio de 2.014, circuló con el diario El Mercurio, el catálogo "Feliz día Papá"; b) Que en el catálogo se ofreció una cámara fotográfica marca Canon, con las siguientes características: Sensor CMOS Full Frame



2,2,mp, 11 puntos de enfoque, ISO 25.600, batería recargable de ion-litio y Wi-Fi, en la suma de \$399.990.-, la que incluía un lente de 18-55 mm en el precio; c) Que al concurrir a la tienda de la denunciada, ubicada en Avda. Libertador Bernardo O'Higgins N° 3.470, Local A.2, comuna de Estación Central y solicitar la venta, el vendedor le señaló que el modelo de la cámara fotográfica ofrecida en el catálogo, no la tenían y aún más no existía, razón por la cual debía efectuar un reclamo y esperar la respuesta, lo que así ocurrió; d) Que durante el transcurso de cinco días, la denunciada, ofreció al actor un kit de compensación, que consistía en una mochila y un trípode, lo que éste no aceptó.

2.- Se discute en cambio, la efectividad que los hechos hayan ocurrido en la forma planteada en la denuncia y si así hubiere ocurrido, cabe determinar la responsabilidad que le cabría en los hechos tanto a la actora, como a la empresa Falabella Retail S.A., y en especial para determinar si la denunciada habría actuado con negligencia como proveedor de un servicio, causando perjuicio a sus clientes.

3.- Que para acreditar y fundamentar sus dichos la parte denunciante y demandante, rindió la siguiente prueba documental: a) Carta SERNAC Referencia 7631086, informando cierre del caso; b) Copia simple de carta emitida por Falabella.com en la cual dan respuesta al SERNAC, con fecha de 13 de Junio de 2.014, en caso Referencia 7631076; c) Copia Simple de hoja reclamo ante Falabella Retail S.A., de fecha 6 de junio de 2.014.; d) Copia simple de catálogo Feliz Día Papá; e) Copia simple de boleta 299200299 de fecha 13 de junio de 2.014 de la denunciada por un monto de \$399.990.-; f) Copia simple de boleta con la impresión de la caja de la cámara Canon EOS6D, con código de producto N° 01389032040155, correspondiente a compra efectuada en Mall Parque Arauco.

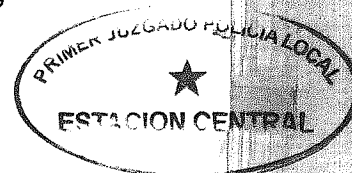
4.- Que la parte de Falabella Retail S.A., no rindió probanzas en autos.

5.- Que por el denunciante y demandante, compareció la testigo Lili de las Mercedes Orell Padilla, quien legalmente examinada y no tachada



dando razón de sus dichos, declaró de manera coincidente con la parte que la presentó. Así señaló que este año, concurrió a comprar una cámara fotográfica en Falabella ubicada en el Parque Arauco por un valor de \$ 399.990.-, dado que recibió el diario El Mercurio en el que venía una revista de Falabella y aparecía una cámara Canon con las características que le había pedido su hijo y que venía en oferta, lo cual había comprobado al mirar la revista por internet. Agrega que cuando pidió el modelo, la persona que le atendía, le trajo una cámara por un valor de \$1.700.000 aproximadamente, que tenía las características pedidas. Le señaló al dependiente que en la revista aparecía con un valor menor, recibiendo como respuesta que sabía del error y era un típico problema de error de imprenta. Sin embargo la empresa no había publicado una fe de errata, ni en la página web, ni en la revista. Pese a que reclamó ante el Supervisor, señalando que era publicidad engañosa, se negaron a acceder a su petición, lo que motivó que reclamara ante SERNAC y al cabo de dos semanas Falabella solucionó el problema, poniendo a su disposición la cámara requerida, dando razón a su reclamo, que era lo justo, ya que era publicidad engañosa.

