

| Tribunal de Origen | Tribunal de 2da Instancia | CS | Demandado |
|--|---|--|------------------------------|
| 3° SJL Civil de Santiago C-6.730-2010 | 2da Sala CA Santiago N° Civil 9.828-2014 | 2da Sala CS Rol N° 5.017-2015 | Panini Chile S.A. |

NOMENCLATURA : 1. [40]Sentencia
JUZGADO : 3° Juzgado Civil de Santiago
CAUSA ROL : C-6730-2010
CARATULADO : **SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR /**
PANINI CHILE S.A.

Santiago, veintisiete de octubre de dos mil catorce.

VISTOS

A fojas 6, comparece **Servicio Nacional del Consumidor**, representado por don Sergio Corvalán Valenzuela, abogado, director nacional (S) y jefe de la división jurídica, ambos domiciliados para estos efectos en calle Teatinos N° 50, piso 7°, comuna de Santiago, quien, atendido lo dispuesto en el artículo 58 letra g) de la Ley N°19.496 sobre protección de los derechos del consumidor (LPC), deduce demanda para la defensa del interés colectivo de los consumidores por infracción a las normas de la citada ley en contra de **Panini Chile S.A.**, representada legalmente por don Rodrigo Insunza Becker, ignora profesión, ambos con domicilio en calle Emilio Vaisse N° 744, comuna de Ñuñoa, Santiago o, de conformidad con lo dispuesto por el inciso tercero del artículo 50 C en relación con el artículo 50 D, ambos de la LPC, por el o la administradora del local o jefe de oficina, cuyo nombre y Rut ignora, por los fundamentos de hecho y de derecho que señala en su escrito.

A fojas 28, consta la notificación personal de la demanda.

A fojas 29, el demandado concurrió al procedimiento evacuando el traslado conferido respecto a la admisibilidad de la acción deducida.

A fojas 50, se recibió la causa a prueba, constando la que obra en autos.

A fojas 199, el Tribunal declara la admisibilidad de la demanda deducida en lo principal de fojas 6.

A fojas 211, el demandado dedujo recurso de apelación en contra de la resolución de fecha 11 de agosto de 2011 por la cual se declaró admisible la demanda de autos, confirmado el Tribunal de Alzada la resolución impugnada mediante resolución rolante a fojas 239, dictándose la resolución cúmplase con fecha 06 de junio de 2012

A fojas 261, el Tribunal confiere traslado al demandado para contestar la demanda de autos, concurriendo al efecto a fojas 264 y siguientes.

A fojas 328 y 330, se realizó audiencia de conciliación decretada en autos. Se deja constancia que llamadas las partes a conciliación ésta no se produce.

A fojas 333, se recibió la causa a prueba, fijándose como hechos sustanciales, pertinentes y controvertidos, los allí señalados, resolución posteriormente modificada a fojas 349.

A fojas 530, el Tribunal fijó término especial de prueba de 5 días hábiles, dando cumplimiento a lo ordenado por la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago, en el sentido de modificar el 5° punto de prueba, según consta en resolución cúmplase de fecha 19 de agosto de 2013 que rola a fojas 521.

A fojas 629, se citó a las partes a oír sentencia;

CONSIDERANDO:

I.- En cuanto a las tachas formuladas por el demandado:

PRIMERO: Que a fojas 380 de autos el demandado viene en tachar al testigo don Máximo Terán Pardo, aduciendo como causal de tacha el N° 7 del artículo 358 del Código de Procedimiento Civil, señalando al efecto que de las correspondientes declaraciones del testigo se desprende que tendría enemistad respecto a la persona jurídica en contra de la que declaró. En efecto, señala que Panini ha engañado a los coleccionistas, que los consumidores cree fueron engañados y que por supuesto la demanda debe ser acogida, lo que constituye hechos graves que demuestran imparcialidad del testigo dado que tiene una opinión ya formada respecto al demandado;

SEGUNDO: Que el demandante, contestando el traslado de la tacha opuesta, solicita el rechazo de la misma, con expresa condena en costas, señalando al efecto que los dichos del testigo no manifiestan de modo alguno la existencia de enemistad respecto a la persona jurídica demandada. Tanto es así, que al ser consultado respecto a si Panini ha actuado como una empresa poco seria o abusadora, señaló expresamente no tener opinión al respecto y que pudo ser causa de un error.

Por otra parte, las respuestas citadas por la contraria para fundamentar su tacha corresponden a meras apreciaciones, no vislumbrándose de ninguna forma hechos que puedan ser calificados como graves por parte del tribunal y que fundamenten una supuesta enemistad hacia el demandado.

Finalmente, conviene hacer presente que en este procedimiento, la prueba se valora según las reglas de la sana crítica por lo que esta parte estima que el testimonio del testigo es del todo ilustrativo para estos efectos y señala que una supuesta falta de imparcialidad nada tiene que ver con la causal de tacha deducida.

Por tanto solicita se rechace la tacha interpuesta en todas sus partes con costas;

TERCERO: Que para los efectos de resolver la tacha opuesta ésta sentenciadora tomará en consideración que el artículo 358 N°7 del Código de Procedimiento Civil, establece expresamente que “Son inhábiles para declarar: 7°.- Los que tengan íntima amistad con la persona que los presenta o enemistad respecto de la persona contra quien declaren.

Que, en cuanto a esta causal de inhabilidad planteada por la defensa de la demandada, habrá de tenerse presente que el testigo señala haberse sentido defraudado como consumidor ante los hechos que motivan la presente acción. No obstante, cuando se le pregunta si considera que Panini Chile S.A. ha actuado como una empresa poco seria o abusadora, indica que no tiene opinión al respecto, y que pudo tratarse de errores. Luego, ello no acredita la enemistad que se invoca respecto del demandado y que haría carecer al testigo de imparcialidad, desvirtuándose, a juicio de este Tribunal, la tacha formulada por la demandada. Que, sólo a mayor abundamiento, habrá de tenerse presente que en este tipo de procedimientos la prueba se aprecia de acuerdo a las reglas de la sana crítica, argumento que se hará extensivo a las demás causales de tacha.

Que por lo dicho precedentemente no queda sino rechazar, sin costas, la tacha opuesta;

CUARTO: Que a fojas 389 de autos, el demandado viene en tachar al testigo don Niccolo José Stagno Oviedo, aduciendo como causal de tacha los N°s 4 y 5 del artículo 358 del Código de Procedimiento Civil, señalando al efecto que las declaraciones del testigo permiten establecer que presta servicios remunerados y en forma habitual para Sernac bajo un vínculo de subordinación y dependencia, revelando una clara falta de

imparcialidad para declarar, más aun considerando que ha prestado declaración en ejercicio de sus funciones, un día laboral sin haber pedido permiso administrativo o vacaciones;

QUINTO: Que el demandante evacuando el traslado de la tacha opuesta, solicita el rechazo de la misma, sosteniendo que los preceptos que sirven de fundamento a las tachas opuestas no se aplican a los funcionarios públicos, toda vez que su contratación, funciones, término y cese de las mismas se encuentran regulados por ley especial, a saber, las Bases de la Administración del Estado y el Estatuto Administrativo. Hace presente que así lo ha fallado reiteradamente la jurisprudencia de los Tribunales superiores de justicia, los que acompaña a modo ilustrativo.

Así las cosas, las tachas formuladas deberán desestimarse, máxime si el testigo depone sobre hechos constatados en el ejercicio de sus funciones, por lo que solicita sean rechazadas en todas sus partes;

SEXTO: Que para los efectos de resolver la tacha opuesta ésta sentenciadora tomará en consideración que el artículo 358 N°s 4 y 5 del Código de Procedimiento Civil, establece expresamente que “Son inhábiles para declarar: 4°.- Los criados domésticos o dependientes de la parte que los presente. Se entenderá por dependiente, para los efectos de este artículo, el que preste habitualmente servicios retribuidos al que lo haya presentado por testigo, aunque no viva en su casa; y 5°.- Los trabajadores y labradores dependientes de la persona que exige su testimonio.

Que, en cuanto a la primera causal de inhabilidad planteada por la defensa de la demandada, es evidente que el testigo referido no reviste el carácter de doméstico o dependiente de la demandante, pues como él declaró, mantiene contrato de trabajo indefinido con Sernac, en cuyo caso, la causal pertinente es la del numeral quinto del artículo 358 del Código de Procedimiento Civil.

Que, luego, en cuanto a la segunda causal de inhabilidad planteada cabe señalar dicha causal está establecida en beneficio de quienes concurren a declarar por su empleador, cumpliendo la actual legislación laboral los fines protectores que le son propios, sin que se vea afectada su imparcialidad por la relación contractual que lo liga a la parte que lo presenta, reiterando además lo expuesto precedentemente en cuanto a la valoración de la prueba de acuerdo a las reglas de la sana crítica.

Que por lo dicho precedentemente no queda sino rechazar, sin costas, la tacha opuesta;

SÉPTIMO: Que a fojas 499 de autos el demandado viene en tachar al testigo don Waldo Vidomir Claro Álvarez, aduciendo como causal de tacha los N°s 4 y 5, reiterando los argumentos esgrimidos en el considerando cuarto y agrega la causal del N° 6 del referido artículo, argumentando que el testigo tiene interés en que el resultado del juicio sea favorable a su empleador;

OCTAVO: Que, el demandante, contestando el traslado de la tacha opuesta, solicita el rechazo de la misma, sosteniendo respecto a la causal del numeral 4°, de la norma procesal ya mencionada, que la redacción se refiere a criados domésticos, lo que en la especie no se configura.

En lo que respecta a la causal contemplada en el numeral 6° de la citada norma que alude a los dependientes de la parte que presenta al testigo, ello dice relación con una relación laboral regida por el Código del Trabajo, lo que tampoco tiene lugar en los hechos.

Agrega que las causales de tachas antedichas no se aplican a quienes tienen calidad de funcionarios públicos pues éstos se rigen por normas especiales. Por tanto, no se ve afectada su parcialidad, más aun

considerando que ha sido resuelto por diversos fallos de la Ilustrísima Corte de Apelaciones.

Por otro lado, sostiene que la circunstancia que el testigo trabaje para Sernac no es óbice para estimar que carece de la imparcialidad necesaria para declarar en el presente juicio; además, en sus respuestas jamás ha señalado tener interés directo o indirecto en sus resultados, así como tampoco ha existido una razón de carácter pecuniaria que lo haya motivado a formular sus declaraciones.

Por tanto, solicita al Tribunal que se rechacen las tachas con costas;

NOVENO: Que para los efectos de resolver la tacha opuesta ésta sentenciadora tomará en consideración que el artículo 358 N°s 4, 5 y 6 del Código de Procedimiento Civil, establece expresamente que “Son inhábiles para declarar: 4°.- Los criados domésticos o dependientes de la parte que los presente. Se entenderá por dependiente, para los efectos de este artículo, el que preste habitualmente servicios retribuidos al que lo haya presentado por testigo, aunque no viva en su casa; 5°.- Los trabajadores y labradores dependientes de la persona que exige su testimonio; y 6°.- Los que a juicio del tribunal carezcan de la imparcialidad necesaria para declarar por tener en el pleito interés directo o indirecto.

