



Ius et Praxis

ISSN: 0717-2877

revista-praxis@utalca.cl

Universidad de Talca

Chile

Rosti3n Casas, Ignacio

El error del consumidor (Sobre la "inducci3n a error" en la Ley N3 19.496)

Ius et Praxis, vol. 20, n3m. 2, 2014, pp. 587-594

Universidad de Talca

Talca, Chile

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=19736234019>

- C3mo citar el art3culo
- N3mero completo
- M3s informaci3n del art3culo
- P3gina de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Informaci3n Cient3fica

Red de Revistas Cient3ficas de Am3rica Latina, el Caribe, Espa3a y Portugal

Proyecto acad3mico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

Colaboración recibida el 3 de mayo y aprobada el 23 de julio de 2014

El error del consumidor (Sobre la "inducción a error" en la Ley N° 19.496)

IGNACIO ROSTIÓN CASAS*

Texto completo del fallo:

Santiago, nueve de octubre de dos mil trece.

VISTOS:

Se reproduce la sentencia en alzada, con excepción de sus considerandos primero, segundo, noveno, décimo y décimo primero, que se eliminan,

Y EN SU LUGAR, SE TIENE ADEMÁS PRESENTE:

1º) Que a fojas 95 y siguientes, comparece don Erick Orellana Jorquera por el Servicio Nacional del Consumidor, en adelante Sernac, en los autos caratulados Sernac con Empresas La Polar S.A, seguidos ante el Juzgado de Policía Local de Renca, e interpone recurso de apelación en contra de la sentencia definitiva de 5 de noviembre de 2012 escrita a fojas 82 y siguientes, recurso que interpone en el ejercicio de las facultades legales que le corresponden en conformidad a lo prevenido por el artículo 58 de la Ley N° 19.496, en atención a que tomara conocimiento de un anuncio publicitario de la denunciada que infringiera las normas sobre difusión y publicidad fijadas por la Ley de Protección de los derechos de los Consumidores contempladas en sus artículos 3 letra b), 28 letra c) y 28 A, lo que constató en el aviso publicitario acompañado a los autos, en que la denunciada, "intentó persuadir a clientes y generar en ellos una errada percepción de la realidad, al publicitar la frase nuestro contrato está 100% ajustado a las exigencias del Sernac Financiero", anuncio publicitado en la página web de la denunciada y distribuido a los clientes en los estados de cuenta de la tarjeta de crédito de La Polar enviados el mes de marzo de 2012, lo que deja de manifiesto que la denunciada pretendió garantizar que sus contratos se encontraban avalados por el Sernac.

Relata que, la sentencia que recurre rechazó la denuncia: a) Al desestimar la prueba acompañada por su parte, según lo argumentado en su considerando

* Ayudante del Departamento de Derecho Civil en Universidad Alberto Hurtado (Santiago, Chile). Abogado, Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales (Universidad Alberto Hurtado). Correo electrónico: ign.rostion@gmail.com.

noveno, –que reproduce–, por lo que en definitiva, diera por no acreditados los hechos denunciados, ni las fechas en que se habrían producido, siendo además la fecha del documento de fojas 18, el día 2 de mayo de 2012, data en que ya se habría complementado la reglamentación destinada a hacer plenamente aplicables las normas sobre el Sernac Financiero; b) Argumentado además, el sentenciador a quo en el considerando décimo primero, que aquellos documentos fueron apreciados conforme a las reglas de la sana crítica, reglas que no le permitieron formarse la convicción de la efectividad de los hechos denunciados; c) Estimando el tribunal a quo ya en el considerando segundo, luces del convencimiento al que habría llegado, –motivo que se reproduce a fojas 97–.

