

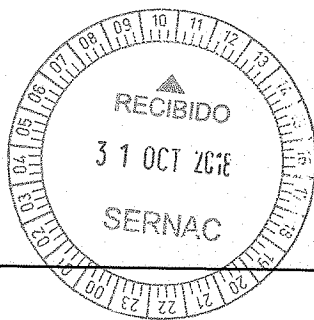
Santiago, Lunes 22 de octubre de 2018

Notifico a Ud. que en el proceso N° 16.533-M-2016/WDP se ha dictado con fecha **22/10/2018**, la siguiente resolución:

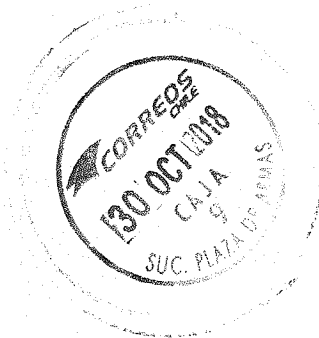
Cúmplase. Atendido el estado del proceso y, no quedando ninguna materia sobre la cual este Tribunal deba pronunciarse o resolver, se ordena el archivo de los antecedentes.



SECRETARIA ABOGADO



004028



 **SANTIAGO**
Ilustre Municipalidad
SEGUNDO JUZGADO DE POLICIA LOCAL
AMUNATEGUI 980 PISO 2
CAS.N°10 SUC.TRIBUNALES
SANTIAGO

I MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO
FRANQUEO CONVENIDO
RES. EXTA. N° 1192 DEL 8.10.74
NACIONAL

ROL N° 16.533-M-2016 /WDP
CERTIFICADA N° 5268989

SEÑOR (A)
JUAN CARLOS LUENGO PEREZ
TEATINOS N° 333 PISO 02
SANTIAGO

De acuerdo a lo dispuesto en el Inc. 4 del Art. 3 de la Ley 18.287, esta carta debe ser dejada en un lugar visible del domicilio indicado.

Santiago, veintiocho de septiembre de dos mil dieciocho.

Vistos y teniendo además presente:

Que en relación a la frase “o hasta agotar stock” baste señalar que el propio Servicio Nacional del Consumidor ha manifestado en más de una oportunidad, como se hace valer por 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 la publicidad indica que la promoción es “válida desde el 19/11/2015 al 05/01/2016 o hasta agotar stock de 300 unidades”, cumpliéndose con ello los requisitos del propio Servicio denunciante, en tanto se señalan claramente los días que durará la promoción -del 19 de noviembre de 2015 al 5 de enero de 2016- y con detalle el número de productos disponible -300-.

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, relativo 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.

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 dieciocho de julio de dos mil diecisiete, escrita a fojas 210.

Acordada contra el voto del Ministro señor Llanos, quien fue de opinión de revocar la referida sentencia y acoger la denuncia formulada por SERNAC, estimando únicamente infringido el artículo 35 de la Ley N° 19.496 y condenar a las denunciadas Seguros Falabella Corredores Limitada y Promotora CMR Falabella S.A. al pago de una multa en el equivalente en pesos a 20 Unidades Tributarias Mensuales, teniendo en consideración para ello:

1°.- Que el artículo 3° inciso 1° letra b) de la Ley N°19.496 dispone: *“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...”*.

Sobre el punto, como lo señala el recurrente, el profesor Francisco Fernández ha señalado en el Manual de Derecho Chileno de Protección al Consumidor que: *“el derecho a la información es determinante para que el consumidor pueda efectuar una elección consciente y adecuada a la opción de consumo que más le convenga. El proveedor, en observancia del principio de buena fe, debe proporcionarle información completa, veraz y oportuna de los antecedentes que inciden en la toma de decisión por parte del consumidor, que son las que la norma legal señala”*.