Que, para evitar repeticiones innecesarios y en virtud del principio de economía procesal, se tendrán por reproducidos los argumentos vertidos en el motivo sexto respecto de las causales de inhabilidad de los números 4 y 5 del artículo 358 del Código de Procedimiento Civil.

Que, en cuanto a la tercera causal de inhabilidad invocada, de las respuestas del testigo a las preguntas de tacha formuladas por la contraria, no se desprende, a juicio de este Tribunal -como la norma legal lo indica-, ningún antecedente que permita siquiera suponer que tiene interés en el

mismo, ya sea directo o indirecto, el que además, de acuerdo a la reiterada jurisprudencia de nuestros Tribunales Superiores de Justicia debe ser de carácter económico, no configurándose en la especie.

Que por lo dicho precedentemente no queda sino rechazar, sin costas, tacha opuesta;

II.- En cuanto a las tachas formuladas por el demandante:

DÉCIMO: Que a fojas 446 de autos el demandante viene en tachar al testigo don Carlos Alberto Soto Olivares, aduciendo como causal de tacha el N° 6 del artículo 358 del Código de Procedimiento Civil, señalando al efecto que los dichos del testigo permiten establecer que carece de imparcialidad necesaria para declarar toda vez que la empresa demandada tiene un contrato suscrito con la institución que el testigo dirige reportándole beneficios económicos que podrían verse afectados si no efectúa su declaración;

UNDÉCIMO: Que el demandado contestando el traslado de la tacha opuesta, solicita el rechazo de la misma, con costas fundándose en que el testigo no mantiene relaciones personales con Panini sino que con el sindicato que representa, SIFUP, tratándose de personas distintas.

Agrega que el contrato aludido tiene fecha de término, por lo que su vigencia no podría verse afectada por la declaración de quien depone;

DUODÉCIMO: Que para los efectos de resolver la tacha opuesta ésta sentenciadora tomará en consideración que el artículo 358 N° 6 del Código de Procedimiento Civil, expresamente establece “Son inhábiles para declarar: 6°.- Los que a juicio del tribunal carezcan de la imparcialidad necesaria para declarar por tener en el pleito interés directo o indirecto.

Que, en cuanto a la causal de inhabilidad invocada, de las respuestas del testigo a las preguntas de tacha formuladas por la contraria, no se desprende, a juicio de este Tribunal -como la norma legal lo indica-, ningún antecedente que permita siquiera suponer que tiene interés en el mismo, ya sea directo o indirecto, el que además, de acuerdo a la reiterada jurisprudencia de nuestros Tribunales Superiores de Justicia debe ser de carácter económico, no configurándose en la especie, por cuanto, como señala el testigo, a la época de los hechos se desempeñaba como Presidente del Sindicato de Futbolistas Profesionales y en lo personal no reportó beneficio económico alguno del acuerdo logrado con Panini.

Que, sólo a mayor abundamiento, se reitera que en el caso de autos la prueba es ponderada de acuerdo a las reglas de la sana crítica.

Que por lo dicho precedentemente no queda sino rechazar la tacha opuesta;

III.- En cuanto al fondo:

DÉCIMO TERCERO: Que, a fojas 6, comparece **Servicio Nacional del Consumidor**, representado por don Sergio Corvalán Valenzuela, quien atendido lo dispuesto en el artículo 58 letra g) de la Ley N°19.496 sobre protección de los derechos del consumidor (LPC) deduce demanda para la defensa del interés colectivo de los consumidores por infracción a las normas de la citada ley en contra de **Panini Chile S.A.**, representada legalmente por don Rodrigo Insunza Becker, de conformidad con lo dispuesto por el inciso tercero del artículo 50 C en relación con el artículo 50 D, ambos de la LPC, todos ya individualizados, por los fundamentos de hecho y de derecho que expone.

I.- Antecedentes de la acción deducida.

1.- En mérito de lo señalado en el artículo 58 de la LPC, Sernac tiene dentro de sus funciones y obligaciones legales velar por el cumplimiento de las disposiciones de la citada ley. El amparo efectivo de los derechos de los consumidores abarca tanto materias de interés individual como materias de interés general o colectivo. En este sentido la LPC señala que Sernac podrá iniciar acciones en defensa de los intereses colectivos o difusos, aún sin necesidad de acreditar la representación de personas individualmente afectadas.

2.- La LPC fue modificada en el año 2004 mediante la Ley N° 19.955, siendo uno de los principales aspectos incorporados, la consagración de un procedimiento especial para la defensa de los intereses colectivos o difusos de los consumidores.

3.- La normativa de protección de los consumidores se basa en la posición de desigualdad que existe en las relaciones de consumo entre proveedores y consumidores, en cuanto al acceso a información, su poder de negociación y la posibilidad de representación de sus intereses, entre otros.

Al respecto señala que los proveedores que han decidido operar en un mercado determinado, asumen las reglas generales y especiales. Las generales dicen relación con el orden público económico, entre las que se encuentran la Ley sobre Protección de la Vida Privada N° 19.628, Decreto Ley N° 211, como también reglas de buena fe y certeza que conducen la relación contractual.

En el contexto de las reglas generales asumidas, se refiere especialmente a la LPC, pues entre otras, contempla las obligaciones de informar veraz y oportunamente los precios, condiciones de contratación, características relevantes y restrictivas de un producto o servicio, asegurarse que los productos vendidos no sean nocivos para el

consumidor, asumir actitud proactiva cuando se ha dañado al consumidor, reparando o indemnizando en su caso y por sobre todo, permitiendo al consumidor elegir entre un producto y otro, y entre un proveedor y otro.

Agrega que en relación a la oferta efectuada a los consumidores, los proveedores de bienes y servicios están obligados a respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a los cuales han ofrecido o convenido con los consumidores la entrega del bien o la prestación del servicio.

Así las cosas, hace presente que los distintos soportes publicitarios deben bastarse así mismos, ser suficientes y verídicos en cuanto a su contenido, de modo que no carezcan de la información que por ley, los proveedores están obligados a proporcionar al público consumidor.

II.- De los antecedentes de hecho.

Sostiene que en el mes de abril del año 2010, Panini Chile S.A., puso a disposición de los chilenos, a través de distintos medios, el álbum oficial del campeonato mundial de futbol Sudáfrica 2010 "South África 2010".

El referido álbum consta de 72 páginas y organizado sistemáticamente respecto de los países participantes en el campeonato mundial de fútbol mencionado precedentemente.

Agrega que en las páginas que corresponde a Chile, específicamente la 68 y 69, y a diferencia de los demás países, se consignó la siguiente leyenda adicional, pero no excluyente: "Colecciona las imágenes Pop Up de los jugadores de la Selección chilena en el inserto central de este álbum". En efecto, en las páginas centrales del álbum se ha incluido un espacio para completar 11 láminas o stickers de jugadores de la selección chilena, y que corresponderían a las imágenes que de acuerdo a la nomenclatura que en él se hace, se trataría de las figuras o imágenes Pop Up.

Añade que en ninguna de las mencionadas páginas se aclara que las imágenes reemplazan la necesidad de completar las imágenes o figuras de los jugadores de la Selección chilena que aparece en las páginas 68 y 69 del mismo álbum y que por consiguiente no deben ser completadas.

Sostiene que la estructura de las páginas del álbum dispuesta para cada uno de los países participantes consta de 2 planas, en las que se visualiza un espacio dispuesto para que se adhiera en el número correspondiente, el sticker o lámina del equipo, emblema y los integrantes de la respectiva selección deportiva, sin embargo respecto de Chile sólo aparece el nombre del jugador, sin indicar número alguno, lo que es corroborado por datos contenidos en la página web del demandado.

En este orden de ideas, afirma que quienes decidieron completar el álbum no podrán obtener los sticker o láminas correspondientes a Chile, en igual calidad, finalidad y condición que el resto de los países, pues el demandado no cuenta con derechos de uso de las imágenes de los jugadores de la Selección Chilena de Fútbol, denominada “La Roja”, ya que tales derechos pertenecen a la empresa Salo S.A.

Comenta que no obstante lo expuesto, el álbum contiene 2 cupones para participar en dos sorteos, el primero ofrecía como premios 1 LCD Sony Bravia de 32 pulgadas, un vehículo Kia Morning 0 kilómetro, 2 Sony Playstation 3 o 1 cámara Sony Cyber Shot, exigiendo como requisito álbum completo, lo que en la especie y atendido lo ya reseñado no podrá tener lugar llevando a los consumidores a entender erróneamente que su álbum no está completo y por tanto no podrán participar del concurso; Y el segundo, consistía en un cupón titulado “Cupón 50 últimas láminas” en el que se utilizaba la frase hasta agotar stock, aparentando con ello el demandado cumplir con su deber de informar el tiempo o plazo de

duración de la promoción, lo que no se ajusta a las normas sobre la materia contenidas en la LPC.

Explica que no existe información alguna que permita a los consumidores informarse previa y oportunamente de una característica relevante y restrictiva del álbum consistente en la no existencia de stickers o láminas de la Selección chilena de Fútbol, no informa cuándo o en qué sentido se deberá entender qué álbum se encuentra completo ni la vigencia de la promoción, todo según lo ordena y obliga la legislación chilena, en materia de Protección de los Derechos de los Consumidores, con lo cual la infringe la referida normativa.

En cuanto al derecho arguye que el demandado ha vulnerado los artículos de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores:

1.- El artículo 3 b), pues el demandado ha vulnerado el derecho básico e irrenunciable a una información veraz y oportuna que evitará eventuales frustraciones o falsas expectativas en el público consumidor, toda vez que no dispuso en tiempo y forma información alguna, relevante y no menor para la adquisición del álbum y de sus láminas, que permitiese a los consumidores tomar conocimiento previo y oportuno que no tendrían ni tendrán al menos a la fecha de la presentación de la demanda, la posibilidad de adquirir los stickers o láminas de la Selección chilena.

Además no señala cuando ni la forma en que se entenderá completado el álbum, habida consideración que los consumidores no estarían en situación de completarlo ni de entenderlo como tal.

2.- Artículos 28 b), 28 c) y 33, al no poder menos que saber que el bien puesto en el mercado no es idóneo para los fines que debería haber pretendido satisfacer, es decir, la posibilidad de obtener y tener a todos los

integrantes de los países participantes sin excepción del país en el que se distribuye y vende el referido álbum.

Por otra parte, según información proporcionada por el demandado en la descripción de las características de las imágenes, promete al consumidor: “Como en ediciones anteriores, la colección incluirá las imágenes de los jugadores de los equipos participantes. Como parte de esta colección tan espectacular desde el punto de vista gráfico, las selecciones nacionales y sus mejores jugadores cobrarán vida ante tus ojos. Cientos de imágenes y cromos brillantes especiales captarán la emoción de esta histórica colección de Panini: ¡Ningún verdadero hincha querrá perdérsela”, con lo cual coloca en el inconsciente colectivo de todos los hinchas, sin exclusión alguna, la posibilidad de acceder a aquellas por su mera voluntad.

