

FICHA ANÁLISIS DE SENTENCIA

IDENTIFICACIÓN

Partes:	SERNAC con CENCOSUD RETAIL S.A.
Tribunal:	Corte de Apelaciones de Santiago, Novena Sala
Ministros:	Zepeda Arancibia, Jorge; González Troncoso Jessica; López Reitze, José Luis (abogado integrante)
Nº Rol:	233-2012
Fecha:	08 de enero de 2013
Sentencia:	Revoca la sentencia condenatoria

Voces: supermercado, alimento para mascota, promoción, cumplimiento

Hechos:

El consumidor, Miguel Rigoberto Venegas Pacheco, concurrió el 28 de febrero de 2011 al Supermercado Santa Isabel de CENCOSUD SUPERMERCADOS S.A. ubicado en Avenida El Rosal N° 3999 de la comuna de Maipú, con la intención de comprar una oferta promocionada por el local comercial, denominada “Santa Yapa”, consistente en alimento para perros marca Champion Dog Adulto, variedades, 3Kg. 3 X 2, por un valor de \$7.980, los que al momento de pagar en caja le fueron cobrados individualmente.

Argumento:

Se tiene por establecido que la oferta promocionada para el período comprendido entre el 25 de febrero y el 7 de marzo de 2011, era válida para productos de la calidad anotada, cuyo precio unitario ascendía a la suma de \$3.990. Si bien el anuncio alude al concepto “variedades”, la oferta correspondía al mismo producto, tanto en valor como en calidad, sin que se pueda aceptar que esta oferta incluía también otras clases de alimentos para perro adulto de la marca Champion. En efecto, se tuvo por probado en autos –y así también lo reconoció el consumidor- que uno de los tres productos elegidos era de un valor superior al ofertado.

Resumen de la decisión del Tribunal

Al emplearse la expresión “variedades” en las imágenes publicitarias se está aludiendo a distintos sabores para el mismo producto. Lo anterior se corrobora con la versión que entrega el consumidor cuando dice que el tercer producto tenía “distintos ingredientes”, aun tratándose de la misma marca. Por consiguiente, lo que el cliente reprocha es que no puede calificarse de publicidad engañosa el cobro superior al publicitado porque la oferta cumple con la exigencia del artículo 35 de la Ley 19.496, no señala la base de la promoción, el valor y el tiempo de duración (Considerando 3°).

Que de acuerdo a lo que se viene razonando y considerando que en materia de alimentos para perros existen distintas categorías de productos, las que a su vez tienen diversos ingredientes y calidad, por eso puede concluirse que la publicidad, de acuerdo a la fotografía que se exhibe y a los datos contenidos en ella, cumpla las exigencias legales de brindar certeza del producto en promoción (Considerando 4°).

Artículos que fundamentan la decisión: 35 de la Ley 19.496.