2°.- Que por su parte, el artículo 35 de la citada Ley, prevé: *“En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de duración...”*. En este punto, cabe hacer presente que cuando el legislador hace alusión a las bases de la promoción u oferta, ha de entenderse que

QCPBGXXJZ



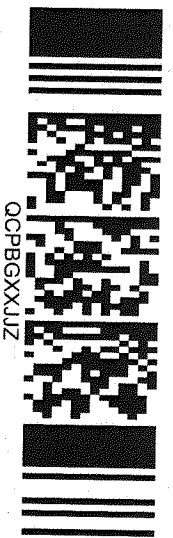
se refiere al máximo de información disponible, en atención que se trata de prácticas transitorias destinadas a capturar la decisión de compra, en razón de condiciones más favorables que las habituales, o bienes o servicios a precios rebajados, lo que hace conveniente la adquisición para los consumidores; de allí que resulta importante el tiempo o plazo de duración.

3°.- Que la circunstancia de haberse efectuado una publicación en la prensa, ofreciendo una promoción de un número determinado de productos, para decidir a los consumidores a adquirir los productos ofertados, bajo la frase *"o hasta agotar stock de 300 unidades"*, no permite tener certeza ni claridad de la oferta realizada, ya que al no contar con la información actualizada sobre el stock disponible, puede no existir el producto al momento de hacer efectiva la compra, en circunstancias que, conforme a la norma legal, el proveedor debe cumplir con el ofrecimiento realizado. Es decir, no se informa las condiciones objetivas que debe conocer el consumidor para acceder a la promoción, transformándose en una promoción incierta.

4°.- Que de modo que al no existir una información comprobable y actualizada respecto de la información entregada por la denunciada, se vulneran en concepto del disidente las disposiciones citadas, que atienden a que el propio consumidor pueda determinar, por sí mismo, si puede acceder o no a la promoción, presupuesto que no se da, al quedar sujeto a una condición de disponibilidad de stock del producto ofrecido.

Regístrese y devuélvase.

Redacción del Ministro señor Balmaceda y de la disidencia, su autor.



Nº 1819-2017.

Pronunciada por la **Primera Sala de la Corte de Apelaciones de Santiago**, presidida por el ministro señor Leopoldo Llanos Sagristá e integrada, además, por los ministros señor Jaime Balmaceda Errázuriz y señor Juan Antonio Poblete Méndez. No firma el ministro señor Poblete, quien concurrió a la vista de la causa y al acuerdo, por encontrarse con permiso administrativo.

LEOPOLDO ANDRES LLANOS
SAGRISTA
Ministro
Fecha: 28/09/2018 13:50:12

JAIME BALMACEDA ERRAZURIZ
Ministro
Fecha: 28/09/2018 13:50:13

MARITZA VERONICA DONOSO
ORTIZ
MINISTRO DE FE
Fecha: 28/09/2018 14:30:38



Pronunciado por la Primera Sala de la C.A. de Santiago integrada por los Ministros (as) Leopoldo Andres Llanos S., Jaime Balmaceda E. Santiago, veintiocho de septiembre de dos mil dieciocho.

En Santiago, a veintiocho de septiembre de dos mil dieciocho, notifiqué en Secretaría por 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.
A contar del 12 de agosto de 2018, la hora visualizada corresponde al horario de verano establecido en Chile Continental. Para Chile Insular Occidental, Isla de Pascua e Isla Salas y Gómez restar 2 horas. Para más información consulte <http://www.horaoficial.cl>.

PROCESO N°16.533-2016- WD.-
SEGUNDO JUZGADO DE POLICIA LOCAL DE SANTIAGO.-
SANTIAGO, Dieciocho de Julio del año Dos Mil Diecisiete.-

VISTOS:

A fs.6 rola ejemplar diario con publicidad
"Contrata tu SEGURO Auto"

A fs.7 rola denuncia formulada por don JUAN
CARLOS LUENGO PEREZ, abogado Director Regional
Metropolitano por el Servicio Nacional del Consumidor en contra
de SEGUROS FALABELLA CORREDORES LIMITADA
representado legalmente por don ALEJANDRO ARZE SAFIAN, por
infracción a la Ley 19.496, sobre Protección al Consumidor;
Denunciada notificada a fs.35 y 35 vta.;

De fs.42 a fs.47 rola fotocopia de fallo judicial;

A fs.48 rola escrito de excepciones de previo y
especial pronunciamiento;

A fs.60 rola comparendo de contestación y prueba;

A fs.73 rola resolución que rechaza las
excepciones de incompetencia absoluta;

A fs.77 rola Bases de la promoción "Campaña
Navidad 2015;