3.- Artículo 35, sostiene que a ojos del legislador los concursos y sorteos constituyen una promoción, debiendo el demandado ajustarse a la norma citada, lo que en la especie no ha ocurrido ya que no ha cumplido con el deber de informar los términos dispuestos en ella en orden a informar el tiempo o plazo de duración para el canje de las 50 últimas láminas, recurriendo únicamente a la frase hasta agotar stock, generando ambigüedad absoluta en el destinatario de la promoción y desvirtuando la finalidad de la norma en comento.

A mayor abundamiento, la frase “hasta agotar stock” condiciona la vigencia de la promoción a la existencia de bienes que la constituyen, es decir, la existencia de láminas, lo que a juicio de Sernac dista bastante de lo que obliga la norma, esto es, informar el tiempo o plazo de duración de la promoción.

IV.- Régimen general de reparación e indemnización colectiva.

El artículo 2° Bis b) de la Ley N° 19.955 contempla las acciones de clase o acciones colectivas, así la colectividad de consumidores afectados por la vulneración por parte del demandado del deber de información, publicidad engañosa e incumplimiento de las normas reguladoras de las promociones y que han sufrido daño, poseen este mecanismo de reparación masivo a fin de que el Tribunal declare la infracción a los artículos 3 b), 28 b) y c), y 35 inciso 1°, para que posteriormente determine los daños y reparaciones que deban efectuarse a los grupos o subgrupos de consumidores.

V.- Interés colectivo afectado.

Sostiene que los hechos descritos en su escrito han perjudicado de manera real a un colectivo de consumidores, conforme lo establece el artículo 50 inciso 5° de la LPC, que adquirieron al álbum South África 2010 y los sobres que contenían las láminas para el llenado del mismo, pues hoy han visto destruida la posibilidad de acceder a las imágenes de la Selección chilena de Fútbol, por haber omitido el demandado información trascendental y de carácter restrictivo para la correcta toma de decisión respecto al consumo.

VI.- Sujeto pasivo.

Sernac deduce demanda colectiva en contra de Panini Chile S.A., por cuanto es responsable de las infracciones que se ponen en conocimiento de este Tribunal, en su calidad de proveedora, de conformidad a lo establecido en el artículo 1° N° 2 de la LPC.

VII.- Procedimiento de interés colectivo en la LPC.

La LPC regula en su artículo 50 diversas clases de acciones de interés que pueden realizarse a título individual o en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores.

Las acciones colectivas han sido definidas por la doctrina y en este caso el ejercicio de la acción intentada por Sernac corresponde a las que se promueven en defensa de derechos comunes a un conjunto determinado o determinable de consumidores, cuales son todos los que adquirieron el álbum South África 2010 y sus respectivos sobres.

Con respecto a la admisibilidad de la acción intentada, el artículo 52 de la LPC contempla una serie de requisitos que el Tribunal deberá examinar con el fin de controlar la concurrencia de los elementos formales que justifican ejercer la acción a través de un procedimiento de interés colectivo, a saber:

a) Legitimación activa de Sernac.

La Ley, específicamente el artículo 51 Ns° 1 y 4, entrega poderes públicos a Sernac para asumir la representación del colectivo de consumidores afectados, sin que sea necesario acreditar la representación de consumidores determinados del colectivo en cuyo interés actúa.

b) Afectación del interés colectivo.

En la especie concurren los elementos de hecho y de derecho que justifican la existencia de infracciones a los artículos 3 b), 28 b), 28 c), 33 y 35 inciso 1° de la LPC, es decir, el demandado no entregó información veraz y oportuna, incurrió en publicidad engañosa, utilizó expresiones inductivas a error o engaño e incumplió las normas de promociones.

c) Precisión de los elementos de hecho y derecho afectados.

Los que ya fueron precisados en el cuerpo de su escrito.

d) Número potencial de afectados justifica la necesidad procesal y económica de aplicar el procedimiento de defensa del interés colectivo.

En cuanto a la necesidad procesal resulta innecesario hacer comparecer a todos los consumidores ante el Tribunal ya que su

numerosidad lo hace impracticable, además el procedimiento colectivo evita que los Tribunales sean requeridos innecesariamente pues hace efectivo el principio de economía procesal.

Respecto a la necesidad económica, si se siguiese tantos juicios individuales como consumidores afectados más que dificultar el acceso a la justicia, la niega ya que el costo de reclamar es mayor al beneficio del reclamo, razón por la que los consumidores no reclamarán las infracciones que se han producido y que les causan perjuicio patrimonial.

Por tanto, en mérito de lo expuesto y disposiciones legales citadas solicita al Tribunal tener por deducida demanda en defensa del interés colectivo de los consumidores en contra de Panini Chile S.A., represado legalmente por don Rodrigo Insunza Becker, ambos ya individualizados, o bien representada en conformidad a lo dispuesto en el inciso 3° del artículo 50 C en relación al inciso 1° del artículo 50 D, ambos de la LPC, por infracción a las normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, N° 19.496, admitirla a tramitación y, en definitiva, acceder a las siguientes peticiones:

1.- Declarar la admisibilidad de la acción, en razón de que se cumple con los requisitos establecidos en el artículo 52 de la LPC.

2.- Declarar la responsabilidad infraccional del demandado, condenándolo al pago del máximo de las multas estipuladas de acuerdo a la LPC, por cada una de las infracciones, esto es, infracción al artículo 3 b), 28 b), 28 c), 33 y 35 inciso 1°, todos de la Ley N° 19.496 y en relación a cada uno de los reclamos que se han presentado por los mismos hechos de la presente demanda.

3.- Determine las indemnizaciones y reparaciones para los afectados, considerando como piso mínimo los siguientes factores:

a) Precio del Álbum South África 2010, es decir, \$ 500.-

b) Precio de cada uno de los sobres, esto es, \$ 250.-

c) Cada sobre contiene 5 láminas.

d) El álbum se completa como mínimo con 640 láminas.

4.- Para los efectos de determinar las sanciones procedentes, se considere el impacto el daño causado, más allá de los recursos económicos efectivamente invertidos, el público consumidor afectado entre los cuales se encuentra un sector altamente vulnerable de consumidores representado por los menores de edad, la capacidad económica del demandado y lo gravoso que ha significado para los afectados los hechos demandados.

5.- Determine los grupos y subgrupos de consumidores que se encuentran afectados por las infracciones demandadas, calculando, determinando y decretando las indemnizaciones o reparaciones que procedan en razón de los perjuicios ocasionados, en conformidad a lo que dispone el artículo 51 N° 2 de la LPC.

6.- Ordene la reparación de cada uno de los consumidores afectados, decretando la entrega de las láminas de la Selección chilena, en el formato cromo, esto es, en igual formato que el que se utilizó para el resto de las selecciones que componen el álbum en cuestión.

7.- Condene expresamente en costas al demandado.

8.- Aplique toda otra sanción que sea estimada procedente aplicar en derecho por el Tribunal;

DÉCIMO CUARTO: Que a fojas 29, comparece don Rodrigo Patricio Insunza Becker, en representación de Panini Chile S.A., quien dentro de plazo y conforme lo dispuesto en los artículos 51 y siguientes de la Ley N°

19.496, que establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, viene en evacuar el traslado de la admisibilidad de la demanda colectiva de autos, solicitando desde ya sea declarada inadmisibile, con costas. Fundándose en las consideraciones de hecho y derecho que pasa a exponer:

I.- Consideraciones generales.

1.-La federación Internacional de Fútbol Asociado (FIFA), en el marco del campeonato mundial de fútbol lanzó un álbum oficial para rellenar con las imágenes de los jugadores y las selecciones clasificadas a dicho campeonato, concediendo a la empresa Panini los derechos mundiales exclusivos para usar las marcas oficiales del campeonato mundial que se celebrará en el año 2010.

En virtud de lo anterior su representado podía editar, publicar y comercializar en todo el mundo álbumes de láminas o cromos y sobres con cromos coleccionables, así como figuras y elementos corpóreos en distintos materiales, con las imágenes de los futbolistas profesionales que participan en el campeonato mundial de Sudáfrica 2010. En efecto, las empresas Panini comercializan en todo el mundo láminas autoadhesivas con imágenes de jugadores de medio busto de todas las selecciones, salvo para los jugadores de la Selección Nacional de Chile.

Así las cosas, para que Panini Chile S.A. pudiera editar y comercializar el álbum en el país, incorporando a la referida selección, celebró con el Sindicato de Futbolistas Profesionales de Chile (SIFUP) un contrato de licencia de fecha 28 de enero de 2010, por el cual éstos concedían el uso exclusivo de los nombres, imágenes y fotos de los jugadores de la Selección chilena en el formato conocido como Pop Up, es decir, impreso en cartulina gruesa, troquelada y sin número, explicando en

su reverso el modo en que debe desplegarse la figura, la que queda en posición vertical unida a su base como soporte.

Hace presente que entre SIFUP y un tercero existe un contrato vigente, por lo que Panini no puede comercializar en Chile láminas autoadhesivas con las imágenes de los jugadores de la selección nacional, razón por la cual sólo se le concedió la utilización del formato Pop Up.

No obstante lo anterior, sostiene que los álbumes oficiales FIFA deben cumplir con un formato estándar y parámetros estrictos, por lo que su representado creó un modelo que se adaptará al formato particular de las imágenes de los jugadores de la selección nacional, incorporando un tablero coleccionador destinado a guardar y coleccionar los Pop Up, tal como se realizó para el mundial de Francia de 1998 respecto a los jugadores de la Selección Española de Fútbol.

Refiere que las páginas del álbum relativos a la Selección chilena (68 y 69) no podían eliminarse pues los álbumes deben ajustarse a la diagramación y estructura fijada por FIFA y que los recuadros debían ir numerados en todos los países por cuanto las empresas Panini tienen los derechos para editar, distribuir y comercializar las láminas de la Selección chilena en todos los países, salvo en Chile y México. A mayor abundamiento, cada página del álbum forma parte de una cuartilla, es decir, está asociada a otras tres de modo que resulta imposible eliminar una página sin eliminar al mismo tiempo las otras tres que conforman la cuartilla.

Agrega que los números de los recuadros en las páginas 68 y 69 de la versión chilena del álbum fueron eliminados a fin de indicar que no se incluían las láminas autoadhesivas de la selección chilena.

La situación antedicha fue debidamente informada por Panini quien aceptó dos criterios para reconocer álbum completo, el primero mediante la inserción de las láminas Pop Up de la selección chilena en el tablero coleccionador y, el segundo la inserción de dichas láminas en las páginas 68 y 69.

2.- Información y publicidad.

