

PROCESO N° 31.642-2015-WD.-
SEGUNDO JUZGADO DE POLICIA LOCAL DE SANTIAGO.-
SANTIAGO, Nueve de Junio del año Dos Mil Dieciséis.-

VISTOS:

A fs. 1, rola original publicidad;
De fs. 2 a 10, rola estudio del SERNAC sobre Publicidad de Créditos de Consumo y Avances en Efectivo;
De fs. 11 a 16, rola fotocopia simple de mandato judicial;
De fs. 17 a 36, rola denuncia infraccional del abogado don JUAN CARLOS LUENGO PEREZ, en representación del SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, en contra de PROMOTORA CMR FALABELLA S.A., representada legalmente por don ALEJANDRO ARZE SAFIAN;
A fs. 38 y 39, rola fotocopia simple de escritura pública;
De fs. 115 a 134, rola escrito de excepción de incompetencia absoluta, litis pendencia, suspensión del procedimiento y declinatoria de competencia;
A fs. 135, rola comparendo de conciliación, contestación y prueba;
De fs. 136 a 1342, rola escrito de evacua traslado;
A fs. 147 y 148, rola resolución rechazando las excepciones planteadas;
De fs. 149 a 158, rola escrito de contestación de denuncia;
De fs. 159 a 164, rola fotocopia simple de sentencia;
De fs. 165 a 169, rolan impresiones de pantalla autorizadas;
A fs. 170, rola continuación de comparendo de conciliación, contestación y prueba, y con lo relacionado y,

CONSIDERANDO:

1°.- Que don JUAN CARLOS LUENGO PEREZ, en representación del SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, denunció infraccionalmente a PROMOTORA CMR FALABELLA S.A., representada por don ALEJANDRO ARZE SAFIAN;

2°.- Que la infracción a la Ley Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores se hace consistir, en suma, en que al realizar este Servicio un estudio titulado "Reporte Sobre Créditos de Consumo y Avances en Efectivo", en el período estudiado, esto es entre el 24 de Agosto y el 7 de Septiembre de 2015, detectó una publicidad de CMR Falabella con infracción a la Ley N° 19.496 y a las normas del Reglamento de Información al Consumidor de Tarjetas de Crédito Bancarias como No Bancarias, publicidad que decía "Pide tu Avance en Efectivo CMR desde \$ 120.000 En 12 cuotas o más y te regalamos 2 McCombo BigMac". Publicidad que omitió gravemente información legal sustancial relativa a la Carga Anual Equivalente (CAE), y al Costo Total del Crédito (CTC).

Que la transgresión a la Ley Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores consiste en que no cumplió con la exigencia de información veraz y oportuna, puesto que la CAE y el CTC persiguen disminuir la asimetría de información existente, permitiendo que los consumidores puedan ejercer de mejor manera su derecho a la libre elección.

Que además, se comete infracción a la Ley N° 19.496 en esta publicidad en su letra pequeña al final del párrafo: "Promoción válida del 1 al 31 de agosto de 2015 o

hasta agotar stock de 1500 premios al inscribirse en www.cmr.cl y obtener un avance en efectivo desde \$ 120.000 en 12 cuotas o más". Frase restrictiva que se traduce en el incumplimiento al deber de informar el tiempo y plazo de duración, no entregando certeza a los consumidores de la época en que va a estar vigente lo anunciado.

Que los hechos descritos infringen los artículos 3 inciso 1° letra b) en relación al artículo 1 número 3 incisos 1° y 3°, 32, 28 letra c), 35, 17 G, de Ley N° 19.496 en relación con el artículo 34 del Reglamento de Información al Consumidor de Tarjetas de Crédito Bancarias y No Bancarias, 3° inciso 2 letra a), 17 y 34 del Reglamento de Información al Consumidor de Tarjetas de Crédito Bancarias y No Bancarias;

3°.- Que por su parte, la denunciada manifiesta, en suma, que no ha cometido ninguna de las infracciones que se le imputan en razón de:

- Que no existía obligación de informar CAE ni CTC para la publicidad cuestionada, porque no se cumplen los presupuestos normativos previstos en la ley y es matemáticamente imposible.

