

Las Condes, siete de junio de dos mil diecinueve.

**VISTOS:**

Estos antecedentes, denuncia de fs. 27 y siguientes, de fecha 15 de diciembre de 2017, interpuesta por el **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR (SERNAC)**, representado por **ERICK ORELLANA JORQUERA**, Abogado, ambos domiciliados en calle Teatinos N° 333, piso 2, comuna de Santiago, basada en los hechos que relata y documentos que acompaña, en contra de **ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.**, representada legalmente por **ANTONIO BÜCHI BUC**, domiciliados en Avenida Costanera Sur N° 2.760, piso N° 23, comuna de Las Condes, y que en estos autos se trata de determinar la responsabilidad que le pudiera corresponder por una supuesta infracción a la Ley N° 19.496, sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en circunstancias que:

A fojas 27 y siguientes, **SERNAC** relata los hechos fundantes de la denuncia y al respecto expresa que, con el objeto de verificar el cumplimiento de las normas sobre información y publicidad, se elaboró el “Reporte de Publicidad de Telecomunicaciones. El caso de la telefonía móvil”, detectando durante la investigación la existencia de fuertes campañas de publicidad relativas a ofrecimientos “ILIMITADOS”, tanto en Gigas, Minutos, SMS, etc., las cuales se deben realizar con estricto apego a la Ley sobre Protección a los Derechos de los Consumidores en cuanto al cumplimiento del deber de información que les asiste a los proveedores en su rol profesional y tomando en especial consideración la asimetría existente entre las partes, como también en virtud del Principio de Veracidad y Comprobabilidad que rige en la publicidad. Agrega, que el citado estudio arrojó que la campaña publicitaria de la denunciada llamada “**CONEXIÓN ILIMITADA**” no se encontraba ajustada a la Ley, la cual fue difundida tanto en su sitio web como en prensa escrita con fecha 14 de noviembre de 2017, a través del Diario La Tercera, en la que se señalaba: “**CONEXIÓN ILIMITADA. CÁMBIATE A UN PLAN ILIMITADO DESDE \$32.990 Y SUMA PLANES CON GIGAS Y MINUTOS ILIMITADOS POR SOLO \$16.990 POR CADA ADICIONAL**”. En el respectivo afiche publicitario, en formato de letra ilegible por contraste al final del

Primer Juzgado de Policía Local de Las Condes  
Avda. Apoquindo N° 3.300. Piso 1°.  
Las Condes

anuncio se indicaba que *“Plan de \$32.990 cargo fijo mensual incluye datos móviles, minutos y SMS ilimitados en calidad optimizada, permitiendo reproducción de música a tasa max. 0.3 Mbps y videos en calidad estándar (SD, 480p o tasa max. de 1 Mbps). Por cada línea adicional contratada con un plan de \$32.990 cargo fijo mensual, se otorgará un descuento y pagarás solo \$16.990 cargo fijo mensual. Descuento aplicable hasta 3 líneas adicionales como máximo bajo un mismo RUT y se mantienen si no cambian los requisitos que originan el descuento. Voz, internet y mensajes para uso dentro del territorio nacional, excluyendo zonas con tarifas especiales e Isla de Pascua. Contratación de planes sujetas a evaluación comercial. Más información de planes y medidas de gestión de red en [www.entel.cl](http://www.entel.cl)”*. A su vez, se revisó el mencionado sitio web, en el cual se difundía la misma publicidad, con otros planes además del “Plan Ilimitado” denominados “25 GB e Ilimitado Full”, en los cuales supuestamente se podría acceder a minutos y gigas ilimitados a partir de una determinada tarifa de acuerdo al plan contratado, lo cual constituye una promesa publicitaria absolutamente inductiva a error o engaño a sus destinatarios, debido a que el ofrecimiento no es real, por cuanto en el apartado del sitio web “Condiciones Generales” se detectó una restricción transversal a los tres planes, dejando sin efecto lo ofrecido como ilimitado, configurándose una publicidad engañosa al disponer que *“el cargo fijo mensual de los planes 25 GB, Ilimitado Pro e Ilimitado Full incluye llamadas de voz originadas y terminadas dentro de Chile en una cantidad ilimitada de minutos hasta 300 números distintos de destino en un mes. Una vez excedidos estos 300 números, las llamadas a números distintos de los primeros 300, comenzarán a cobrarse a \$99 el minuto”*. Finaliza argumentando, que la denunciada incurrió en publicidad engañosa tanto en relación a la promesa principal de minutos ilimitados, como respecto del precio y/o tarifa del plan publicitado, puesto que no existe posibilidad alguna de poder hablar ilimitadamente al existir la restricción de los 300 números distintos de destino, y además, porque la tarifa no será respetada si se excede dicha cantidad de números de destino al cobrarse \$99 el minuto luego de superar dicho límite.