En el mes de marzo Panini informó debidamente las especiales características del álbum, esto es, que las imágenes de los jugadores de la Selección Nacional se presentaban en un formato particular y distinto del resto de las selecciones, por medio de una intensa campaña publicitaria, conferencias de prensa, información proporcionada en locales o puntos de venta y publicada en su sitio web www.panini.cl.

Añade que previo al lanzamiento del producto y con finalidad de comunicar las particularidades del álbum su representado organizó dos eventos, uno para periodistas deportivos realizado en el hotel W en marzo del año 2010 y otro en el Hotel Marriot en el mes de abril del mismo año. Además, existe una serie de notas de prensa escrita que recogen la misma información.

Por otro lado afirma que en todas las piezas publicitarias alusivas al álbum la imagen del jugador de la Selección chilena de Fútbol se encuentra en formato Pop Up y no en lámina. Más aún, en el sitio web del demandado se contiene un texto explicativo que es particularmente esclarecedor por lo que difícilmente puede prestarse para errores o confusiones como pretende Sernac, cumpliendo así con informar públicamente que para completar el álbum debía contarse con láminas autoadhesivas de las selecciones nacionales de los otros países más los Pop Up de la selección chilena.

3.- En cuanto a los sorteos, indica que en las páginas centrales del álbum se contiene un cupón para participar en los “Sorteos Álbum Completo”, señalándose tanto al reverso de dicho cupón como en las páginas centrales del álbum todas las menciones exigidas por la Ley de Protección al Consumidor, conforme se desprende de ilustración insertada.

En el mismo sentido hace presente que miles de coleccionistas han completado el álbum, canjeado sus premios y se encuentran participando de los sorteos aludidos.

En lo que respecta al “Cupón 50 últimas láminas”, señala que no está asociado a promoción o concurso alguno, por lo que no se le aplican las menciones establecidas en la ley del Consumidor respecto de las promociones u ofertas, pues el procedimiento consiste en completar y pagar por láminas faltantes, las que serán entregadas o enviadas al coleccionista que le falten 50 o menos láminas, práctica que es común en el rubro.

4.- Errores manifiestos en que Sernac funda sus imputaciones.

a) No es efectivo que el álbum no contiene las imágenes de los jugadores de la selección chilena, ya que cuenta con dichas imágenes, como se ha dicho, pero en un formato distinto.

b) Tampoco es efectivo que Panini haya informado que comercializa láminas autoadhesivas de la selección chilena o que haya omitido informar que los jugadores chilenos vienen en formato Pop Up, pues así consta en diverso material publicitario e informaciones de prensa.

c) Las imágenes en formato Pop Up forman parte de la selección, las que podían incorporarse en las páginas 68 y 69 o bien en el tablero coleccionador.

d) La información entregada por Panini se ajusta exactamente al producto comercializado, que no incluye láminas autoadhesivas de los seleccionados nacionales, así se ha informado en el sitio web de Panini Chile S.A.

e) El álbum sí es posible completarlo, lo que se realiza con láminas de los jugadores de las demás selecciones y los Pop Up con las imágenes de la selección chilena, luego inserta un cuadro descriptivo del álbum en cuestión y sostiene que la sola obtención de los 17 Pop Up y las láminas del resto de los jugadores habilita al coleccionista para participar en el “Sorteo Álbum Completo”, por lo que el supuesto error en que los clientes habrían incurrido no es tal.

f) Lo precedentemente expuesto queda demostrado ya que a la fecha de esta presentación se han recibido más de 3.300 cupones “Sorteo Álbum Completo”, en los que efectivamente consta haberse completado el álbum objeto de esta causa. Más aún, con fecha 9 de junio de 2010 se llevó a cabo el sorteo especial de 1 LCD Sony Bravia 32, según da cuenta el Acta de Premiación Promoción Álbum Mundial FIFA Sudáfrica 2010 suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales.

g) No es efectivo que el denominado “Cupón 50 últimas láminas” se refiera a una promoción o sorteo.

II.- Sernac funda su demanda en supuestos falsos y equívocos, razón por la cual la acción no puede sino ser declarada inadmisibile, pues no se ha dado cumplimiento a las exigencias contempladas al respecto en la Ley del Consumidor, a saber:

1.- La conducta que se persigue no afecta el interés colectivo o difuso en los términos del artículo 50 de la Ley del Consumidor, pues no existe una infracción a la Ley del Consumidor ya que los antecedentes que

acompaña permiten acreditar fehacientemente que Panini no ofreció ni se comprometió con sus clientes a entregar las imágenes de los jugadores de la selección nacional en el formato láminas, como ocurre con los jugadores de las demás selecciones. Por otro lado la información que su representado entregó es clara y en caso alguno podría prestarse para confusión y menos aún llevar a entender a los clientes que no era posible completar el álbum.

Manifiesta que no existe antecedente alguno que permita afirmar que la participación en el sorteo álbum completo podría ser ilusoria, debido a que tanto la participación como el sorteo mismo se han desarrollado con total y absoluta normalidad, superando las expectativas de los consumidores y por último sostiene que la apreciación de Sernac respecto al supuesto incumplimiento de la Ley del Consumidor al incluir “Cupón 50 últimas láminas” es errónea, como se ha señalado, debido a que dicho cupón se ha incluido desde hace muchos años en todos los álbumes comercializados por Panini y su finalidad es permitir a los consumidores adquirir las láminas que les faltan sin necesidad de continuar comprando sobres.

En consecuencia no existe infracción a lo establecido en el artículo 12 de la Ley del Consumidor, ya que Panini se ha atendido estrictamente a aquello que ha informado y publicitado. En efecto, todas las piezas publicitarias referentes al álbum demuestran que la imagen de los jugadores de la selección nacional se presenta en un formato distinto, siendo a esta entrega a lo que su representado se ha comprometido.

El engaño a que alude Sernac se habría producido si la información entregada a la prensa o en el mismo álbum por Panini, lo hubieran comprometido a presentar las imágenes de los jugadores de la selección chilena de fútbol en el mismo formato que los jugadores de las demás

selecciones. Lo que en la especie no ha ocurrido. Por tanto, no se ha infringido el artículo 33 de la Ley del Consumidor.

A lo que debe añadirse que la promoción “Sorteo Álbum Completo” cumplió estrictamente con lo dispuesto en los artículos 35 y 36 de la Ley del Consumidor, pues informó las bases y el tiempo de duración, la cantidad de premios y el plazo en que podrían reclamarse y se obligó a publicar los resultados de los sorteos.

Lo anterior permite concluir que los hechos imputados a su representado no constituyen infracción alguna de la Ley del Consumidor.

2.- La demanda no precisa las cuestiones de hecho que afectarían el interés colectivo o difuso de los consumidores y los derechos afectados.

La falta de precisión del demandante de autos se manifiesta en que si se llevase el argumento al extremo quienes perderían serían precisamente los consumidores, porque atendiendo a la prohibición que Panini tenía en Chile para comercializar láminas con imágenes de los jugadores de la selección nacional, las alternativas posibles eran no comercializar el álbum perjudicando con ello a los consumidores, comercializar el álbum incluyendo láminas de los ya mencionados jugadores con lo que Panini habría cometido un acto ilegal o bien comercializar el álbum incluyendo imágenes de los jugadores, pero en un formato distinto a las láminas y en el caso de las demás selecciones láminas en formato normal.

De las alternativas expuestas Panini escogió aquella que permitiría satisfacer las necesidades de los consumidores, sin que ello implique infringir una norma legal.

Añade que si bien la demanda aparece redactada en términos formales, la explicación de las conductas supuestamente ilícitas es

manifiestamente infundada y errónea. Por ende, la contraria no ha cumplido con el requisito de precisar las cuestiones de hecho que afectan el interés colectivo o difuso de los consumidores y los derechos afectados, limitándose a enunciar ciertas cuestiones en base a antecedentes manifiestamente erróneos, infundados o arbitrarios.

3.- El número potencial de afectados no justifica, en términos de costos y beneficios, la necesidad procesal o económica de someter esta acción al procedimiento especial de las acciones colectivas para que sus derechos sean efectivamente cautelados.

La determinación del número potencial de afectados dice relación con la necesidad procesal o económica de someter la presente acción al procedimiento especial para las acciones colectivas en términos de costos y beneficios, lo que en la especie no ocurre. En efecto, de seguirse adelante con este procedimiento, los consumidores presumiblemente afectados deberán incurrir en una serie de costos, tales como los costos de hacerse parte a fin de recibir las eventuales e improbables indemnizaciones perseguidas en autos.

Añade a lo anterior la espera que tendrían que soportar hasta la dictación de una sentencia definitiva ejecutoriada, así como el costo que conlleva la tramitación de un juicio cuyo resultado es incierto.

Sostiene que frente al hipotético evento de dictarse una sentencia desfavorable para su representado, los beneficios que los consumidores presuntamente afectados podrían obtener, en caso alguno podrían salvar los supuestos inconvenientes a los que según Sernac se habrían vistos expuestos.

A mayor abundamiento, la mayoría de los consumidores ha comprendido a cabalidad las características del álbum y no se sienten

afectados de manera alguna, por lo que la demanda de autos mal podría constituir un beneficio adicional para ellos. En efecto, su representado ha recibido sólo 3 reclamos formales que fueron oportunamente respondidos sin que existiera mayor cuestionamiento de los clientes.

De todo lo señalado con anterioridad se desprende de manera evidente que no concurren todos los requisitos consignados en el artículo 52 de la Ley del Consumidor para poder declarar admisible la acción colectiva de autos, por lo que solicita al Tribunal tener por evacuado el traslado de la admisibilidad de la demanda colectiva de autos y en méritos de lo expuesto, declararla inadmisibile, con costas;

DÉCIMO QUINTO: Que a fojas 199, el tribunal mediante resolución de fecha 11 de agosto de 2011 se pronuncia sobre la admisibilidad de la demanda deducida en autos resolviendo que se declarada admisible, resolución que es apelada por el demandado según consta en escrito rolante a fojas 211. La mencionada resolución fue posteriormente confirmada por la Tercera Sala de la Corte de Apelaciones de Santiago;

DÉCIMO SEXTO: Que a fojas 265, comparecen don Paulo Montt Rettig y doña Stella Muñoz Schiattino, abogados, en representación de Panini Chile S.A., quienes vienen en contestar la demanda colectiva de autos, de conformidad a lo establecido en los artículos 52 y 53 de la Ley N° 19.496, que establece normas sobre Protección de los Consumidores, solicitando desde ya sea rechazada, con costas, en virtud de las siguientes consideraciones de hecho y derecho:

I.- Consideraciones generales.

1.- Origen de la acción colectiva.

Hace presente al Tribunal que el origen de la presente acción radica en una información de prensa erróneamente entregada en el noticiero

central de Televisión Nacional (TVN) el día 13 de mayo de 2013, pues comunican que el álbum oficial del campeonato mundial de fútbol FIFA Sudáfrica 2010 comercializado por Panini no contenía las imágenes de los jugadores de la selección chilena y que por ende no podría completarse ni optar a los premios comprometidos. Dicha información fue reiterada al día siguiente, siendo avalada por el entonces señor Director (S) del Servicio Nacional del Consumidor don Sergio Corvalán, quien incurre en el mismo error en entrevista dada al diario La Segunda.