Argumenta que las conclusiones a que arribara el sentenciador, son erróneas en cuanto: a) Que, la prueba documental acompañada por su parte estimada insuficiente por el tribunal a quo, fue presentada en la denuncia, ratificada en el comparendo, no siendo objetada y por consiguiente, se le tiene por reconocida; b) Que, de la documental de fojas 18, –no siendo suficientemente íntegras las acompañadas a fojas 16 y 17 a juicio del tribunal a quo–, se reiteran las mismas imágenes de aquellas, dándose por establecido que se trata de un anuncio en una página web de la denunciada y de una impresión datada el 2 de mayo de 2012, lo que se contradice con el estándar fijado por el artículo 14 de la Ley N° 18.287, que ordena a los juzgados de policía local en la apreciación de la prueba, aplicar un sentido más lógico y evitar los formalismos; c) Que, la infracción de la denunciada comenzó a cometerse en marzo de 2012, pues en una de sus imágenes se puede verificar en su dirección URL una leyenda final de marzo de ese mismo año, máxime si se acompañara el documento “estado de cuenta Tarjeta La Polar” emitida el 22 de marzo de 2012; d) Que, en cuanto al fondo, no puede cumplirse una regulación cuya implementación aún se encuentra incompleta, en la especie, cuatro reglamentos: de sello, crédito de consumo, crédito hipotecario y tarjeta de crédito, todos de carácter fundamentales y en caso alguno accesorios de la Ley N° 20.555, por lo que no puede estimarse “información veraz” el establecer un status a contratos que no lo tienen, pues los mentados reglamentos fueron publicados en el Diario Oficial el 13 de julio de 2012, por lo que es imposible referir “ajustado algo a una normativa que aún no está definida”, máxime si la denunciada no señaló en caso alguno que “su información” estaba conforme a la normativa vigente en el momento en que la anuncia, esto es “marzo de 2012”, lo que acredita un intento de engaño; e) Que, si la denunciada hipotéticamente quería ajustar sus contratos de manera progresiva, en cuanto fueran saliendo las distintas normas reglamentarias de la Ley N° 20.555, manifiestamente su intención fue inducir a engaño, toda vez que tomara la atribución de calificar sus contratos y prestaciones de servicios como “ajustados a las exigencias del Sernac Financiero”, en atención a que un persona media, al leer ello, no puede concluir

otra cosa que el Sernac avaló la información de la denunciada, lo que no ocurrió en los hechos, lo que importa no sólo publicidad engañosa, sino que además, deja a expensas de la veracidad de sus dichos la credibilidad de un Servicio intachable, siendo la “auto calificación” que hiciera la denunciada ilegal, pues conduce a que los consumidores no tuvieran respaldo alguno, lo que es contrario a la obligación legal que detenta el Sernac de velar por los intereses de los consumidores al amparo de lo prevenido por el artículo 58 de la Ley N° 19.496, por cuanto la única vía de “calificar” y “certificar” como ajustados los contratos y prestaciones en general al Sernac Financiero, compete al propio Sernac; antecedentes por los cuales pide se enmiende con arreglo a derecho la sentencia que recurre y, se condene a la denunciada al máximo de las multas estipuladas en la Ley N° 19.496.

2º) Que, la Ley N° 20.555 conocida como “Sernac Financiero” modificatoria de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, con miras a dar la protección debida a éstos en el ámbito de los negocios financieros, como es el caso de marras, para su plena ejecución, conocimiento y alcance de aplicabilidad, derivó su especificación en sendos reglamentos, según se refiere en el motivo quinto de la sentencia de fojas 82 y siguientes, los cuales en definitiva fueron publicados en el Diario Oficial el 13 de julio del año 2012, por lo que con anterioridad a esa fecha, es imposible afirmar que los contratos y los demás productos financieros ofertados por la denunciada pudieran estar acordes con ellos, toda vez que éstos no existían.

3º) Que, esta Corte tiene presente que la potestad reglamentaria prevista en el artículo 32 N° 6 de la Carta Fundamental, fue ejercida a través de “reglamentos de ejecución” destinados a la ejecución –valga la redundancia– de la Ley N° 20.555, de tal manera que sin alterarla en lo sustantivo, detallan la normativa específica en relación a lo que se conoce como “Sernac Financiero”, que no siendo un organismo diferente al Sernac, es un conjunto de normas que vienen a complementar la protección del consumidor en el ámbito financiero, específicamente en cuanto a la información referida en el artículo 62 de la Ley N° 19.496 incorporado por la aludida ley modificatoria, reglamentos que fueron dictados y publicados con posterioridad a la información de la denunciada en su página web, según documentación acompañada a fojas 16 a 18, que con claridad da cuenta de una página web en la cual la información difundida por la denunciada corresponde al mes de marzo del año 2012, época en la cual era imposible que la denunciada pudiera conocer el contenido de la reglamentación con la que señala estar cumpliendo en un 100%, pues esa normativa específica no existía, cuestión que inevitablemente induce a error a los consumidores, error cometido a sabiendas de la no existencia de la regulación reglamentaria, conocimiento exigible de la denunciada dada su mayor posición jurídica frente a sus clientes, debiendo en todo caso conocerla, rigiendo a su respecto lo prevenido

en el art3culo 8 del C3digo Civil, que consagra el principio de la autoridad de la ley, y en este caso, de los reglamentos que permitan su especificaci3n.