- Que la denuncia es errónea e injustificada porque no estamos ante una publicidad de una operación de crédito de dinero en que se informe una tasa de interés de referencia o un valor de referencia de una cuota, por lo que no es aplicable el artículo 17 G de la Ley N° 19.496, que la denunciante invoca, pues este indica que los proveedores deberán informar la carga anual equivalente en **toda publicidad de operaciones de crédito en que se informe una cuota o tasa de interés de referencia** y que se realice por cualquier medio masivo o individual. Y el inciso primero del artículo 34 del Reglamento de Información al Consumidor de Tarjetas de Crédito Bancarias y No Bancarias expresa: Información Publicitaria Mínima. Los emisores deberán informar la Carga Anual Equivalente en toda publicidad de Tarjetas de Crédito **en que se informe una cuota o tasa de interés de referencia** y que se realice a través de cualquier medio masivo o individual.

- Que de la sola lectura de la publicidad cuestionada se aprecia que en ella se informó a los clientes que, para acceder a la promoción, podían solicitar un avance desde \$ 120.000.- en 12 cuotas o más, es decir, se informaron los montos mínimos de capital a pedir y el número mínimo de cuotas en que se podía pactar el pago del crédito, pero en ningún caso se informó un valor referencial de una cuota o de una tasa de interés, por lo que no era normativamente exigible informar CAE ni CTC.

- Que de acuerdo a la fórmula expresada en el reglamento resulta matemáticamente imposible que pudiera haber calculado un CAE en la publicidad cuestionada, puesto que se requiere capital, tasa de interés, el plazo de la tarjeta de crédito, todos los costos de apertura, comisiones y cargos de la tarjeta de crédito, costos de administración, operación y/o mantención de la tarjeta de crédito, y los gastos o cargos por productos o servicios voluntariamente contratados.

Por lo que para poder matemáticamente calcular un CAE debe existir un valor de cuota de referencia y el número de ellas que el cliente debe pagar, no siendo ese el objetivo de la publicidad materia de la litis, sino sólo informar la posibilidad de acceder a una promoción pidiendo un avance "desde" 120 mil pesos a pagar "desde" 12 cuotas, por lo que no se han configurado los presupuestos legales ni matemáticos para informar un CAE.

-Que en cuanto al plazo de duración de la promoción, lo que exige la ley es una época de vigencia, o sea un inicio y un fin determinados. El plazo de la promoción se encontraba informado en términos bastante ciertos y determinados, el que se puso en conocimiento del público, siendo legal y legítimo que se incentivara el canje de los

productos ofrecidos mediante una promoción que podía terminar por la llegada de la fecha prevista o por agotarse las unidades dispuestas.

Que incluso el SERNAC avala que la duración de una oferta o promoción se sujete alternativamente a un plazo consistente en una fecha o al término de las unidades disponibles, lo que ocurra primero, mientras se informe el número de éstas, lo que se manifiesta en sus comunicaciones públicas efectuadas en su sitio web el 22 de Mayo de 2015 y el 17 de Agosto de 2015;

4°.- Que la parte denunciante, para acreditar su versión de los hechos, acompañó los documentos rolantes de fs. 1 a 16 y de fs. 159 a 164;

5°.- Que la parte denunciada, para acreditar su versión de los hechos, acompañó los documentos rolantes de fs. 165 a 169;

6°.- Que este sentenciador, atendido el mérito del proceso y de acuerdo a las reglas de la sana crítica, llega a la conclusión de que no se ha cometido infracción a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los derechos de los Consumidores y por lo tanto corresponde rechazar la denuncia en virtud de:

a-) Que en cuanto a la no información en la publicidad de la Carga Anual Equivalente (CAE) y el Costo Total del Crédito (CTC), efectivamente el artículo 17 G de la Ley N° 19.496 lo hace exigible cuando el texto del anuncio contiene una cuota o tasa de interés de referencia, lo que no sucede en este caso, puesto que sólo se informa el monto mínimo y cuotas mínimas, y además existe imposibilidad fáctica de informar todos los CAE y CTC para todos los montos y cuotas que se pueden pedir, y

b-) Que en cuanto al incumplimiento del deber de informar el tiempo y plazo de duración de vigencia de lo anunciado, al establecer además del período 1 a 31 de Agosto de 2015 la condición "o hasta agotar stock de 1500 premios", es dable entender que la limitación numérica como complemento de la fecha tope, muestra seriedad al informarlo, puesto que siempre va a existir limitación de stock, siendo determinante en no infringir la Ley Sobre Protección de los Derechos de los Consumidores el hecho de que además de una fecha límite se informe el número de productos y no solamente la frase "o hasta agotar stock", por lo que la denunciada cumplió con su deber de información;