Añade que con posterioridad a la noticia algunos consumidores ingresaron al sitio web de Sernac y completaron los formularios Únicos de Atención de Público, los que no sólo dan cuenta de reclamos sino también de dudas, consultas y comentarios.

Señala que tanto consumidores como Sernac reaccionaron frente a una información equivocada acerca de las imágenes de los jugadores de la selección chilena, pues tal como se explicó al evacuar traslado de admisibilidad de la demanda, el álbum sí contiene imágenes de los jugadores de la selección chilena en cuerpo entero y forma Pop Up; los Pop Up forman parte de la colección y el álbum sí puede ser completado.

Así las cosas, estos autos carecen completamente de justificación fáctica y ante el improbable caso que el Tribunal acogiera esta acción, ello acrecería completamente de efecto dado que no ha existido un perjuicio para los consumidores susceptible de ser reparado.

2.- Errores manifiestos en que Sernac funda sus imputaciones.

Alega que las afirmaciones de Sernac son erradas y redundan en falsas conclusiones, a saber:

a) El álbum si contiene imágenes de los jugadores de la selección chilena en formato Pop Up, fundándose en lo argumentado en el acápite

denominado consideraciones generales contenido en el escrito por medio del cual evacua el traslado de admisibilidad de la demanda,

Posteriormente, a título ilustrativo inserta una lámina autoadhesiva y una lámina en formato Pop Up con la imagen de un jugador de fútbol.

Añade que las imágenes de los jugadores de la selección Chilena en formato Pop, al igual que aquellas correspondiente a las restantes selecciones de fútbol, se contenían en sobres que se comercializaban junto con el álbum.

b) El álbum sí se podía complementar, para lo cual esgrime los mismos argumentos vertidos en presentación de fojas 29 y adicionando que 8.393 consumidores completaron el álbum sin problemas.

Arguye que Sernac desconoce el hecho que en el mes de junio de 2010 se recibieron más de 3.000 “Cupones Sorteos Álbum Completo” y que todos y cada uno de los coleccionistas que presentaron sus cupones efectivamente habían completado el álbum.

A mayor abundamiento, la cifra de participantes del aludido sorteo fue incrementándose en el curso de las semanas siguientes, llegando a 8.393 lo que permite deducir que los coleccionistas comprendieron correctamente la particularidad de este álbum y que no se han sentido engañados, lo que no puede sino obedecer al importante trabajo comunicacional realizado en forma previa al lanzamiento del álbum, pero también corresponde a la manera correcta en la que se han presentado todas las piezas en las que se publicita el álbum.

En otro sentido, enfatiza que revisados los 526 formularios acompañados por el actor a fojas 76 en los que constarían los reclamos puestos en conocimiento del Sernac, pudieron constatar que al menos 50

de ellos corresponden a consumidores que figuran en tal planilla, es decir, consumidores que sí completaron el álbum.

c) Todos los sorteos organizados (incluyendo el Sorteo Álbum completo) se desarrollaron con total normalidad.

Así consta en las diversas actas notariales de los sorteos y, en las cartas y documentos en los que consta la entrega de premios, por lo que la demanda deducida por Sernac en nada contribuyó o pudo contribuir a que existan cambios o mejoras a su respecto ya que se realizaron con estricto apego a la Ley del Consumidor.

d) Respecto al Cupón 50 últimas láminas.

Se remite a lo expuesto al evacuar el traslado respectivo e incorpora imagen del anverso y reverso de dicho cupón, bastando una revisión somera para concluir que no se trata de un cupón para participar en ninguna promoción, concurso o sorteo de manera que mal podría sostenerse que su representado no informó la vigencia de una promoción que simplemente no existe.

II.- Excepciones, alegaciones y defensas a la demanda de autos.

II.1.- El demandado no ha vulnerado la Ley del Consumidor no siendo tales las infracciones imputadas.

En primer lugar porque otorgó previa, debida y oportunamente información acerca de las características relevantes del álbum, en este sentido consta:

a) Información de prensa.

En marzo del año 2010 su representado lanzó una intensa campaña publicitaria para promocionar el álbum, a través de conferencias de prensa

y por medio de información proporcionada en los locales o puntos de venta, y en su sitio web www.panini.cl.

A modo ejemplar cita declaraciones públicas efectuadas en el programa de noticias de las 13:30 horas del canal Chilevisión con fecha 20 de abril de 2010, día del lanzamiento del álbum y en el noticiero de CNN Chile.

A ello debe sumarse una serie de notas de prensa escrita que recogen la misma información.

b) Conferencias.

El demandado organizó dos eventos previos al lanzamiento, a los que hizo referencia al evacuar el traslado de admisibilidad de la demanda, a objeto de informar las características y particularidades del álbum.

Agrega que en el evento de lanzamiento su representado entregó a todos los periodistas asistentes un álbum con todas las imágenes de los jugadores, incluyendo los jugadores de la selección chilena en formato Pop Up. Dentro de los asistentes había periodistas de TVN por lo que dicho canal contaba en sus archivos con la información relativa al formato de los jugadores de la selección nacional. Tal situación motivó el reclamo que formularon a TVN por haber publicado información errónea sin haberla verificado previamente, tanto es así que luego el Director de Prensa del mencionado canal pidió disculpa formales a Panini.

c) Piezas publicitarias.

Indica que las piezas utilizadas para publicitar el álbum en los distintos puntos de venta son igualmente ilustrativas acerca de la forma en la que se presenta la imagen de los seleccionados nacionales. En efecto en

todas las piezas publicitarias alusivas al álbum la imagen del jugador de la selección chilena se encuentra en formato Pop Up y no en lámina.

e) Sitio web de Panini.

En el sitio web www.panini.cl se contiene un texto explicativo relativo al álbum que no deja duda alguna que las imágenes de Chile vienen en formato Pop Up.

f) Álbum.

En las páginas 68 y 69 del álbum se señala en letras destacadas el formato de las imágenes de los jugadores de la selección chilena.

En suma, insisten en que su representado fue extremadamente diligente y se preocupó de informar y publicitar que las imágenes de los jugadores de la selección nacional sólo se comercializarían en formato Pop Up.

En segundo lugar, sostienen que su representado jamás señaló, informó o siquiera insinuó que las imágenes de los jugadores chilenos vendrían en el formato de láminas autoadhesivas.

Al respecto señalan que pareciera que la contraria pretende que su representado incluya en su publicidad un hecho negativo, es decir, “las imágenes de los jugadores de la selección chilena no vienen en formato de lámina autoadhesiva”, lo que carece de toda lógica comercial.

Así las cosas, concluyen que no es efectivo que Panini haya informado que comercializaría láminas autoadhesivas de la selección chilena o que haya omitido informar que las imágenes de los jugadores chilenos vienen en formato Pop Up, por lo que no podría configurarse de modo alguno publicidad engañosa.

En este orden de ideas, consideran pertinente indicar que en el caso de marras, debe atenderse a lo que el consumidor promedio extrae de una pieza publicitada dada para determinar si ésta es o no engañosa, siendo relevante si el álbum contiene o no las imágenes y no, el formato de las mismas.

En tercer lugar, refieren que no existe infracción a las normas sobre promociones o sorteos y alude a la imagen insertada en su escrito en la que consta que contiene todas las menciones exigidas por la Ley del Consumidor respecto al tipo de promoción, no pudiendo Sernac imputarle falta alguna.

Así las cosas, concluyen que no existe infracción a la Ley del Consumidor, pues la demanda de autos se funda en supuestos falsos y manifiestamente erróneos que llevan a la contraria a afirmar que Panini ha vulnerado los derechos de los consumidores, reiterando lo ya expuesto al evacuar el traslado de admisibilidad de la demanda.

II.2.- No existe perjuicio que deba ser reparado.

Arguyen que si no existe infracción a la Ley del Consumidor, no existe perjuicio alguno que deba ser reparado, debiendo acreditar, la contraria, que producto de las supuestas infracciones que invoca, los consumidores no pudieron completar el álbum resultado con ello perjudicados. Sin embargo el álbum sí podía completarse. En efecto, más de 8.300 personas pudieron hacerlo.

Por lo demás no es posible que el Tribunal considere que cada formulario presentado por Sernac represente a un consumidor afectado puesto que si bien cada uno de ellos tiene un número de caso, y la individualización del consumidor, algunos parecen ser idénticos razón por la cual dudan que se trata de consumidores distintos, además contienen

una explicación de los hechos realizada por terceros ajenos al juicio que no los han reconocido en forma legal por tanto acrecen de todo valor probatorio, más aun en algunos formularios un importante número de personas indicó expresamente que no autorizaba a publicar la información contenida en los mismos en los medios de prensa.

Hacen presente que presentados en autos los documentos que dan cuenta del número total de álbumes impresos, vendidos y completos, éstos no fueron objetados ni reservados por la contraria.

En tales documentos consta que de los 165.820 álbumes vendidos por Panini, 8.393 de ellos fueron completados, lo que equivale al 5,06% y demuestra que no ha habido confusión por parte de los consumidores.

Agregan que los 526 formularios, ya reseñados, representan apenas un 0,33% del total de los álbumes vendidos por lo que resulta difícil pretender la existencia de un colectivo de consumidores afectados, entonces, si de dichos formularios se elimina aquellos presentados por consumidores que posteriormente sí completaron el álbum, el porcentaje desciende a 0,28%.

Concluyen, en base a lo expuesto, que el número de consumidores potencialmente afectados representa apenas el 0,28% de los consumidores que compraron el álbum, por lo mismo la demanda debe ser rechazada.

Relatan que es posible que Sernac empatice con los consumidores en el sentido de haber querido que las imágenes de la selección chilena estuvieran en el mismo formato que el resto de las selecciones. Sin embargo, ello no significa que al incluir las imágenes en formato Pop Up, Panini haya cometido una infracción a la Ley del Consumidor ni menos que Panini les haya ocasionado un perjuicio que deba ser reparado.

En este sentido comentan que su representado cumplió estrictamente con aquello a lo que se comprometió y los consumidores recibieron un producto que se ajustó estrictamente a la información entregada y a la publicidad desplegada.

Finalizan comentando que Sernac alude a un supuesto daño en su demanda, sin indicar en qué consiste ni como se ha configurado en la especie.

II.3.- Imprudencia de las indemnizaciones solicitadas por Sernac.

Sernac establece en su demanda ciertos criterios que ha de considerar el Tribunal para efectos de determinar las indemnizaciones que procedan. Al respecto indican que los consumidores que pagaron por él, recibieron un álbum cuya forma y contenido ya ha sido descrito, no presenta falla o defecto por lo que mal podría manifestarse por parte de los consumidores disconformidad con el producto adquirido.