A fs.82 rola Reporte de publicidad Verde;

A fs.84 rola impresión de páginas web;

De fs.87 a fs.167 rolan estados de cuenta de
cliente;

A fs.179 rola contesta denuncia;

A fs.189 rola continuación de comparendo de
contestación y prueba;

A fs.191 rola escrito objeta y observa documentos
y con lo relacionado y,

CONSIDERANDO:

1°.-Que don JUAN CARLOS LUENGO
PEREZ, abogado Director Regional Metropolitano por el Servicio

Nacional del Consumidor denunció a SEGUROS FALABELLA CORREDORES LIMITADA representado legalmente por don Miguel Pacheco Díaz y de PROMOTORA CMR FALABELLAS.A. re presentada por don Alejandro Arze Safian , por haber este último infringido la Ley 19.496, sobre Protección al Consumidor;

2º.- Que la infracción se hace consistir en publicitar la contratación de un seguro de automóvil y pagarlo con la tarjeta CMR los consumidores podrían llevarse una cámara GO PRO HERO 4 SIVER en 36 cuotas iguales de \$9.990.- utilizando una frase restrictiva y sin informar la carga anual equivalente ni el costo total del crédito , infringiendo con su conducta lo dispuesto en los Arts. 3 inciso 1º letra b), 17 letra a) y g) 32, 35 de la Ley de Protección de los Derechos del Consumidor;

3º.- Que la parte denunciada a fs.179 negó los cargos formulados en su contra, señalando en suma que:
El Sernac ha interpuesto una denuncia sin invocar la norma jurídica que lo habilita para realizar dicha actuación
Se imputa a las denunciadas una serie de infracciones, puesto que la publicidad citada en el libelo, a juicio del Servicio, no expresa la Carga Anual Equivalente ni el costo del crédito para el pago de las cuotas del precio del producto que ahí se indica y la frase "hasta agotar stock" sería restrictiva , omitiendo supuestamente su deber de informar en forma veraz, oportuna y completa.
No existe obligación de informar CAE ni CTC pues no se esta frente al ofrecimiento de operaciones de crédito de dinero.
El SERNAC en virtud de la aceptación del medio de pago ofrecido presupone que el producto GO PRO HERO 4 SILVER se vendía en una modalidad tal que el vendedor percibía la totalidad del precio en virtud de la aceptación del medio de pago ofrecido por el comprador , en este caso la tarjeta CMR cargándose a la línea de crédito el costo total equivalente al valor informado de cada cuota multiplicado por el número de cuotas que se pactaren.
Tratándose de un producto ofrecido en promoción en condiciones más favorables a las habituales con excepción de una simple rebaja del precio, la figura empleada es totalmente diferente a la precedentemente citada para si permitir la adquisición del bien

7 elegido por el cliente en condiciones más favorables que eran que el vendedor de los productos, la sociedad promociones y publicidad limitada aceptaba percibir el precio en cuotas, sin ningún tipo de crédito sea por parte de dicho vendedor o por parte de CMR lo que distingue a la promoción con relación a las transacciones habituales aludidas anteriormente, no habiendo crédito de consumo alguno.

CMR no presta al cliente el dinero para pagar el bien al contado, ni pagó al vendedor el precio total de la compraventa, sino que operó como un medio para recaudar mensualmente cada una de las cuotas mediante la modalidad PAC o pago automático de cuenta tal como ocurre con seguros cuenta es de servicios básicos, etc.

Lo que se promocioona no era una operación de crédito de dinero. Tampoco se entiende la cita al art.17 K de la LDC pues dicha norma requiere que existan uno o más consumidores afectados y en la denuncia no se hace referencia a ningún consumidor.

El plazo de duración de la promoción estaba informado de acuerdo a la ley y en términos que el SERNAC considera apropiados

El Sernac señala que al sujetar la duración de la promoción a un plazo compuesto tanto de una fecha cierta como de la existencia de un stock no se entregaría la debida certeza a los consumidores sobre su duración infringiendo el art.35 de la LDC única norma que en relación a este supuesto se considera vulnerada por la entidad pública denunciante.

Etimologicamente, duración, tiempo y plazo son conceptos idénticos sin que la disposición exiga fechas ciertas de vigencia para las ofertas y promociones sino lo hubiese dicho expresamente.