4º) Que, esta Corte constata que los documentos acompa3ados por la denunciante a fojas 16 a 18 se encuentran datados con anterioridad a la publicaci3n en el Diario Oficial de los reglamentos de ejecuci3n de la Ley N° 20.555 por una parte, y por la otra, que los documentos acompa3ados por la denunciada a fojas 67 a 70 por medio de los cuales, el Ministerio de Econom3a, Fomento y Reconstrucci3n y la misma denunciada como tambi3n la prensa, dan cuenta del Sernac llamado "Financiero", obedecen a una divulgaci3n de 3ste para otros fines, mas no para efectos jur3dicos, por lo que, al informar la denunciada a trav3s de su p3gina web en marzo del a3o 2012 que sus "contratos estaban ajustados a un 100% de las exigencias del Sernac Financiero", incurri3 en la infracci3n establecida en el art3culo 3 letra b) de la Ley N° 19.496, esto es, "no haber dado una informaci3n veraz sobre las condiciones de contrataci3n", pues aquellas al mes de marzo del a3o 2012 no se encontraban especificadas por la normativa reglamentaria, incurriendo adem3s en la infracci3n contenida en el art3culo 28 letra c) de la misma Ley, toda vez que a sabiendas que aquella reglamentaci3n no se encontraba dictada, por el mensaje publicitario de que da cuenta los documentos rolantes a fojas 16 a 18 de autos, indujo a error a los consumidores.

5º) Que asimismo, esta Corte estima que la denunciada incurri3 en la infracci3n contenida en el art3culo 28 A de la Ley sobre Protecci3n de los derechos de los Consumidores, pues de los documentos aludidos en el motivo anterior, efectivamente utiliza un mensaje publicitario a trav3s de su p3gina web que indudablemente produce confusi3n al menos en los consumidores, dada su situaci3n de debilidad negocial en que se encuentran frente al proveedor denunciado, argumentos por los cuales, en lo resolutivo se har3 lugar a la denuncia infraccional de fojas 1, para lo cual tendr3 presente lo ordenado por el art3culo 24 de la Ley N° 19.496 que se3ala las sanciones punitivas por las infracciones en que incurriera la denunciada.

6º) Que, en conformidad a lo prevenido por el art3culo 14 de la Ley N° 18.287, este Tribunal de Alzada estima falso afirmar que "un contrato se encuentra ajustado a las normas del Sernac Financiero" si esas normas no se encontraban especificadas reglamentariamente al momento de difundir la publicidad denunciada, la cual por medio de la prueba que rindiera no acredit3 lo contrario, ser3a contrario a la sana cr3tica afirmar que algo que no es una cosa a la vez lo sea, pues una conclusi3n de esa naturaleza atenta en contra del principio de la no contradicci3n, y por consiguiente, de los est3ndares de la l3gica formal.

7º) Que, esta Corte para los efectos de las sanciones que aplicar3 en lo resolutivo por las infracciones referidas en los motivos anteriores, tiene presente:

a) Que en la especie se trata de tres infracciones cometidas por la denunciada, específicamente las previstas en los artículos 3 letra b), 28 letra c) y 28.A de la Ley N° 19.496; b) Que el artículo 24 de la misma ley establece parámetros para determinar la sanción infraccional, siendo especialmente relevante en el caso sublite el “grado de asimetría de información existente entre el infractor denunciado y los consumidores” como el riesgo a que éstos quedaron expuestos dada su superioridad profesional y económica; y c) Que se trata de un mismo hecho que constituye las infracciones cometidas por la denunciada, por lo que se le impondrá como se resolverá, la multa más alta asignada a las infracciones más graves, que son las tipificadas en los artículos 28 letra c) y 28 A. de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores.

8º) Que las demás alegaciones y antecedentes aportadas por las partes, en nada alteran lo que se ha razonado.

Que, en mérito de estas argumentaciones, normas legales citadas, lo dispuesto por los artículos 32 y siguientes de la Ley 18.287, 144 y 186 y siguientes del Código de Procedimiento Civil, SE REVOCA la sentencia de 5 de noviembre de 2012 escrita a fojas 82 y siguientes y, SE DECLARA en su lugar que:

I.– Se condena a Empresas La Polar S.A., representada legalmente por don Patricio Juan Lecaros Paul o por quien corresponda a la fecha de esta sentencia, a pagar una multa de 600 UTM dentro de quinto día de notificada esta sentencia, bajo el apercibimiento del artículo 23 de la Ley N° 18.287.