7°.- Que en cuanto a las costas, no se dará lugar a estas en virtud de existir motivo plausible para litigar;

Por estas consideraciones y teniendo además presente lo dispuesto en la Ley 18.287 y 19.496;

SE DECLARA:

Que no ha lugar a la denuncia de fs. 17 a 36, del abogado don JUAN CARLOS LUENGO PEREZ, en representación del SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, en contra de PROMOTORA CMR FALABELLA S.A., representada legalmente por don ALEJANDRO ARZE SAFIAN, sin costas;

ANÓTESE, NOTIFÍQUESE y ARCHÍVESE, en su oportunidad.-

DICTADO POR LA JUEZ (S): SEÑORA ISABEL OGALDE RODRÍGUEZ.-
SECRETARIA ABOGADO (S): SEÑORA CECILIA ORDÓÑEZ URBINA.-



Handwritten marks or scribbles in the top right corner.



Faint, illegible text or markings located in the lower central area of the page.

Santiago, veintiocho de diciembre de dos mil dieciséis.

A fojas 224: téngase presente:

Vistos y teniendo además presente:

Primero: Que de conformidad con lo dispuesto en la primera parte del artículo 17 G de la Ley N° 19.496, los proveedores deberán informar la carga anual equivalente en toda publicidad de operaciones de crédito en que se informe una cuota o tasa de interés de referencia y que se realice por cualquier medio masivo o individual.

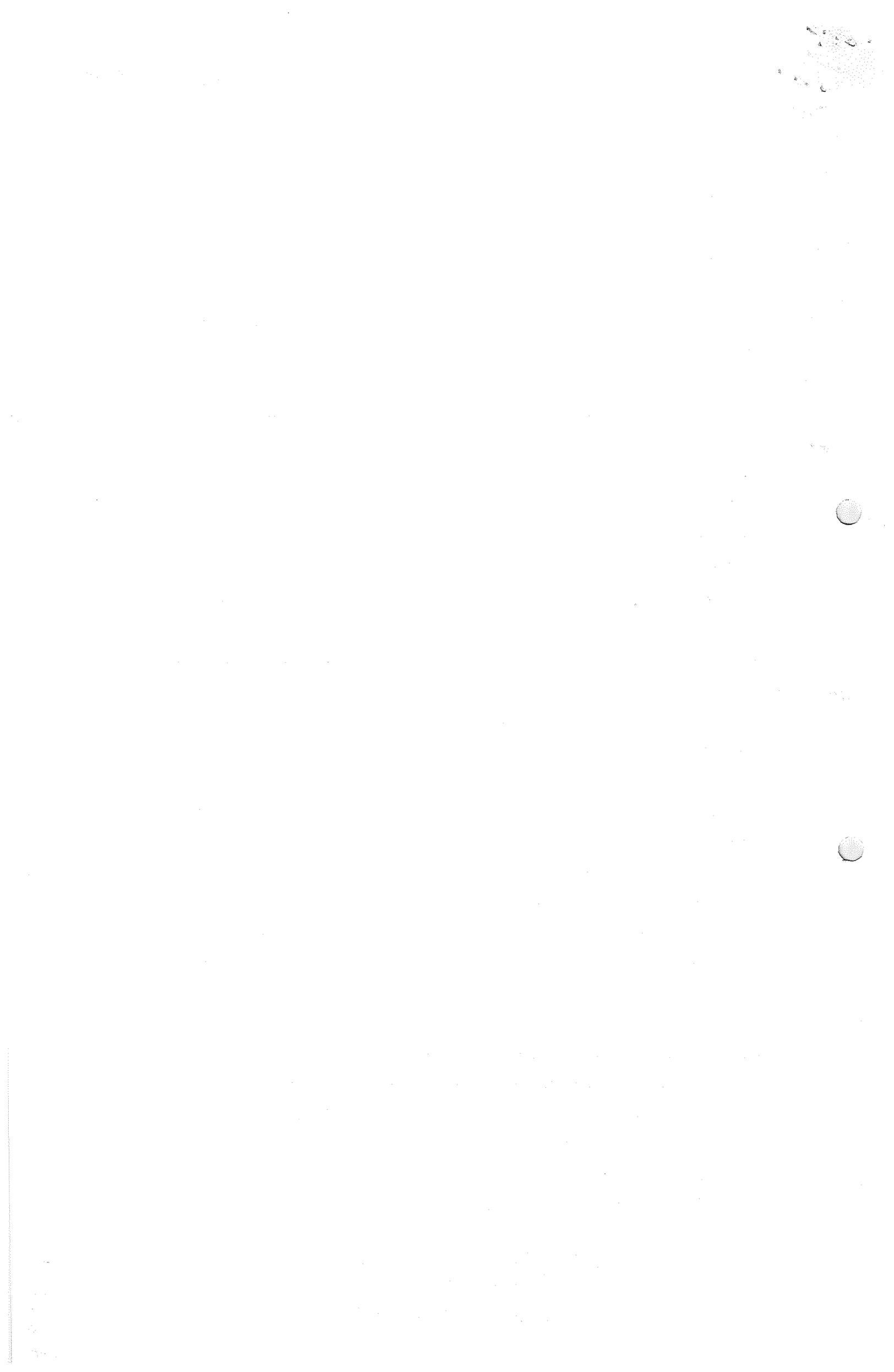
Como puede apreciarse, la obligación de informar la CAE (carga anual equivalente) nace en tanto en la publicidad de una operación de crédito de dinero se informe *una cuota o tasa de interés de referencia* y de la lectura de la pieza publicitaria en que se sustenta la denuncia que dio origen al proceso únicamente aparece que Promotora Falabella S.A. puso en conocimiento de sus potenciales consumidores que podían solicitar un avance de dinero *desde \$120.000 y desde 12 cuotas o más*, esto es, se informó sólo el monto mínimo de capital a pedir y también el número mínimo de cuotas en que el capital que se pidiera podía pagarse, pero en parte alguna la información se refirió al valor referencial de una cuota o de la tasa de interés, lo que evidentemente dependería del monto que se solicitara y del número de cuotas que se pactara.