Por otro lado los sobres comercializados contenían las imágenes de los jugadores de la selección chilena de fútbol en forma Pop Up, por lo que no es posible pretender que al proceder a su venta se configure una infracción a la ley del consumidor, más aun considerando que los sobres contenían 5 láminas dentro de las cuáles se comprendía las imágenes Pop Up a que han aludido precedentemente. Panini jamás indicó que dichos sobres contendrían láminas autoadhesivas de la selección nacional o un número mayor de láminas de las que realmente tenían.

Refieren que es efectivo que el álbum se completaba con 640 láminas, teniendo cada selección 19 imágenes, sin embargo el reproche de Sernac dice relación, se centra, en las imágenes de los jugadores de la selección chilena, de modo que pretender que se considere el número

total de láminas con las que el álbum se completa para un hipotético cálculo de indemnizaciones resulta excesivo.

En relación a la vulnerabilidad de los consumidores afectados, la capacidad económica del demandado y lo gravoso de los hechos demandados, consideran que la nota de prensa de TVN, a la que se refirió al inicio de esta presentación, junto con las equívocas declaraciones de Sernac son los únicos y directos responsables de la supuesta desilusión y preocupación infundada de los consumidores menores de edad.

Insisten en que no ha habido infracción a la Ley del Consumidor por parte de su representado, pero en el hipotético e improbable caso que el Tribunal estimare que sí ocurrió, su representado no ha obtenido beneficio alguno y de haber indicado que las imágenes de la selección chilena no venían en formato autoadhesivo, el álbum se hubiese comercializado con la misma regularidad, dado que no es posible pretender que el formato de las imágenes de los ya mencionados jugadores de fútbol haya sido el único factor determinante en la decisión de los consumidores.

En lo que respecta a la determinación de los grupos y subgrupos para la fijación de eventuales indemnizaciones señalan que todos los clientes de Panini podían completar el álbum y que Sernac nada dice en este punto en su libelo de demanda.

Finalmente, se refieren a solicitud de Sernac relativa que el Tribunal ordene la reparación de cada uno de los consumidores afectados, decretando la entrega de las láminas de la selección chilena en el formato cromo al igual que para el resto de las selecciones lo que constituye la prueba más clara y fehaciente del error en que ha incurrido para fundar su acción, más aun siendo de público conocimiento que su representado no podía comercializar en Chile las láminas autoadhesivas con las imágenes de

los jugadores de la selección nacional, debido a la existencia de un contrato vigente entre SIFUP y un tercero.

En definitiva, Sernac pretende de su representado un imposible, cuestión a la que evidentemente no puede estar obligado, pues de ser así implicaría forzarlo a cometer un acto ilegal y por ende ello adolecería de objeto ilícito por tratarse de un acto moralmente imposible.

Por tanto, solicitan tener por contestada la demanda y en mérito de lo expuesto rechazarla con todos sus partes, con costas;

DÉCIMO SÉPTIMO: A fojas 328, se llevó a efecto la audiencia de conciliación decretada en autos con la asistencia del apoderado de la parte demandante y de los apoderados de la parte demandada.

La parte demandante presenta minuta de bases de arreglo, teniéndola el Tribunal por presenta y ordenando su custodia bajo el N° 4.753-12.

Se deja constancia que llamadas las partes a conciliación, éstas solicitaron suspensión de audiencia y fijación de nueva fecha para su realización;

DÉCIMO OCTAVO: A fojas 330, se llevó a efecto la audiencia de conciliación decretada en autos con la asistencia del apoderado de la parte demandante y de los apoderados de la parte demandada.

La parte demandante presenta minuta de bases de arreglo, teniéndola el Tribunal por presenta y ordenando su custodia bajo el N° 4.753-12.

Se deja constancia que llamadas las partes a conciliación ésta no se produce;

DÉCIMO NOVENO: Que, por resolución de 21 de diciembre de 2012, de fojas 333, se recibió la causa a prueba, resolución notificada a las partes a fojas 335 y modificada a fojas 349;

VIGÉSIMO: Que, el demandante, rindió la siguiente prueba documental:

a) A fojas 1, copia de resolución N° 013 emitida por Sernac con fecha 09 de febrero de 2009, por medio de la cual se renueva el período de nombramiento de don Sergio Corvalan Valenzuela como jefe de la División Jurídica en el Servicio Nacional del Consumidor.

b) A fojas 3, copia de resolución Exenta N° 1.363 emitida por Sernac con fecha 29 de diciembre de 2006 en cuya virtud el Director Nacional de Sernac delega una serie de facultades en el Jefe de la División Jurídica o en el funcionario a quien corresponda subrogar legalmente.

c) A fojas 5, copia de decreto N° 171 emitido por la subsecretaría de economía, fomento y reconstrucción con fecha 19 de mayo de 2006 en la que se consigna el orden de subrogación al cargo de Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor.

d) A fojas 6 y guardado bajo la custodia N°1.893-10 del Tribunal ejemplar completo de álbum South África 2010 FIFA World Cup emitido por Panini. Constando que las páginas 68 y 69 relativas a la selección chilena de fútbol cuenta únicamente con las láminas relativas al equipo completo y emblema nacional.

e) A fojas 76 y guardados bajo la custodia N° 5.597 del Tribunal:

1.- Formulario denominado “Único de Atención de Público ante Sernac” ingresados entre mayo y junio del año 2010 por los siguientes consumidores (eliminados reclamos reiterados): Nicolás Rivera Pinones,

Marcela Rojas Lazo, Nelson Asenjo Barros, Luis Felipe Torres Canete, Cristian Cano Reyes, Javier Ignacio Guzmán Saldías, Miguel ángel Llanos Reyes, Jacqueline Badilla Oyarce, Francisco Javier Sepúlveda Pérez, Sebastián Andrés Marzal Cuevas, Jaime Axt Ocana, Jonathan Aníbal González Aravena, Fabián Alejandro Nunez Contreras, Carlos David Lavín Valerio, Sebastián Alejandro Meza Castro, Gonzalo Albornoz Arancibia, Liliana Parra Medina, Josua Juan Luis Vallejos Selman, Emerson González Manso, Valeska Fernández Binimelis, Gonzalo Rojas Venegas, René Sergio Gutiérrez Soto, Braulio Valenzuela Rioseco, Ana María Espinoza Jaure, Roberto Carlos Arenas Gómez, Sebastián Gilbert Dieguez, Margarita Velozo Flores, José Luis Gómez Vargas, Francisco Javier Meléndez Tello, Vanessa Concha Alcaide, Heriberto Gallagher Nosetto, Luis Navarro Ormeno, María Consuelo Torres Moyano, María Sepúlveda Sánchez, María Isabel Salazar Valenzuela, Beatriz Lagos Campos, Felipe Ignacio Balart Vera, Jorge Barrios Puebla, Francisco Javier González Donoso, Rodrigo Cruz Ugarte, Agustín Andrés Cabello Ceballos, Pablo Andrés Reyes Andrade, Javiera Carvajal Tapia, Raúl Alberto Albornoz Mardones, Alejandro Almonacid Erazo, Álvaro León Mutis, Gustavo Adolfo Téllez Marín, Mauricio Alexis Venegas Silva, Francisco Jorquera Díaz, Juan Pablo Velasco García, Daniel Sáez Srain, Williams Alexis Silva Faunes, Consuelo Paz Silva Flores, José Manuel Castillo Carrasco, Patricio Lorca Valiente, Jorge Salgado Contreras, Carmen Verónica Castillo Gallardo, Daniel Morales Acevedo, Gabriel Valdivia Rivera, Jacqueline del Carmen Gutiérrez Castañeda, Matías Eduardo Allende Pino, Paul Dustin Acuna Rojas, David Alexis Torres Rivas, Javier Grandon Baeza, Fernando Pérez Cáceres, Patricio Stefans Álvarez Guerra, Nibaldo Monroy Vargas, Paola del Rosario Moraga Seguel, Fernando Castañeda Araya, Sebastián Garrido Garrido, Rodrigo Andrés Ovando Díaz, Lucía Chacana Ahumada, Álvaro Andrés Acevedo Ayala, Silvia Reyes Delgado, Miguel Orellana Chandía, Laura Caroline Aguillón Toro, Cecilia

Pereira Gómez, Mauricio Bahamondes Etcheverry, Juan Sebastián García Aranda, Miriam Carolina Benvides Castro, Claudio Alexis Zarricueta Estay, Marco Uribe Saldivia, Daniel Eduardo Beltrán Muñoz, Javier Ignacio Araneda Montenegro, Maximiliano Teran Carrasco, Daniel Eduardo Solís Barredo, Jessica Tatiana Villar Hernández, Mauricio Lazcano Callejas, Isabel Bernardita García Martínez, Néstor Duran González, Eduardo Mejías Morales, Marcia Verónica Vergara Vergara, Jordan Juan Miguel Fonseca Soto, Jacqueline de las Mercedes Hernández Cisterna, Francisco Jara Donoso, Carolina Stephanie Gómez Nunez, Danilo Andrés Concha Vergara, Milka Merian Cerna Cisternas, Francisco Ocampo Jiménez, Graciela Salomé Pérez Pacheco, Braulio Droguett González, Dorka Andrea Valdivia Azocar, Nicol Ponce Fouere, Pablo Mauricio Teppa Pacheco, Diana Andrea Retamal Vera, Claudio V. Sepúlveda Banda, Gabriel Arnaldo Cantillana Rojas, Felipe Salazar Duran, David José Flores Zúñiga, Juan Ramón Palma Villanueva, Ángela Lorena Fernández Lueiza, Andrea Carrasco Hermosilla, Rómulo Sánchez Aguilar, Diego Alejandro Flores Castro, Karen Frez Jara, Gabriel Escobedo Paredes, Álvaro Jesam Gaete, Luis Alejandro Ruz Durán, Litsi Contreras Salvo, Erick Muñoz Corvetto, Carolina Elizabeth Llana Rubilar, Óscar Calisto Báez, Marta Irene Carrasco Fritz, Sergio Vargas Cubillos, María Icaza Jarpa, Víctor José Pizarro Canio, Patricio Smith Ortiz, Natalia Paredes Díaz, Luis Giovanni Droguett Cordero, Felipe Andrés Maulen Cornejo, Mauricio Abel Barrera Carrasco, Luis Jonathan Ascencio González, Leonardo Cofre Rojas, Ricardo Romero Maturana, Lucía Navarrete Solorzano, Luis Mondaca Meza, Marcelo Esteban Cantillana Steel, Eduardo Dante Agullo Nunez, Claudia Alejandra Cortes Sánchez, Susana Paola Bacunan Figueroa, Manuel Antonio Guzmán Ortega, Esteban Guillermo Ravello Gacitúa, Paula Bernardita Vera Orrego, Daisy Carol Duran Urrutia, Marisol Muñoz Providell, Miguel Ángel Pérez Bravo, Carla Daniela Muñoz Vera, Paula Soledad Zuleta Rodríguez, Alex Patricio Díaz Díaz, Heins