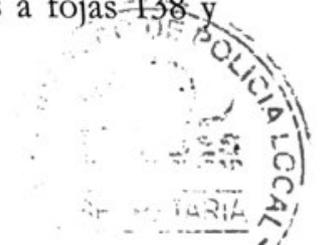
A fs. 91 y a fojas 119 y siguientes, la denunciada niega los cargos y expresa que no ha cometido infracción alguna a la normativa protectora de los derechos de los consumidores, ya que ha cumplido cabalmente con los requisitos de forma y fondo que se requieren para que su publicidad cuente con los requisitos de veracidad, legalidad, honestidad y lealtad que exige el ordenamiento jurídico. Añade, que en cuanto a los requisitos de forma, SERNAC funda su pretensión infraccional en una imagen publicitaria alterada en su escala, lo cual tiene relevantes consecuencias para su

Primer Juzgado de Policía Local de Las Condes  
Avda. Apoquindo N° 3.300. Piso 1°.  
Las Condes

apreciación, sin que la denominada “letra chica” afecte su visualización ya que se utilizó un fondo azul para facilitar la lectura de los términos y condiciones y un tamaño adecuado, siendo completamente visible, legible y de fácil comprensión. En lo relacionado con los requisitos de fondo, expresa que el empleo de la palabra “ilimitado” no resulta engañoso, toda vez que a través de sus estudios de mercado, se logró detectar que el promedio de llamadas móviles realizadas por los consumidores no superan los 70 destinos al mes, por lo que la restricción implementada tiene su fundamento en evitar el uso impropio del servicio, y teniendo en consideración que la publicidad se debe entender como un todo, en la que se facilitó la lectura de los términos y condiciones de la oferta, se puede calificar como veraz la oferta publicitada por cuanto se puede hablar ilimitadamente a un máximo de 300 números por un precio determinado, todo lo que fue debidamente informado y detallado en la publicidad denunciada y contenida en un único soporte publicitario. Concluye aseverando, que no se ha recibido reclamo alguno por parte de sus clientes, por lo que no se ha provocado perjuicio o fraude a ninguno de ellos.

Con fecha 9 de mayo de 2019, a fojas 134 y siguientes, se llevó a cabo la audiencia de conciliación, contestación y prueba, con la asistencia de los apoderados de las partes, ocasión en que llamadas a conciliación, ésta no se produjo, luego de la cual la denunciante procedió a ratificar su acción, en tanto que la parte denunciada contestó por escrito, en los términos desarrollados en el párrafo precedente, pidiendo que se le tenga como parte integrante de la audiencia y, en definitiva, el rechazo de la denuncia, con costas.

En cuanto a prueba testimonial, la parte de **ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.** presentó al testigo Agustín Tagle Ossa que depuso a fojas 134 y siguientes; y en relación con la prueba documental, las partes rindieron la que rola en autos, la cual, en su oportunidad y de ser necesario y atingente, será consignada. A su vez, la denunciante solicitó la fijación de una audiencia de percepción documental respecto al CD acompañado, en el cual se encuentran imágenes del sitio web de la denunciada durante el mes de noviembre de 2017, la cual se efectuó a fojas 167, siendo agregadas al proceso todas las imágenes allí contenidas, rolantes a fojas 138 y siguientes.