Lo que exige la ley es una época de vigencia un inicio y un fin determinados lo que si ha ocurrido en autos

En el caso de una promoción u oferta, la naturaleza del plazo de vigencia es extintiva, pues una vez cumplido se extingue el derecho para hacerla efectiva.

El plazo de la promoción se encontraba informado en términos bastantes ciertos y determinados, por cuanto su inicio era el 19 de Noviembre de 2015 y su finalización era el 05 de enero de 2016 o bien cuando se agotar el stock de 300 unidades el que se puso en conocimiento del público siendo legal y legítimo que Seguros Falabella Corredores Limitada incentivara la contratación del

producto intermediado mediante una promoción que podía terminar por la llegada de la fecha prevista o por agotarse a las unidades dispuestas.

Incluso SS el propio SERNAC avala que la duración de una oferta o promoción se sujete, alternativamente, aun plazo consistente en una fecha o al término de las unidades iniciales disponibles (stock) lo que ocurra primero, mientras se informe el número de unidades disponibles.

La denuncia interpuesta por el Sernac debe ser declarada temeraria La denuncia carece de fundamento plausible toda vez que esta misma institución interpuso anteriormente igual denuncia en el Primer Juzgado de Policía Local de Santiago bajo el rol N°3386-GA-2015 por usar una frase restrictiva y no informar la carga anual equivalente ni el costo total del crédito en una promoción idéntica a la cuestionada en estos autos, la que fue rechazada

4°.- Que el SERNAC, para acreditar los hechos en que funda su presentación rindió prueba documental consistente en:

Ejemplar diario con publicidad "Contrata tu SEGURO Auto" de fs.6:

5°.- Que SEGUROS FALABELLA
CORREDORES LIMITADA y PROMOTORA CMR FALABELLA
rindió prueba documental consistente en:

Documentos de fs.75 a fs.178;

6°.-Que las objeciones formuladas a los documentos acompañados por las partes, no impide al Tribunal considerarlos, aduciendo lo dispuesto en el Artículo 14 de la Ley 18.287;

7°.-Que no existen otros antecedentes acompañados al proceso;

8°.- 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 K de la Ley N° 19.496 no puede hacerse exigible puesto que no se trata de un operación de crédito a las que hace referencia la norma legal citada sino que se trata de una campaña o promoción publicitaria de un seguro automotriz que pagándose por medio de la tarjeta de CMR obtiene un producto que puede pagar en 36 cuotas iguales tal como se aprecia en los estados de cuentas Premium acompañados en autos, sin intereses por lo que se trataría de una figura distinta esto es de una venta a plazo tal como concluyo el Juez del Primer Juzgado de Policía Local y no de una operación de crédito de dinero de CMR al consumidor, sin que exista entonces la obligación de informar el CAE y CTC como lo señala el SERNAC;
- b) Que en cuanto al incumplimiento del deber de informar el tiempo y plazo de duración de vigencia de lo anunciado, al establecer además el período de inicio del 19 de noviembre de 2015 hasta el 05 de Enero de 2016 o bien cuando se agotar el stock de 300 unidades 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;

9°.- Que en cuanto a las costas, no se dará lugar a estas en virtud de existir motivo plausible para litigar;

10°.-Que en cuanto a la declaración de denuncia temeraria solicitada por la parte denunciada no se dará lugar a esta atendido que el SERNAC actuó en uso de las facultades legales que le confiere el art.58 letra g) de la ley 19.496;

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. 7 deducida por el abogado don JUAN CARLOS LUENGO PEREZ, en representación del SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, en contra de SEGUROS FALABELLA CORREDORES LIMITADA representado legalmente por don MIGUEL PACHECO DIAZ y de PROMOTORA CMR FALABELLA S.A., representada legalmente por don ALEJANDRO ARZE SAFIAN, sin costas;

ANÓTESE, NOTIFÍQUESE Y ARCHÍVESE, en su oportunidad.

DICTADO POR EL JUEZ TITULAR: DON MANUEL NAVARRETE POBLETE.-

SECRETARIA
RODRIGUEZ.-

ABOGADO: SEÑORA ISABEL