En razón de lo anterior, resulta evidente que la exigencia de la primera parte del artículo 17 G antes transcrito no era exigible al proveedor y que, por lo mismo, no se ha incurrido en infracción alguna al ofrecerse el producto o servicio del modo como se lo hizo. Pretender una cosa distinta habría importado exigir al proveedor situarse en todos los escenarios posibles en relación al capital pedido y las cuotas para satisfacerlo, a partir de los mínimos señalados, lo que resulta evidentemente absurdo.

Lo mismo cabe señalar respecto de la obligación de informar el costo total del crédito (CTC), que no es sino consecuencia de la de hacer lo propio con la CAE: no resulta lógico exigir que se informe el costo total del crédito cuando únicamente se ha informado respecto de un monto mínimo a pedir y de una cantidad mínima de cuotas en que se puede solucionar.

Segundo: Que en relación a la frase "o hasta agotar stock de 1.500 premios" baste señalar que el propio Servicio Nacional del Consumidor ha manifestado en más de una oportunidad, como se hace valer en los





descargos de la denunciada, que “en caso de la utilización de frases como “hasta agotar stock”, las empresas deben señalar los días que durará la respectiva promoción u oferta y también detallar el número de productos o servicio disponibles”.

En el caso de la especie y sin perjuicio que los bienes sujetos a la limitación del stock no son directamente aquellos que se ofrecen, la publicidad indica que la promoción de los avances en efectivo desde \$120.000 en 12 cuotas o más, con el regalo de 2 McCombo BigMac, es “válida del 1 al 31 de agosto de 2015 o hasta agotar stock de 1.500 premios”, satisfaciéndose con ello las exigencias del propio Servicio denunciante, en tanto se señalan claramente los días que durará la promoción -del 1 al 31 de agosto de 2015- y con detalle el número de productos disponible -1.500-.

De este modo, se satisface suficientemente la exigencia contenida en el inciso primero del artículo 35 de la Ley N° 19.496, en orden a 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”. El reproche que dirige el SERNAC a la publicidad de la denunciada, relativa a que no se informa a los consumidores con la veracidad requerida cuál es la cantidad de stock disponible para cada una de las ciudades, tiendas o, por último, regiones del país, no encuentra sustento alguno no solo en la legislación aplicable, sino en una razonable inteligencia de la norma.

Tercero: Que en razón de lo concluido en los motivos que anteceden, resulta manifiesto que esta Corte comparte el parecer del Tribunal a quo y que, por consiguiente, no encontrándose configurada alguna contravención a la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, debe mantenerse la decisión de rechazar la denuncia.

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 confirma** la sentencia de nueve de junio de dos mil dieciséis, escrita a fojas 184.

Regístrese y devuélvase.

Redacción del Ministro señor Balmaceda.

Policía Local N° 1194-2016.