Schmidt Cale, Álvaro Carvajal, Fernando González Sáez, Miguel Álvarez Farias, Ninoska Andrea Guzmán Allende, Alexis Espinoza Guajardo, Ricardo Castañón Urra, Emma Sofía Pizani Geoffroy, Katherine Constanza Grimberg Núñez, Fresia Castro Moya, Jean Louis Leporati Neron, Claudio Mauricio Navarro Muñoz, Roberto Andrés Matus Aros, Wladimir Bascur Nunez, Alex Osorio Robles, Cristián Andrés Guerrero Díaz, Cristian Osorio Iribarren, Gladys del Carmen Albornoz Vergara, Felipe Alejandro Alarcón Cerda, Ian Franco Mondaca González, Javier Alejandro Tempio Arce, José Miguel Pena Santibáñez, Cristian Alberto Gutiérrez Cabrera, Jordan Uribe Sandoval, Patricia Andrea Jiménez Salazar, Karin Ewert Marchant, Ana Loyola Andrade, Rodrigo Ascencio Zepeda, Rubén Vásquez Rivera, Hernán Nancupil Huentulle, Esteban Neira Moreno, Ana Delia Basoalto Burgos, Juana Elgueda Marambio, Romina Jorquera Alegría, Juan Andrés Riveros Donoso, Pablo Enrique Pizarro Lincuate, Rodrigo Alonso Salinas Pena, Ernesto Hernández Pizarro, Guillermo Elizalde Mateluna, Patricio Felipe Gajardo Delgado, Jorge Poblete Moya, Gonzalo Andrés Marambio Gutiérrez, Roberto Zapata Sánchez, Julio Nicolás Andrés Ramos Araya, Claudio Patricio Arce Rojas, Esteban Collins Dupouy, Fabián Nicolás León Herrera, Soledad Andrea Alfaro Aravena, Norma Lidia García Bitterlich, Isabel Susana Vera Mendoza, Óscar Elías Osvaldo Cayul Muñoz, José Miguel Palacios Onate, Andrés Antonio Díaz Acuna, Daniela Moreno Velásquez, David Niculcar Castillo, Sebastián Andrés Correa Vergara, Jorge Ramírez Salinas, Benjamín Rojas Saldivia, Leonardo Javier Hernández Venegas, Augusto Arias Garrido, Sebastián Nicolás López Miranda, Roberto Aravena Beltrán, Pedro Concha Sandoval, Alfredo Nunez Reveco, Jorge Eduardo Rodríguez Arellano, Felipe Meza Sanhueza, Manuel Arturo Olivos Troncoso, Enrique Jesús Díaz Caviedes, Eduardo Fuentes González, Luis Soto Rodríguez, Jorge Alfonso Guzmán Mino, Cristián Toro Pérez, Carolina Beatriz Silva Luque, Jorge Antonio Barrientos Tapia, Humberto

Enrique Torres Vivanco, Manuel Córdova Cisterna, Karina Molina Molina, Claudia Cornejo Donoso, Matías González Gómez, Héctor Muñoz Bastidas, Hilda Soledad Carrasco Moraga, Marcel Mancilla Orellana, Javier Eduardo Almonacid González, José Acuña Bonilla, Claudia Heredia Canales, Norman Manuel Garay Garay, Carlos Álvarez Rebolledo, Alejandra Sandoval Alvear, Felipe Alfredo González Cofre, Bernardo David Riquelme Jiménez, José Manuel Rodríguez Larrea, Kevin Osvaldo Andrés Silva Figueroa, Ernesto Antiqueo Ortiz, Rodrigo Pontanilla Mora, Francisco Cabrera Zambrano, Marcela Aguilera Cossio, Alex Pereira González, Rodrigo Arismendi Valenzuela, Genaro Rojas Prieto, Rita del Carmen Azocar Villagrán, Erika Janeth Sánchez Garrido, Cristián Neira Suazo, Tomás Felipe Retamales Berford, Francisco José Galleguillos Araya, Iván Andrés Herrera Contreras, Daniela Alejandra Bravo Vejares, Mauricio Alejandro Flores Lepe, Osvaldo Antonio Acuna Martínez, Sergio Reyes Amigo, Carlos Enrique Valenzuela Ardizzoni, Susana Angélica Mendoza Cofre, Bernardo Olivares Guzmán, Marcelo Olivares Mella, Juan Gabriel Montero Sánchez, Guillermo Ramírez Vásquez, Juan Carlos Rivera Ortega, Jaime Iván Escobar Suazola, José Luis Díaz Villalobos, Pedro Suarez Tapia, Marcela Federici, Francisca Indo, Enrique Lizana Quiroz, Verónica Alejandra Fernández Bahamondes, Claudio Andrés Ortega Mella, Miriam Embry López, Fernando Mauricio Melo Cabello, Dagoberto Ricardo González Barriga, Luis Gonzalo Ávila, Ignacio Munoz Femenias, Robinson Caamano Sagredo, Cristián Eduardo Palma Ratti, Marta Clementina Cabezas Pavez, Cristián Riquelme Ochoa, Mauricio Esteban Devia Valenzuela, Manuel Antonio Mora López, Jorge Sepúlveda Salazar, Claudio Cerpa, Miguel Ángel Salazar Quilaleo, Rafael Eduardo Valenzuela Mancini, Paola Solange Mendoza Salazar, David Pérez Abejares, Rodderyk Garrido Urrutia, Carolina Andrea Serrano Herrera, Benjamín Andrés Jaime Pizarro, Luz María Lazo Sierralta, Patricio de la Fuente Basualto, David Perea Abejares, Mauricio Tobar Aedo, Héctor Andrés Gana

Gómez de la Torre, Ximena Gutiérrez Acuna, Felipe Javier Leiva Solis, Pedro Urzua Cruzat, Miguel Ángel Álvarez Vásquez, Cristián Durney Labayru, Neittan Edison Nanco Fuentes, Pablo A. Moraga Vásquez, Víctor Manuel Caces Riquelme, Álvaro Pena Solis, Javier Antonio Estrada Salas, Mónica Lorena Pino Salinas, Eleodoro Antonio Castro Aliaga, Alfredo Hernández Madrid, Luis Mauricio Garrido Aravena, Héctor Edward Rodríguez Sepúlveda, José Hurtado Alarcón, Felipe Stollsteimer Chávez, Nicolás Guzmán Saldias, María Angélica Constanzo Parra, Jorge Andrés Benítez Cisternas, Marcos Eduardo Bustamante Rivas, Cristián Osorio Pulgar, Yerko Palomino Castañeda, Ariel Contreras Guzmán, Sergio Correa Rojas, Karina de los Ángeles Moreno López, Mauricio Guzmán Landauro, Cecilia Alejandra Recabarren Raby, Yessenia de Lourdes Toro Pérez, Silvia Bastías Pérez, Jocelyn Elizabeth Tapia Cornejo, Felipe Patricio Martínez Hernández, Fanny Angélica Mundaca Toro, Pablo Leonel Almendras Vargas, Alejandro Patricio Fredes Portino, Belmor Valdovinos Soto, Andrés Correa Contreras, Nelly Henríquez Aguayo, Rodrigo Aravena Reyes, Lorena Pamela González Hernández, Sandra Garrido Vergara, Gerardo Alfonso Moreno Medrano, Manuel Urzua Meza, Yasna Carol Zúñiga Castro, Jonathan Ceballos Gaete, Claudia Paola Ceron Flores, Sebastián Rodríguez Díaz, Nicolás Ojeda, Jessica Alejandra Zapata Benavides, Joel Gunther Román Araneda, Fernando Morgado Gnecco, Marcia Apablaza Sandoval, Andrea Henríquez Henríquez, Juan Rain Marinao, Jaime Said Merino, Jorge Andrés Bustos Quilaleo, Teresa Tamayo, Luis Andrés Navarro Mellado, Paulo Marín González, Héctor Valenzuela Santander, Erasmo Ferrada Ordenes, Óscar Penailillo Veas, Yerko Mauricio Orellana Lemus, Mauricio A. Silva López, Cristián Andrés Oliva González, Leocadia Molina Ferrada, Francisco Álvarez Herrera, Liliana del Carmen Godoy Contreras, Richard Quinteros Ahumada, Elizabeth Lara Lara, Pedro Morales Muñoz, Enrique Vargas Chacón, Guillermo Andrés Sauterel Echeverría, Francisca Echeverría

Miranda, Francisco Catalán Adasme, Ricardo Javier González Álvarez, Leopoldo García Fernández, Andrés Mendoza Ruz, Maryorie Acevedo Nasvaez, Yessica Sandoval Peralta, William Gabriel Acuna Martínez, Luis Eduardo Sebastián Hernández Hernández, Cristián González Álvarez, Felipe Valenzuela Arce, Felipe López Gajardo, Freddy Manuel Severino Cofre, Mireya Adriazola, Pablo Ignacio Barrientos Carvallo, Alexander Weber contreras, Raúl Vargas Gutiérrez, Cristián León Solís, Jaime Eduardo Araya Meneses, María Pilar Troncoso Guzmán, Patricio Peres, Paul Bravo Duronea, Emiliano Antonio Alburquenque Reyes, Iván Hermosilla Araya, Yasna Solange Acevedo Jorquera, Jorge Navarrete Saravia, Diego Mendoza Esquivel, Ximena González Salini, Raúl Nicolás Rojas Ramírez, Ciro Palacios Contreras, Ricardo Andrés Baeza Sepúlveda, Guido Torres Mena, Jessica Rivera Araya, Pía Karina Castro Rojo, Felipe Bucarey Winkler, Paula Soza Parra, Claudio Aravena Cabrera, Manuel Ignacio Elgueta Huechucura, Aquiles Fuentes Bustamante, Francisco Zapata Díaz, Héctor Muñoz Aranda, Michell Ivanov Mena Martínez, Jacob Benjamín Sánchez Chacón, Sonia Barreto Medina, Juan Carlos Madrid Castro, Enzo Gabriel Ruiz Moyano, Luis Raúl Jiménez Ceballos, Paula Mackarena Sánchez Loyola, José Mauricio Díaz Olivares, Ana Olavarria Cancino, Francisco Antonio Arredondo Lara, Jaime Morales Valdés, Claudio Negrete Schlette, Miguel Ángel Valderrama González, Edgardo Fernando Gutiérrez Gutiérrez, Sebastián Mellado Salinas, Eloisa Saez Pinto, Alejandro Marcelo Ramos Córdova, Rolando Contreras Bianchi, Katherine Paola Manríquez Olcay, Claudia Alejandra Parra Aedo, Alejandro Aurelio Valenzuela Zamora, Mabis del Carmen Cabezas Rojas, Juan Manuel López Bruce, Italo Contador Díaz, Carlos Ossandon Yáñez, Tierinna Ramos Ordoñez, Marco Antonio Araya Vergara, Rodolfo Viera Santiago, Javiera Martínez Morales, David Ignacio Clavijo Contador, María José Bascunan Catrileo, Mauricio Adolfo Arce Bahamondes, Guido Alonso Muñoz Moya, Ingrid González Suarez, Cristiano