6.- Que en lo específico se aplica al caso en estudio, lo señalado en los artículo 3 letras b), 12, 23, 28, 28^a y 31 de la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores: artículo 3 letra 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. Asimismo la normativa legal señala en el artículo 28: "Comete infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de: a) Los componentes del producto y el porcentaje en que concurren; b) la idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y que haya sido atribuida en forma explícita por el anunciante; c) las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial; d) El precio del bien o la tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito en su caso,



en conformidad a la normas vigentes; e) Las condiciones en que opera la garantía, y f) Su condición de no producir daño al medio ambiente, a la calidad de vida y de ser reciclable o reutilizable"; Artículo 28 A: "Asimismo, comete infracción a la presente ley el que, a través de cualquier tipo de mensaje publicitario, produce confusión en los consumidores respecto de la identidad de empresas, actividades, productos, nombres, marcas u otros signos distintivos de los competidores; Artículo 31: "En las denuncias que se formulen por publicidad falsa, el tribunal competente, de oficio o a petición de parte, podrá disponer la suspensión de las emisiones publicitarias cuando la gravedad de los hechos y los antecedentes acompañados lo ameriten. Podrá, asimismo, exigir al anunciante que, a su propia costa, realice la publicidad correctiva que resulte apropiada para enmendar errores o falsedades.

7.- Que la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en lo pertinente, señala en el artículo 12 que 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, y en la letra a) del artículo 23 inc.1, agrega que 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.

8.- 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, estableciendo el inc.2 del mismo cuerpo legal, que al apreciar la prueba de acuerdo con las reglas de la sana crítica, 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 convence al sentenciador.

9.- Que en mérito de lo anterior y habiendo examinado todos los antecedentes que obran en autos, declaración de la denunciante y denunciada, pruebas rendidas y de acuerdo a las reglas de la sana crítica, en conformidad a lo establecido en el artículo 14 de la Ley N° 18.287, emanan pruebas múltiples, graves, precisas, concordantes y conexas, que conduzcan lógicamente a dar por acreditada la imputación de negligencia en la prestación de servicio por parte de Falabella Retail S.A., como infracción a los artículos 3 letras b), 12, 23, 28, 28 A y 31 de la Ley N° 19.496, motivo por lo cual, este sentenciador acogerá la denuncia de autos, en la forma como se dispondrá en la parte resolutive de esta sentencia.

EN CUANTO A LA ACCIÓN CIVIL:

10.- Que el Artículo 50 inc.1 y 2 de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, prescribe lo siguiente "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. El incumplimiento de las normas contenidas en la presente ley dará lugar a las acciones destinadas a sancionar al proveedor que incurra en infracción, anular las cláusulas abusivas incorporadas en los contratos de adhesión, obtener la prestación de la obligación incumplida, hacer cesar el acto que afecte el ejercicio de los derechos de los consumidores, a obtener la debida indemnización de perjuicios o la reparación que corresponda". Que para dar lugar a la indemnización de los perjuicios demandados, como consecuencia de infracción a las normas contenidas en la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, no sólo debe darse la existencia de una contravención a las normas que regulan el derecho de los consumidores y el monto de los daños sufridos por las personas, sino que además, debe acreditarse que existe una relación de causa a efecto, entre la contravención de la norma y el daño producido por dicha acción u omisión. En efecto, quedó establecida en la causa, al



tenor del considerando anterior, que el demandante conforme a la carga procesal prescrita en el artículo N° 1.698 del Código Civil, logró probar los hechos en forma suficiente para permitir a esta sentenciadora concluir que efectivamente el actuar de la demandada, provocó a Diego Viñambres de la Fuente, perjuicios susceptibles de ser indemnizados.

11.- Que habiéndose determinado la responsabilidad infraccional de la parte denunciada, le corresponde a ésta responder civilmente por los daños provocados al demandante, al tenor de lo expuesto en la demanda civil de indemnización de perjuicios, de fs. 8 y siguientes, rectificada a fs. 15 y siguientes y a fs. 19 y siguiente, este Tribunal procederá a acoger la demanda civil interpuesta, y a regular prudencialmente el monto de la indemnización.

12.- Que en lo relativo al daño moral, interesa dejar establecido que no es pacífico en la doctrina la elaboración del concepto de daño moral y teniendo presente que la jurisprudencia no ha sido del todo precisa, conviene a este respecto utilizar el concepto amplio dado por Carmen Domínguez Hidalgo en su libro *"El daño moral"* cuando expresa que está, "constituido por el menoscabo de un bien no patrimonial que irroga una lesión a un interés moral por una que se encontraba obligada a respetarlo" (Editorial Jurídica de Chile Tomo I 11.2000, págs. 84.).