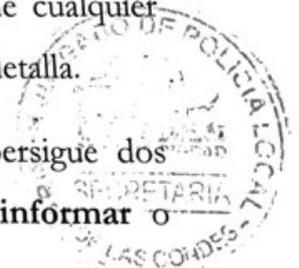
**CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO:**

**I. En cuanto a la tacha:**

- 1°) Que, **SERNAC** tachó a fs. 134 al testigo Agustín Tagle Ossa, presentado por **ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.**, invocando las causales de inhabilidad contempladas en los numerales 5 y 6 del artículo 358 del Código de Procedimiento Civil, esto es, por ser trabajador dependiente de la persona que exige su testimonio y por carecer de la imparcialidad necesaria para declarar por tener en el pleito un interés directo o indirecto.
- 2°) Que, **ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.** se opone a la tacha opuesta, por cuanto el testigo trabaja para la empresa Entel S.A., la que es una persona jurídica diferente a la denunciada de autos, sin existir una relación de dependencia con la parte que lo presenta.
- 3°) Que, procede acoger la tacha, ya que el testigo afirma trabajar para **Entel S.A.**, por lo tanto, es evidente el vínculo de dicha empresa con el grupo empresarial al que pertenece la denunciada, por lo cual se logra colegir la existencia de una relación laboral entre ellas, careciendo, en consecuencia, de la imparcialidad necesaria que debe detentar un testigo.

**II. En cuanto a lo infraccional:**

- 4°) Que, en estos autos se trata de establecer la responsabilidad que le pudiera corresponder a **ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.** en una supuesta infracción a la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.
- 5°) Que, antes de cualquier reflexión, es necesario indicar que el artículo 1 N° 4 de la Ley N° 19.496 define el término "**publicidad**" 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, añadiendo que son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28, norma que sanciona a quien, a sabiendas o debiendo saberlo, a través de cualquier mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de los seis casos que detalla.
- 6°) Que, de dicha conceptualización se desprende que la publicidad persigue dos objetivos o finalidades: el primero, de carácter objetivo, consiste en **informar** o



proporcionar al consumidor el conocimiento suficiente respecto del bien o servicio a fin de que quede en condiciones de efectuar una elección libre y reflexiva, la cual debe reunir para el efecto los requisitos de oportunidad, veracidad y claridad, dando de este modo satisfacción al derecho a una información veraz y oportuna exigido por el artículo 3 letra b) de la Ley en comento, publicidad que, además, según lo demanda el artículo 33 de la Ley, debe ser susceptible de comprobación y no debe contener expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor; y el segundo, de índole subjetiva, consiste en **motivar, estimular y persuadir** a los consumidores a fin de que adquieran el bien publicitado o contraten el servicio ofrecido, la cual, con un criterio comercial, tenderá a resaltar o exagerar las cualidades y a ocultar sus defectos o desventajas comparativas.

7°) Que, íntimamente vinculado con la publicidad se encuentra el denominado **“deber de información”** que ha sido definido como **“aquel que pesa sobre una de las partes a suministrar a la otra todo tipo de elementos que puedan clarificar el consentimiento de aquella, ya sea previo a la celebración del contrato o durante su ejecución”**, y que, en el caso de las primeras (las anteriores al contrato) revisten el carácter de precontractuales y que el proveedor está obligado a facilitar al consumidor o usuario, teniendo su fundamento en la desigualdad de información que existe entre el proveedor y el consumidor en pos de una relación más simétrica.

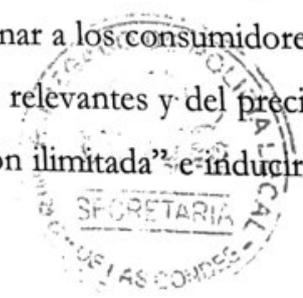
8°) Que, precisado el concepto y finalidades de la publicidad, en este punto cabe añadir que el artículo 1 N° 4 de la Ley N° 19.496, luego de definir el término, positiviza el denominado **“principio de la integración”** al disponer que se entienden incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato, agregando que son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28, entre las cuales se encuentra las contempladas en la letra c) que consagra como tales a las **características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante** y también la letra d) que incluye el **precio del bien o la tarifa del servicio.**

