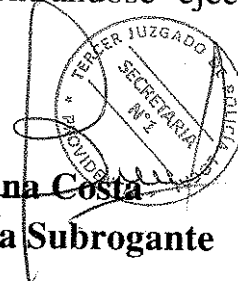


Providencia, a primero de octubre de dos mil dieciocho.

Como se pide, certifíquese lo que corresponda por la secretaria del tribunal.

Rol N°32.355-05-2017.-

CERTIFICO: Que, en contra de la sentencia de fojas 105 y siguientes de fecha 5 de junio de 2018, no existe ningún recurso pendiente en su contra y el plazo para interponerlo se encuentra vencido, encontrándose ejecutoriada dicha sentencia. Providencia, 01 de octubre de 2018.



Silvana Costa
Secretaria Subrogante

Providencia, a cinco de junio de dos mil dieciocho.

VISTOS:

La denuncia interpuesta en lo principal de la presentación de fojas 8 y siguientes, rectificadas a fojas 27, por Juan Carlos Luengo Pérez, abogado, Director Regional Metropolitano de Santiago del **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR** y su representación, ambos domiciliados en calle Teatinos 333, Piso 2°, Santiago, en contra de **COMPAÑÍA PANAMEÑA DE AVIACIÓN S.A.**, representada legalmente por Luz María Peña Galán, ignora profesión u oficio, ambas domiciliadas en Av. El Golf 99, Las Condes, por infracción a los artículos 3° inciso 1° letra b) en relación al artículo 1° N°3, incisos 1° y 3, y 32, y artículo 1 N°4 en relación al artículo 12 de la Ley 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

Fundamenta la denuncia exponiendo que con fecha 26 de marzo de 2017, a través de un medio de difusión social, la Revista del Domingo, suplemento del Diario El Mercurio, la empresa denunciada publicita los destinos Ciudad de Panamá y Bocas del Toro incurriendo en graves faltas al deber de información. Utiliza en formato de letra chica ilegible por tamaño menor a 2,5 milímetros y contraste débil; informa el precio de los servicios que ofrece en dólares y no en moneda de curso legal, pesos; informa que el valor publicitado está sujeto a cambio sin aviso previo; y falta información veraz y oportuna en relación a los cupos disponibles en base al "precio desde".

A fojas 76, Luz María Peña Galán, en representación de Compañía Panameña de Aviación S.A., en adelante COPA, ambos domiciliados en El Golf 99, local 101-A, Las Condes, designa como abogado patrocinante a Patricio Reyes Infante y confiere poder a éste y a los abogados María Ignacia Sepúlveda Avaria y a Guillermo Bofill Ferretti, todos domiciliados en Alonso de Córdova 5320, piso 14°, Las Condes.

La audiencia de contestación y prueba se llevó a efecto con la asistencia de ambas partes, según consta del acta que rola a fojas 93 y siguiente.

El tribunal llamó a las partes a avenimiento, pero éste no se produjo.

La parte de **COMPAÑÍA PANAMEÑA DE AVIACIÓN S.A.** contesta la denuncia en la presentación de fojas 78 a 92. En primer término, alega que la acción intentada en autos no es de aquellas de competencia de los

juzgados de policía local, por lo que procede que se declare la incompetencia del tribunal.

Enseguida, señala que en la industria aérea influyen factores tan variados como costos indexados en moneda extranjera, sujetos a permanente variación por factores internacionales, costos aeroportuarios definidos y modificados sin previo aviso por cada país, valor del insumo necesarios para la operación, etc., situación que hace necesario informar a los consumidores la existencia de circunstancias que podrían eventualmente implicar un cambio en el valor de los pasajes. Es importante considerar que en la especie, los consumidores podían adquirir programas de viaje al destino ofrecido entre los meses de marzo y diciembre de 2017, esto es, durante nueve meses, lo que hace plenamente justificado que una línea aérea frente a circunstancias extraordinarias, incorpore en su publicidad la posibilidad de modificar las tarifas originalmente informadas, cuando dichas circunstancias efectivamente se producen. En todo caso, tales cambios sólo podrían ser procedentes antes de concretarse la venta, y previa información al pasajero.

En relación con los precios “desde” y “cupos disponibles”, una aerolínea ofrece dentro de un vuelo diferentes tarifas las que están asociadas a la cabina (economy, business y primera clase) como asimismo a las condiciones del pasaje en términos de sus posibilidades de cambio y devolución. La citada publicidad ofrece los pasajes a la categoría más rebajada, los que por lo tanto tienen asociados la mayor cantidad de restricciones, por lo que no cabe duda que un consumidor puede adquirir pasajes con otras características en términos de flexibilidad, restricciones, etc., obviamente a otro valor.

En cuanto a la falta de información del número de cupos disponibles respecto del precio “desde”, de acuerdo a la definición de la Ley del Consumidor estamos en presencia de una “oferta”, esto es, COPA ofreció la venta de pasajes a valores rebajados respecto de sus valores habituales, por un período acotado de tiempo. La información entregada en la publicidad objetada resulta completamente ajustada a derecho y a las normas de la Ley 19.496. La confusión radica en el artículo 36 el cual exige en materia de

“promociones” informar al público sobre el monto o número de premios y el plazo en que se podrán reclamar.

Respecto a la información de precio en dólares y no en pesos, constituye una práctica comercial generalmente aceptada e internalizada por los consumidores, ya que sirve para comparar valores de los pasajes aéreos internacionales.