13.- Que el artículo 19 N° 1 de la Constitución Política de la República, asegura a todas las personas el derecho a la vida y a la integridad física y psíquica, lo que significa que está elevado a categoría constitucional, el derecho de la persona a mantener su integridad psíquica y, por lo tanto, para el ordenamiento jurídico representa un interés que debe ser protegido, de manera que cualesquier acción desplegada por persona o agente alguno que provoque o atente esta integridad, constituye un perjuicio y por ende, un daño que el derecho debe restablecer, sea efectiva o alternativamente.

14.- Que el daño moral entendido como un menoscabo de un bien no patrimonial, en cuanto afecta la integridad psíquica del individuo y que se traduce en el agobio que genera el haber sufrido un daño, no requiere



de prueba, porque la deficiencia del servicio está acreditado y por lo tanto las consecuencias que nacen de su propia naturaleza son obvias. Ahora bien, su evaluación, si se quiere apartar de lo normal o regular, en tal caso deberá acompañarse un antecedente probatorio que así lo demuestre, debiendo por tanto tenerse presente las consecuencias naturales que padece un ser humano en estas condiciones. Ahora bien, la aflicción que inequívocamente soportó el actor, obtenida indudablemente y sin lugar a dudas en mérito de la prueba rendida, al establecerse la infracción y del razonamiento lógico básico que surge de la representación de haber participado en el hecho establecido, debe fijarse en definitiva indemnización por dicho concepto.

Por estas consideraciones y teniendo presente lo dispuesto en los artículos 14, 17 y 23 de la Ley N°18.287; artículos 3 letra b), 12, 23, 24, 28, 28 A y 31 de la Ley N°19.496; 1.698 y 2.329 del Código Civil y lo señalado en la Ley N° 15.231.

SE DECLARA

EN MATERIA INFRACCIONAL:

PRIMERO: Que se condena a **FALABELLA RETAIL S.A.**, representada legalmente por **MÓNICA RAMIREZ R.**, ambas domiciliadas en Avda. Libertador Bernardo O'Higgins N° 3.470, Local A.2, comuna de Estación Central,, al pago de una multa de **DIEZ UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES a beneficio fiscal**, por infringir lo dispuesto en los artículos 12 y 23 de la Ley N° 19.496.

EN MATERIA CIVIL:

SEGUNDO: Que se acoge la demanda de indemnización de perjuicios de fs. 9 y siguientes, y se condena a **FALABELLA RETAIL S.A.**, representada legalmente por **MÓNICA RAMIREZ R.**, ambas domiciliadas en Avda. Libertador Bernardo O'Higgins N° 3.470, Local A.2, comuna de Estación Central, a pagar a **DIEGO VIÑAMBRES DE LA FUENTE**, domiciliado en calle Eduardo Allert N° 6615, comuna de La Reina, la suma de **\$600.000.- (seiscientos mil pesos)**, por concepto de indemnización de perjuicios, incluidos daño emergente y daño moral,



cantidad que deberá pagarse debidamente reajustada de acuerdo a la variación que experimente el Índice de Precios al Consumidor, desde el mes de Mayo de 2.014, y el mes anterior a aquel en que se pague entera y efectivamente lo adeudado, sin intereses y más las costas de la causa

ANÓTESE.

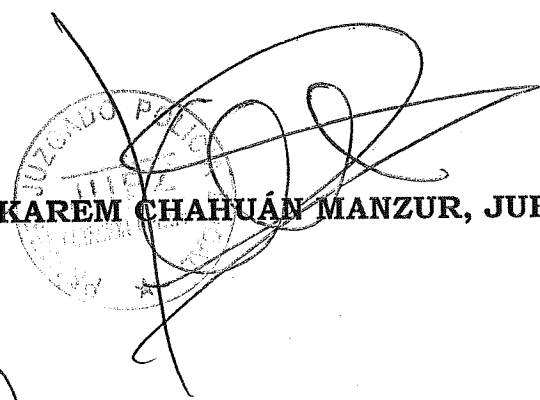
DÉSE AVISO POR CARTA CERTIFICADA.