9°) Que, aplicando estos principios y normas al caso concreto que nos ocupa y teniendo a la vista el aviso publicitario rolante a fojas 1 y las imágenes de fojas 138 y siguientes en que constan los diferentes anuncios de los planes ofrecidos en el sitio web www.entel.cl durante el año 2017 y los términos y condiciones generales de dichas ofertas (fojas 145), se observa claramente que en el afiche de fojas 1 la información proporcionada no es completa ni suficiente, por cuanto en la denominada “letra chica” no se brinda una

información crucial, que es que dicha oferta se encuentra sujeta a una restricción que en la práctica no permite disfrutar de un servicio de minutos y gigas ilimitados, ya que una vez superados los 300 destinatarios al mes, se comenzará a aplicar un cobro de \$99 por cada minuto en exceso, quedando, en consecuencia, la oferta de "ilimitado" sin efecto, ya que de acuerdo a la definición que entrega la Real Academia Española, ilimitado significa que no tiene límite, es decir, que no se encuentra sujeto a restricción de ningún tipo, lo que evidentemente la publicidad de la denunciada incumple, por cuanto ésta contempla un límite de 300 destinatarios, quedando por consiguiente, la oferta como ilusoria y engañosa, ya que cualquier consumidor promedio tendrá la razonable expectativa de contar con una inagotable cantidad de minutos, lo cual no se verificará realmente.

10°) Que, a mayor abundamiento, se advierte al analizar la paleta publicitaria agregada a fojas 1, que en su parte inferior se señala cierta información relativa a las ofertas por líneas adicionales y sus respectivos requisitos, en una ilegible y minúscula letra que dificulta su lectura y comprensión, y si bien la ley no regula el tamaño de las anotaciones al pie de cada afiche, éste debe ser necesariamente proporcional con el resto del aviso, lo que contrasta con lo pequeño y poco nítido del mensaje atendiendo el soporte en que se difunde; el cual, además, no hace referencia alguna a las limitaciones indicadas en las "Condiciones Generales" de los planes ofrecidos en el sitio web de la proveedora, encontrándonos, entonces, ante un afiche que no se basta a sí mismo al omitir una información tan relevante como es la restricción de 300 números de destino y el precio que se cobrará si se excede dicha limitación, convirtiéndola en una publicidad carente de claridad y transparencia, siendo, por tanto, inductiva a error y engañosa, impidiendo apreciar a toda persona que demanda bienes y servicios, con precisión y en su total dimensión, las cualidades positivas de la oferta.

11°) Que, en consecuencia, esta sentenciadora, con el mérito de las pruebas, antecedentes, razonamientos y motivaciones consignadas en los considerandos precedentes, todo ello apreciado conforme a las normas de la sana crítica, según lo dispone el artículo 14 de la Ley N° 18.287, da por establecido que la denunciada infringió los artículos 3 letra b), 28 letras c) y d) y el artículo 33 de la Ley N° 19.496 al no proporcionar a los consumidores una información veraz y oportuna respecto de las características relevantes y del precio del bien o servicio ofrecido en su campaña publicitaria "conexión ilimitada" e inducir a

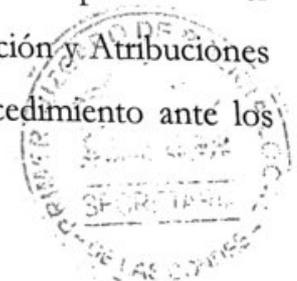


error o engaño en el mensaje publicitario de fojas 1 y en los anuncios de su sitio web que constan a fojas 138 y siguientes, al no ser éstos ciertos, exactos y completos, por lo que procede acoger la denuncia que dio inicio a estos autos y dictar sentencia condenatoria en su contra al utilizar una publicidad engañosa para ofertar sus planes; agravándose la infracción cometida al ser reincidente en dicha conducta, ya que en causa rol N° 2.661-15-2015 seguida ante este mismo Tribunal, fue condenada por hechos similares.

12°) Que, útil es recordar, que con respecto a la determinación de la cuantía de la multa, el artículo 24 de la Ley N° 19.496 al momento de los hechos denunciados establecía que las infracciones a su normativa serán sancionadas con multa de hasta cincuenta unidades tributarias mensuales, en tanto que su inciso 2 consagra una multa especial de hasta **setecientos cincuenta unidades tributarias mensuales en el caso de publicidad falsa o engañosa difundidas por medios de comunicación social**, añadiendo en su inciso final que para su aplicación se “tendrá especialmente en cuenta la cuantía de lo disputado, **los parámetros objetivos que definan el deber de profesionalidad del proveedor, el grado de asimetría de información existente entre el infractor y la víctima**, el beneficio obtenido con motivo de la infracción, la gravedad del daño causado, el riesgo a que quedó expuesta la víctima o la comunidad y la situación económica del infractor”.