Finalmente en cuanto al tamaño de la letra, la Ley del Consumidor ha establecido una obligación en los contratos de adhesión consistente en que el tamaño de la letra de los mismos no puede ser inferior a 2,5 milímetros, se trata de una obligación aplicable únicamente a los contratos de adhesión, toda vez que es a través de ellos se forma el consentimiento entre las partes; por lo que esta exigencia no es aplicable a un aviso publicitario, no corresponde configurar una infracción legal por analogía.

La prueba documental rendida en la audiencia.

CONSIDERANDO Y TENIENDO PRESENTE:

Sobre la incompetencia:

- 1.- Que la jurisprudencia de nuestros tribunales ha señalado, en forma reiterada, que al SERNAC le asiste como función esencial velar por la protección de los “intereses generales de los consumidores”, se entiende por interés general, el interés de la sociedad toda, siendo éste un interés cualitativo, que dice relación con la protección de los consumidores en cuanto grupo abstracto de sujetos, afectado por la vulneración del marco regulatorio existente.
- 2.- Que en cuanto a la competencia del tribunal, el artículo 50 A de la Ley 19.496, dispone que los jueces de policía local conocerán de todas las acciones que emanan de esta ley, aplicando la normativa legal que dispone el artículo 50 B, esto es, la Ley del Consumidor, Ley 18.287 y, en subsidio, las normas del Código de Procedimiento Civil. La excepción a esta regla general, está contemplada en el inciso tercero del artículo 50 A, que establece que las acciones de interés colectivo o difuso serán de competencia de los tribunales ordinarios de justicia, de acuerdo a las reglas generales.

3.- Que en consecuencia, esta sentenciadora estima que la parte de SERNAC ejerció la acción velando por el interés general de los consumidores, y este tribunal es competente para conocer de la materia.

Sobre el fondo:

4.- Que a fojas 7 se acompañó la Revista del Domingo, suplemente del Diario El Mercurio, publicado el día 26 de marzo de 2017, en su página 25 contiene la pieza publicitaria objeto de esta causa.

5.- Que el artículo 3° inciso primero de la Ley 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, establece los 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, y el deber de informarse responsablemente de ellos”.

6.- Que el artículo 32 del mismo cuerpo legal, dispone, en lo pertinente, que la información básica comercial de los servicios y de los productos, así como su identificación, instructivos de uso y garantías, y la difusión que de ellos se haga, deberá efectuarse en idioma castellano, en términos comprensibles y legibles en moneda de curso legal, y conforme al sistema general de pesos y medidas aplicables en el país, sin perjuicio que el proveedor o anunciante pueda incluir, adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida.

7.- Que de acuerdo al artículo 1° N°4 de la Ley del Consumidor, Publicidad es 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 en el contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28.

8.- Que la recta inteligencia de los preceptos antes señalados, conduce a concluir que el consumidor tiene derecho a acceder a la información respecto del bien o servicio ofrecido por el proveedor, esto es, al producto específico que se le ofrece, y específicamente al precio del mismo y a las condiciones de su contratación y también a las demás características principales o importantes del bien o servicio. En términos simples, el consumidor tiene derecho –y por

consiguiente el proveedor tiene la obligación correlativa- a que se le informe de manera cierta, efectiva, idónea, completa y precisa respecto del producto o servicio que se le ofrece y las condiciones en que se lo hace.

9.- Que resulta claro que la denunciada incurrió en infracción al informar los precios sólo en moneda extranjera, y no señalar el valor del servicio en pesos chilenos.

10.- Que en cuanto al tamaño de la letra y contraste utilizado en la publicidad, resulta ser una letra ilegible, incomprensible para el consumidor promedio, por lo que la publicidad no es clara e inductora a error, pudiendo tornarse en una publicidad engañosa, poco clara, que vulnera la Ley del Consumidor.

11.- Que por otra parte, informar que los valores publicitados están sujetos a cambios sin aviso previo, sin indicar los parámetros objetivos que hagan variar los precios ofertados, también reviste caracteres de publicidad engañosa, ya que el consumidor queda al arbitrio del proveedor. Lo mismo en cuanto a no indicar los cupos disponibles en base al precio desde.

12.- Que atendido lo antes expuesto, este tribunal estima que la publicidad no ha sido veraz ni oportuna, sino incompleta, inductora a error para el consumidor promedio, que no ha podido apreciar con precisión, en su total dimensión, la naturaleza de la oferta, por lo que se estiman configuradas las infracciones denunciadas.

Y atendido lo dispuesto en los artículos 1 y 13 de la Ley N°15.231, Orgánica de los Juzgados de Policía Local; 14, 17 y 23 de la Ley N°18.287, de Procedimiento ante estos mismos Tribunales; y la Ley N°19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores,

SE DECLARA:

- A. Que no se hace lugar a la excepción de incompetencia.
- B. Que se hace lugar a la denuncia infraccional interpuesta en lo principal de la presentación de fojas 8 y siguientes, y se condena a **COMPAÑÍA PANAMEÑA DE AVIACIÓN S.A.**, ya individualizada, a pagar una multa de 10 U.T.M. (Diez Unidades Tributarias Mensuales) por infringir el artículo 3° letra b) y 32 de la Ley 19.496. Sin costas.

ANÓTESE Y NOTIFÍQUESE

ROL N°32.355-5-2017

Dictado por la Juez Titular, **Carlota Martínez Campomanes**

Secretaria Titular, **María Isabel Brandi Walsen.**