II.– Se condena en costas a la parte denunciada.

Regístrese y devuélvase.

Redacción: Abogada Integrante, señora Claudia Schmidt Hott.

N° Policía Local 134-2013.

Pronunciada por la Sexta Sala de esta Itma. Corte de Apelaciones de Santiago, presidida por el ministro señor Mauricio Silva Cancino, y conformada por el ministro señor Juan Antonio Poblete Méndez y la abogada integrante señora Claudia Schmidt Hott.

Autorizado por el (la) ministro de fe de esta Corte de Apelaciones.

En Santiago, a nueve de octubre de dos mil trece, notifiqué en secretaría por el estado diario la sentencia precedente.

Comentario

Delimitar bajo qué parámetros un consumidor es inducido a error por parte del proveedor para adquirir los productos que se le ofrecen en los mercados (comunes o financieros) es una tarea pendiente en la justicia chilena. En efecto, resulta preciso fijar el alcance de la regla sobre “inducir a error” o, dicho en otras palabras, establecer el estándar interpretativo al que deberán ceñirse los jueces al momento de dirimir si se indujo a error o no a un consumidor.

En el fallo que se comenta, la Corte de Apelaciones de Santiago tuvo a la vista dos argumentos que me han parecido relevantes destacar, ya que mediante ellos la Corte de Santiago consider3 que la proveedora demandada indujo a error al consumidor. Estos par3metros fueron:

1. El hecho de que la empresa actu3 en base a su “mayor posici3n jur3dica frente a los clientes” (cons. 3º) “a sabiendas de conocer que no se han dictado los reglamentos” (cons. 4º) y;

2. El “grado de asimetr3a de informaci3n existente entre el infractor denunciado y los consumidores” (cons. 7º).

Como es sabido, las modificaciones legales de los a3os 2004 (Ley N3 19.955) y 2012 (Ley N3 20.555, Ley de Sernac Financiero o LSF) introducidas a la Ley sobre protecci3n a los Derechos de los Consumidores (LPC) centraron gran parte de su enfoque en la informaci3n que deben recibir los consumidores. El 2004, en particular, se busc3 que la informaci3n fuese “comprensible y legible” y el 2012, en tener “m3s y mejor” informaci3n. Este es el camino que se ha intentado para cuidar la confianza de los consumidores en los mercados, se3alando expresamente deberes de informaci3n que pesan sobre los proveedores. Pero, ¿qu3 debe considerar un juez para establecer que un proveedor ha entregado informaci3n que induce a error al consumidor?

En el caso comentado la Corte de Santiago se bas3 en el art. 3 letra b) (“No haber dado una informaci3n veraz sobre las condiciones de contrataci3n”) y en el art. 28 (“Comete infracci3n a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a trav3s de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o enga3o”), ambas reglas de la LPC y que influyeron en la redacci3n del art. 17 N3 1) de la LSF (“Los proveedores de productos o servicios financieros que entreguen la informaci3n que exige esta ley de manera que induzca a error al consumidor o mediante publicidad enga3osa”). As3, bajo este marco normativo se estableci3 que la proveedora indujo a error a los consumidores al actuar en base a una mayor posici3n jur3dica frente a sus clientes, conociendo que no se hab3an dictado los respectivos reglamentos.

En esto la decisi3n coincide con la normativa de la Uni3n Europea al respecto (Directiva 2005/29/CE), la cual busca prohibir las pr3cticas comerciales desleales, y que tambi3n tiene como objeto reintegrar la confianza de los consumidores a los mercados.¹ Dicha forma de asimilar la inducci3n a error ha incidido en una tendencia interpretativa amplia del precepto, tal y como lo hizo en su momento la decisi3n en *SERNAC con Empresa Comercial*

¹ MOR3IS, Jorge (2006): “La protecci3n de los consumidores en la Uni3n Europea: ¿Mito o realidad?”, en: *Criterio Jur3dico* (V. 6), p. 262.

Hites S.A.,² a propósito de un caso en que se incentivaba a los consumidores a adquirir dos productos y pagar sólo uno en circunstancias de que no se trataba de una promoción sino que de una rebaja de precios para parejas de productos previamente establecidos. Aquella vez la Corte también optó por una interpretación amplia de la regla sobre “inducción a error” en base a las evidentes asimetrías de información que existen en los mercados, tal y como lo hace la Corte de Apelaciones de Santiago en la sentencia comentada.