13°) Que, finalmente y sin perjuicio de la facultad que tienen las partes para objetar la prueba instrumental rendida, lo cual no ha ocurrido en la especie, es del caso hacer presente que de conformidad al artículo 14 de la Ley N° 18.287, sobre Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local, el Juez aprecia la prueba y los antecedentes de la causa, de acuerdo con las reglas de la sana crítica, esto es, de acuerdo a la lógica, el buen sentido y las máximas de la experiencia, las que son ante todo, las reglas del correcto entendimiento humano además de la propia y particular experiencia del sentenciador, quien, en su labor de apreciación de ponderación de la prueba rendida, debe analizar las cosas de forma empírica, en virtud de las cuales, este Tribunal se ha formado la convicción que se refleja en esta sentencia.

Por estas consideraciones, Y TENIENDO PRESENTE lo dispuesto en el artículo 1.698 del Código Civil, Ley N° 15.231, Ley sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local; Ley N° 18.287, Ley sobre Procedimiento ante los



Primer Juzgado de Policía Local de Las Condes  
Avda. Apoquindo N° 3.300. Piso 1°.  
Las Condes

Juzgados de Policía Local; y Ley N° 19.496, Ley que establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, **se declara:**

**EN CUANTO A LA TACHA:**

- Que se acoge la tacha deducida a fs. 134 por **SERNAC** respecto del testigo Agustín Tagle Ossa, presentado por la parte de **ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.**, de acuerdo a lo expuesto en el considerando 3°.

**EN CUANTO A LO INFRACCIONAL:**

- Que se acoge la denuncia interpuesta en lo principal de la presentación de fs. 27 y siguientes y se condena a **ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.**, representada legalmente por **ANTONIO BÜCHI BUC**, ya individualizados, a pagar una multa de **SESENTA UNIDADES TRIBUTARIAS MENSUALES**, por ser autor de las infracciones consignadas en el considerando 11°.

- Que si no pagare la multa impuesta dentro del plazo legal de cinco días, sufrirá por vía de sustitución y apremio **QUINCE** noches de reclusión, que se contarán desde su ingreso al establecimiento penal respectivo, sin otro apercibimiento.

**ANÓTESE, NOTIFÍQUESE, COMUNÍQUESE AL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR Y ARCHÍVESE EN SU OPORTUNIDAD.-**

**ROL N° 26.050-8-2017**

Pronunciada por doña **MARÍA ISABEL READI CATAN**, Jueza Titular.-

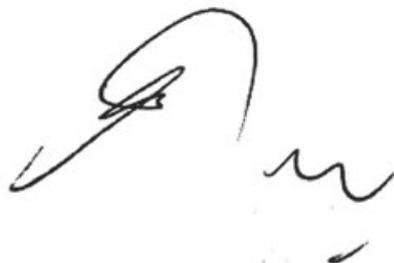
Autorizada por don **JAVIER ITHURBISQUY LAPORTE**, Secretario Titular.-



Las Condes, cuatro de julio de dos mil diecinueve. —

CERTIFICO QUE LA SENTENCIA QUE ROLA A FOJAS 181 Y SIGUIENTES DE ESTOS AUTOS, SE  
ENCUENTRA EJECUTORIADA.

Causa Rol: 26.050-8-2017.-

A handwritten signature in black ink, consisting of a large, stylized initial 'A' followed by a cursive 'm' and a small flourish below it.

# ORDEN DE INGRESO MUNICIPAL

N° 12984591

U. G I R A D O R A

NOMBRE	ENTEL PCS TELECOMUNICACIONES S.A.
DOMICILIO	
TRIBUTO	MULTAS DE JUZGADO 1

RUT	96806980-2
O. CLASIF	2017026050
FONO	

FOLIO

6218792

LEY DEL CONSUMIDOR  
CAUSA ROL: 026050-08-2017

Código Verificador

1347308009291525085108215661



2017026050

PAGADO  
\$2.924.460  
12984591

UNIDAD GIRADORA	JUZGADO	VENCIMIENTO DE PAGO	25/06/2019
FECHA DE EMISION	25/06/2019	TOTAL A PAGAR	2.924.460

80

25/06/2019 y 11 Regeneración

✓