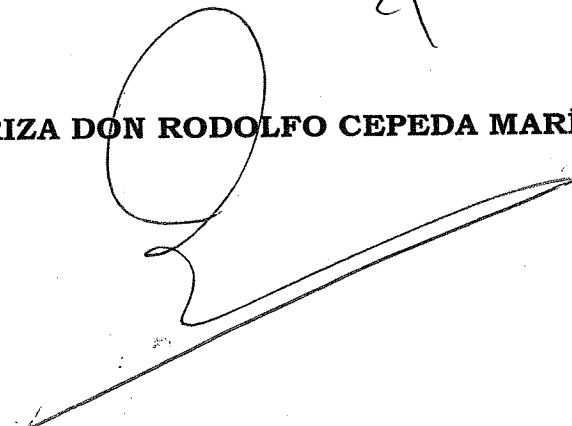
NOTIFÍQUESE PERSONALMENTE O POR CÉDULA.

DESPÁCHESE ORDEN DE RECLUSION NOCTURNA EN CONTRA DE MÓNICA RAMIREZ R., EN SU CALIDAD DE REPRESENTANTE LEGAL DE FALABELLA RETAIL S.A., SI NO PAGARE LA MULTA IMPUESTA, DENTRO DE QUINTO DIA, POR VIA 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 DOÑA KAREM CHAHUÁN MANZUR, JUEZA TITULAR


AUTORIZA DON RODOLFO CEPEDA MARÍN, SECRETARIO TITULAR



Santiago, diez de julio de dos mil quince.

Vistos:

Se reproduce la sentencia de primera instancia, con excepción de los fundamentos 9.- y 11.- a 14.-, que se eliminan.

Y se tiene en su lugar presente:

Primero: Que la publicidad se encuentra definida en el N° 4 del artículo 1° de la Ley N° 19.496 como “la comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato”. La publicidad, por consiguiente, presenta una característica disuasiva, esto es, tiene por objeto seducir al consumidor a realizar una transacción comercial, mediante la utilización de distintos mensajes y técnicas publicitarias.

Por su parte, la publicidad engañosa consiste básicamente en aquella que, sin faltar necesariamente a la verdad, induce a error o engaño. Puede también conceptualizársela como aquella que, de una manera cualquiera, incluida su presentación, induce a error o puede inducir a error a las personas a las que se dirige o afecta y que, debido a su carácter engañoso, puede afectar su comportamiento económico. De ambos conceptos se desprende que la publicidad engañosa se caracteriza, esencialmente, por inducir a error o engaño en el eventual aceptante de un contrato, de tal manera que, puede afirmarse, se transgrede el principio de buena fe contractual que debe imperar en toda relación jurídica.

La legislación nacional no señala qué debe entenderse por publicidad engañosa, limitándose a enumerar en los artículos 28 y 28 A de la citada Ley N° 19.496 los aspectos sobre los cuales puede incidir la falsedad o el engaño publicitario. Conforme a lo anterior, el catálogo de materias se encuentra



PODER JUDICIAL

779/
Sefu
10/10

compuesto por los componentes del producto y el porcentaje en que concurren en él; la idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y que haya sido atribuida en forma explícita por el anunciante; las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial; el precio del bien o la tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito, en su caso, en conformidad a las normas vigentes; las condiciones en que opera la garantía; o cuando a través de anuncios, el proveedor produce confusión respecto de la identidad de la empresa que ofrece el producto, de nombres marcas o signos distintivos de los competidores, por medio de mensajes publicitarios.

Segundo: Que en el caso de autos no se ha pretendido ni demostrado que la denunciada haya procedido de mala fe en avisar o publicitar el precio del producto que pretendió adquirir el consumidor denunciante en la forma o condiciones que lo hizo. No obstante lo anterior, si bien no puede descartarse a priori que un proceder negligente pueda conducir también a calificar una publicidad como engañosa y dé ésta lugar a una sanción infraccional y a eventuales indemnizaciones por los perjuicios causados, no puede tampoco eliminarse la posibilidad de apreciar un error que resulte excusable y que exima, por ello, de responsabilidad. En otros términos, es posible diferenciar conceptualmente y distinguir las consecuencias de la publicidad errónea o equivocada de la publicidad engañosa.