Esta decisión también va de la mano de la tendencia comparada de utilizar como criterio el del *consumidor medio*.³ Así quedó de manifiesto en el primer informe realizado para el Parlamento Europeo sobre la aplicación de la Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales, en donde se lee que “una acción engañosa se produce cuando una práctica induce a error por la información que contiene o por su presentación engañosa, y hace o puede hacer tomar al consumidor medio una decisión sobre una transacción que de otro modo no hubiera tomado” (apartado 3.3.3.),⁴ utilizándose como ejemplo de dichas conductas, la de un operador principal del mercado de dispositivos electrónicos que fue sancionado por ofrecer a los consumidores una garantía comercial de pago que incluía servicios a los que tenían derecho los consumidores por ley.

Para finalizar, es interesante ver que la Corte de Santiago se aleja en estos casos de una línea interpretativa utilizada en otro ámbito del Derecho donde la inducción a error es trascendente: la propiedad industrial. En este último caso la “inducción a error o engaño” que puede generar una marca se sanciona con la causal de *irregistrabilidad* (Ley N° 19.039). Ahora bien, en el caso de la propiedad industrial se trató de acotar el campo de aplicación de la regla al señalar que sólo puede alegarse error cuando una marca cumpla con las

² Corte de Apelaciones de Santiago, Rol N° 7250-2002, de 11 de junio 2004 (redacción del Ministro Juan Fuentes).

³ DPCD 2005/29/CE: Entiende por consumidor medio al que “está normalmente informado y es razonablemente perspicaz, teniendo en cuenta los factores sociales, culturales y lingüísticos”. Véase al respecto: ISLER, Erika (2011): “La relatividad de los derechos subjetivos de los consumidores”, en: *Revista de Derecho Universidad Austral de Chile* (Vol. XXIV, N° 2), pp. 65-89; ROSTIÓ, Ignacio (2014): “SERNAC Financiero: Nuevos deberes de información y responsabilidad civil”, en *Revista de Derecho de la Universidad Católica del Norte* (en prensa).

⁴ INFORME DE LA COMISIÓN AL PARLAMENTO EUROPEO, AL CONSEJO Y AL COMITÉ ECONÓMICO Y SOCIAL EUROPEO. Primer informe sobre la aplicación de la Directiva 2005/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior, que modifica la Directiva 84/450/CEE del Consejo, las Directivas 97/7/CE, 98/27/CE y 2002/65/CE del Parlamento Europeo y del Consejo y el Reglamento (CE) N° 2006/2004 del Parlamento Europeo y del Consejo (“Directiva sobre las prácticas comerciales desleales”). Disponible en: <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2013:0139:F IN:ES:PDF>. [visitado el 29/06/2014].

mismas características que tenga otra según el art. 20 f): “Las que presten para inducir a error o engaño respecto de la procedencia, cualidad o género de los productos, servicios o establecimientos, comprendidas aquellas pertenecientes a distintas clases cuyas coberturas tengan relación o indiquen una conexión de los respectivos bienes, servicios o establecimientos”. Así, por ejemplo, en *Corporación of The President of The Church of Latter Day Saints con Penna*,⁵ un caso en que la demandada había inscrito la marca “liahona” con posterioridad a que la demandante no hubiese realizado el trámite de revalidación de marca, la Corte Suprema confirmó el rechazó de la demanda dado que la marca no inducía a error porque no existía relación en el giro comercial de ambas partes (cons. 4º). Por lo tanto, tiene sentido decir que en la LPC los jueces tienen un rango de acción mayor para poder dilucidar si un proveedor indujo o no a error a un consumidor, común o financiero, que en el caso de la propiedad industrial donde el legislador ha fijado marcos claros dentro de los cuales un juez podrá actuar.

La necesidad de realizar una interpretación amplia del Derecho de los consumidores no es algo nuevo. Pero lo que sí es novedoso es la revitalización del error como una categoría importante en la contratación moderna. El error que antes sólo parecía útil a efectos de anular los acuerdos, hoy opera como una forma de sancionar a través de multas a los proveedores y, más interesante todavía, como un criterio para establecer su responsabilidad civil frente a los consumidores.

⁵ Corte Suprema, Rol N° 1331-2013, de 18 julio 2013, LegalPublishing: CL/JUR/1568/2013 (redacción del Ministro Haroldo Brito).