

## FICHA ANÁLISIS DE SENTENCIA

### IDENTIFICACIÓN

Partes:	SERNAC con EASY
Tribunal:	Corte de Apelaciones de Santiago, Sexta Sala
Ministros:	Nadal Lusic, Dobra; Calvo Flores, Daniel; Herrera Fuenzalida, Paola
Nº Rol:	3669-2010
Fecha:	08 de Marzo de 2011
Sentencia:	Revoca

**Voces:** *retail*, equipamiento hogar, promoción, precio, información, veraz, oportuna, acoge

### Hechos:

La empresa "Easy", con ocasión del terremoto ocurrido el 27 de febrero de 2010, otorgó una prórroga del plazo, reprogramaciones, rebajas o descuentos de precios para el pago de los créditos vigentes. En los hechos, la denunciada publicó el día 6 de marzo de 2010 en el diario "El Mercurio" lo siguiente: "[B]ajamos los precios un 10% en todos los productos y 60 días de postergación para el pago de la tarjeta Mas en la VII y VIII región". Sin embargo, en el costado izquierdo del aviso publicitario, en sentido perpendicular al mismo y en un tamaño considerablemente inferior, se consignaba la siguiente restricción: "[V]álido por el mes de Marzo de 2010. Sólo consumo familiar, no incluye compras con facturas", lo que por su tamaño, posición en relación con el anuncio, pasaba desapercibida en el contexto general del mismo.

### Resumen de la decisión del tribunal:

La Corte de Santiago revoca la decisión del tribunal *a quo* aceptando la infracción del proveedor, ya que estima que la oferta que Easy S.A. dirige al público consumidor con la finalidad concreta de informarlo y motivarlo a adquirir todos sus productos a un precio inferior al habitual, no cumple con los supuestos de información obligatorios, pues no entrega información relevante sobre condiciones y operatoria de la oferta, y tampoco cumple con la obligación referida a que la publicidad debe estar escrita de modo legible y con un tamaño no inferior a 2,5 milímetros, lo que representa una limitación a la hora de hacer efectivo el derecho irrenunciable otorgado al consumidor por esta oferta. La promesa publicitaria de la denunciada, al utilizar en un tamaño considerablemente inferior la frase: "sólo consumo familiar (concepto ambiguo que no da luces a que se entiende por este), no incluye compras con facturas", en definitiva, lo que hace es desvirtuar y limitar el sentido del ofrecimiento principal e importa falta de información veraz y oportuna, e induce a engaño al público consumidor.

**Artículos que fundamentan la decisión:** 3, 33 y 35 de la Ley 19.496.