Ahora bien, la expresión *engañosa* posee por cierto una carga o contenido valórico del que es difícil desentenderse. Por de pronto, el Diccionario de la Real Academia Española de la Lengua define engañoso como “falaz, que engaña o da ocasión a engañarse” y el verbo engañar como “dar a la mentira apariencia de verdad” o “inducir a alguien a tener por cierto lo que no lo es, valiéndose de palabras o de obras aparentes y fingidas”. Como





PODER JUDICIAL

puede apreciarse, el acto de engañar parece suponer conciencia del engaño en quien lo fragua, es decir, *intención de* y en tanto en nuestro Derecho la negligencia grave se asimila a la intención, puede concluirse que engaña no sólo quien *quiere* hacerlo, sino también el que es a tal grado indolente o descuidado en efectuar la publicidad, que provoca en el consumidor esa errada o defectuosa representación de la realidad.

No obstante lo anterior, cuando el defecto en la publicidad, es decir, cuando la discordancia entre lo avisado y la realidad es producto de un error excusable o invencible del anunciante, evidentemente éste no será responsable de las consecuencias que ese defecto genere en el comportamiento del consumidor. Así puede desprenderse del texto del aludido artículo 28, conforme al cual comete infracción a la ley el que *a sabiendas o debiendo saberlo* y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño al consumidor.

Tercero: Que en el caso de la especie, en tanto la "Guía de Regalos Feliz Día Papá" en que se publicitó la cámara fotográfica marca Canon, modelo EOS Rebel T3i, a un precio de \$399.900, fue distribuida por la propia denunciada Falabella Retail S.A., no resulta posible apreciar que el error en que incurrió al avisar dicho producto haya sido invencible o excusable, pues con la debida diligencia debió percatarse que se ofrecía al precio señalado un producto que tiene un valor comercial más de cuatro veces superior.

En razón de lo anterior y atendido que el artículo 28 califica de infractor no sólo al que a través de la publicidad induce a engaño -entendido éste en los términos antes expuestos-, sino también al que es capaz de provocar error, cabe mantener la condena infraccional, si bien la cuantía de la multa será rebajada en consideración a la entidad de la infracción.

Cuarto: Que en cuanto a la indemnización de perjuicios pretendida por el actor, lo cierto es que no obra en el proceso prueba alguna que dé cuenta





PODER JUDICIAL

que el demandante haya experimentado efectivamente algún tipo de menoscabo con motivo de los hechos que motivaron el proceso. Independiente del hecho de haberse constatado la infracción a la Ley N° 19.496, lo cierto es que el eventual resarcimiento de los daños que se dice experimentados supone de manera necesaria que éstos sean legalmente demostrados y, como se dijo, en este pleito no existe esa prueba.

En tales condiciones, la acción civil ejercida debe ser declarada sin lugar.

Por estas consideraciones y visto, además, lo dispuesto en las normas legales citadas y en los artículos 32 y siguientes de la Ley N° 18.287, se **revoca** la sentencia de quince de diciembre de dos mil catorce, escrita a fojas 46, en cuanto por su decisión Segunda acoge la demanda de indemnización de perjuicios deducida en el primer otrosí de la presentación de fojas 81, y se declara en su lugar que dicha demanda queda **rechazada** en todas sus partes, sin costas por estimarse que se litigó con fundamento plausible.

Se **confirma** el mismo fallo en la parte que condena a Falabella Retail S.A. por infracción a la Ley N° 19.496, precisándose que dicha infracción es la de la letra d) del artículo 28 de ese cuerpo legal, con declaración de que se rebaja la multa a 5 Unidades Tributarias Mensuales.

Regístrese y devuélvase.

Redacción del Ministro señor Balmaceda.

N° 337-2015.

Pronunciada por la **Duodécima Sala** de esta Illma. Corte de Apelaciones de Santiago, presidida por el Ministro señor Omar Astudillo Contreras e





PODER JUDICIAL

integrada por el Ministro señor Jaime Balmaceda Errázuriz y la abogada integrante señora Paola Herrera Fuenzalida, quien no firma por ausencia.

Autorizado por el (la) ministro de fe de esta Corte de Apelaciones.

En Santiago, a diez de julio dos mil quince, notifiqué en secretaría por el estado diario la resolución precedente.