Castaldelli Rolemucet, Marcos Ojeda Seron, Lorena Munoz Enriquez, Walter Geissbuhler Azula, Mayerling Manríquez Olcay, Daniel Farfán Donoso, Guillermo Guerra Flores, Mario Enrique Fernández Gutiérrez, Alejandra Fuentes Márquez, Eduardo Pacheco Tapia, Francisca Rubilar Gutiérrez, Jorge Valdivieso Scott, Benjamín Alfredo Jopia Cepeda, Roxana Flores López, Álvaro Rolando Rebolledo Sepúlveda, Daniela Paz Jofre González, Mauricio Alejandro Cotroneo Reyes, Sergio Romero Blanchard, Roberto Patricio Grenett Godoy, Lorenzo Julio Jiménez, Alejandro Rodríguez Acevedo, Karina Rodríguez Guzmán, Roberto Carlos Salinas Cruz, Víctor Felipe Ignacio García Cortés, Marco Antonio Aravena Vivar, José Adolfo Saavedra Domínguez, Jorge Jiménez Lueiza, Raimundo Brucher Luco, Miguel Ángel Paredes Arévalo, Javier Pino Sepúlveda, Alexis Martínez Ahumada, Juan Gustavo Bravo Hernández, Romualdo Segundo Contreras Araneda, Alan Antonio Reyes Gatica, Víctor Garham Garham, Fabián Reyes Robles, Luis Leandro Barriga Jerez, Cassandra Jijon Riveros, Tatiana Munoz Jara, Rodrigo Andrés Fica Bahamonde, Franco Alexander Hermosilla Torres, Liliana Andrea Frias Celis, Patricio Grenett Godoy, Álvaro Rojas Pérez, Eugenio Humberto Carvajal Figueroa, Alfaro Guaringa, José Luis Carrera Salgado, Carlos Roberto Parra Díaz, Marcos Venegas Machuca, Cristian Fuentes Guajardo, Placido Caro Jiménez, Gerardo Canete Aguirre, Angelina del Carmen Pizarro Dubo, Jaime Penaolza Munoz, Emilio Lazo Cifuentes, René Guajardo Fuentealba, Dario Eusebio Castro González, Carlos Reyes Valdebenito, Boris Erasmo Montoya Sobarzo, Fernando Palma Becerra, Carolina Andrea Arigas Neira, Alejandro Rodrigo Sandoval Rivera, Alejandro Rodrigo Sandoval Rivera, Álvaro Hernández Maurelia, Guillermo Fuentes Flores, Edivina Moya Rebeco, José Benites Rojas, Karen Alejandra Ugarte Penaloza, Rosa Villalon Villagran, Miguel Ángel Latapiat Melgarejo y Julio Godoy Parra, esto es, un total de 514 reclamantes;

2.- Portada diario La Segunda de fecha 14 de mayo de 2010 titulada “Denuncian gran engaño en Álbum del Mundial”, no existen las láminas de los jugadores de la Selección Chilena y página 3 en la que se desarrolla la noticia.

3.- Portada de cuerpo C diario El Mercurio sección Nacional de fecha 15 de mayo de 2010 titulada “Láminas de la Roja se ofrecen por \$ 21 mil desde países vecinos”, agregando al recuadro que contiene las imágenes Pop Up que éstos reemplazarán a las lámina autoadhesivas de Chile.

f) A fojas 76 y guardado bajo la custodia N° 5.598-10 disco compacto que contiene 5 notas periodísticas emitidas por los principales canales de televisión nacional, referidas a los hechos que dan lugar a la presente causa.

g) A fojas 157 y siguientes, copia simple de resolución de fecha 28 de diciembre de 2010 pronunciada por la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago en causa Rol N° 7.621-2010 mediante la cual se declaró inadmisibile el recurso de apelación interpuesto por el demandado a fojas 59 y concedido a fojas 63 de autos.

h) A fojas 169, copia de resolución N° 224 emitida por Sernac con fecha 10 de septiembre de 2010, por medio de la cual se nombra a don Juan Antonio Peribonio Poduje como Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor.

g) A fojas 313 y siguiente, hoja original y copia de aviso publicado en diario El Mercurio con fecha 22 de junio de 2012, mediante el cual se informa acerca de la presentación de la demanda por Sernac ante el 3° Juzgado Civil de Santiago y sus pretensiones.

h) A fojas 315 y siguientes, dos impresiones del sitio web del Servicio Nacional del Consumidor www.sernac.cl, de fechas 17 de julio de 2012 y

22 de junio de 2012 en las que constan notificaciones y plazos para formar parte de demandas colectivas.

i) A fojas 326 y guardado bajo la custodia N° 4.753-12 del Tribunal, Minuta – Audiencia de conciliación entre Sernac con Panini Chile S.A. respecto a las bases de arreglo propuestas por el demandado a fin de poner término a la presente causa.

j) A fojas 369, reitera documentos de fojas 76 y acompaña los siguientes que se encuentran guardados bajo la custodia N° 2.705-13 del Tribunal:

1.- Listado online obtenido de la página web del demandando en el que constan los cromos del álbum South África 2010 y la numeración de cada uno de ellos con indicación del nombre y posición de cada jugador. Asignándose a Chile las páginas, 619 para cromo de equipo, 620 para emblema del país y de la 621 a 637 para los seleccionados nacionales de fútbol.

2.- Impresión de página web del demandado en virtud del cual se describe las características del álbum Oficial del Mundial FIFA Sudáfrica 2010 y su valor comercial.

3.- Impresión de página web del demandado www.paninigroup.com/es/fifaworldcup/the-collection/the-album.html, en el que se describe características el álbum y se alude a la colección de cromos oficial de Panini.

4.- Afiche publicitario de álbum South África 2010 FIFA World Cup, en el que se consigna imágenes de las láminas de los jugadores, valores de álbum \$500.- y de los sobres \$ 250.- y su fecha de término, 20 de agosto de 2010.

5.- 3 ejemplares del álbum South África 2010 FIFA World Cup pertenecientes a consumidores que reclamaron ante Sernac ante la imposibilidad de completar las páginas correspondientes a la selección nacional, a excepción de uno de ellos que cuenta con los cromos de la selección chilena.

6.- Copia de las 3 páginas centrales del álbum South África 2010 FIFA World Cup, en el que consta: cuenta láminas, cupón 50 últimas láminas, premios sorteo álbum completo, cupón sorteos álbum completo, premios concurso sobres vacíos y centros de canje.

7.- Memorandum N° 105 emitido por don Waldo Claro Álvarez, Jefe de Departamento de Estudios e Inteligencia Sernac con fecha 28 de agosto 2012 mediante el cual realiza proposición de acuerdo relativa a la promoción y comercialización del álbum oficial del campeonato mundial de fútbol Sudáfrica 2010 o South África 2010.

8.- Planilla Excel emitida por Panini Chile S.A. dando cuenta del N° de álbumes South África 2010 vendidos, resultando un total de 165.820 unidades.

9.- Disco compacto que contiene 5 notas periodísticas emitidas por los principales canales de televisión nacional y una entrevista al ex Director de Sernac don Sergio Corvalán referente a los hechos que fundan la presente demanda.

k) A fojas 375, copia de decreto N° 136 emitida por Sernac con fecha 04 de diciembre de 2012, por medio de la cual se designa en calidad provisional y transitorio a don Juan José Ossa Santa Cruz Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor.

l) A fojas 404 y guardado bajo la custodia N° 2.799 del Tribunal, copia autorizada de protocolización bases sorteo álbum "Mundial FIFA

Sudáfrica 2010” efectuada con fecha 13 de mayo de 2010 en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales, anotada bajo el repertorio N°792/2010 y guardado al final del registro correspondiente al mes de mayo bajo el N° 21. En el referido documento constan los requisitos para participar, requisitos para el canje de premios, premios y sorteos, exclusiones y limitaciones y publicidad de la base del sorteo.

m) A fojas 409 y guardado bajo la custodia N° 2.800 del Tribunal:

1.- Impresión de página web www.lanacion.cl en la que consta noticia publicada con fecha 20 de abril de 2010 titulada “Panini lanzó el álbum oficial del Mundial de Sudáfrica 2010”.

2.- Copia de sentencia dictada con fecha 08 de marzo de 2011, por la Sexta Sala de la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago en autos Rol N° 3.669-2010, caratulados “Sernac con Easy S.A.”.

3.- Copia de sentencia dictada con fecha 12 de julio de 2011, por la Séptima Sala de la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago en autos Rol N° 4.546-2010, caratulados “Sernac con Banco BBVA”.

4.- Copia de consulta estado de recurso en página web del Poder Judicial de la República www.poderjudicial.cl en la que consta información referente a la sentencia pronunciada por Octava Sala de la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago con fecha 15 de noviembre de 2006 en autos Rol N° 5.112-2006 confirmando resolución apelada de fecha 19 de noviembre de 2005 caratulada “Sernac con Banco Santander Santiago”, pronunciada por el Tercer Juzgado de Policía Local de Santiago.

5.- Copia de sentencia dictada con fecha 15 de abril de 2008, por la Novena Sala de la Ilustrísima Corte de Apelaciones de Santiago en autos Rol N°318-2008, caratulados “Sernac con Farmacia Cruz Verde S.A.”

respecto a sentencia de fecha 28 de agosto de 2007, pronunciada por el Segunda Juzgado de Policía Local de Santiago en autos Rol N°3.902-2007.

6.- Copia de planilla Excel emitida por Panini Chile S.A. en la que consigna la cantidad de álbumes South África 2010 vendidos, resultando una cantidad de 340.000.-

n) A fojas 526 y guardado bajo la custodia N° 5.988-13 del Tribunal disco compacto que dan cuenta de los documentos acompañados precedentemente bajo los números 1, 2 y 3 letra j).

ñ) A fojas 531 reitera documentos acompañados a fojas 76;

VIGÉSIMO PRIMERO: Que, además, rindió prueba testimonial, consistente en las declaraciones de:

a) Doña Jacqueline del Pilar Badilla Oyarce, a fojas 364, individualizada en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 y modificada a fojas 349, expuso, en relación al segundo punto de prueba que hubo carencia de información directa o en medios visibles, lo que le consta por tener el álbum y no aparecer toda la información en los afiches publicitarios.

En relación a las bases comenta que generalmente las tiene un notario, pero no sabía cuál y en cuanto a las láminas de la Selección de Chile, no se indicó claramente que vendrían en otro ni que éstas no estarían a la venta.

Repreguntada, aclara que no había información directa de la carencia de estas láminas de la Selección de Chile en el mercado pues ello no se indicó en el álbum ni en los afiches promocionales.

Sostiene que las páginas del álbum contenían espacio para coleccionar las láminas de la selección de Chile del formato alternativo en

que venían y un contador de láminas, y en las páginas finales el espacio para llenarla con las láminas autoadhesivas que nunca estuvieron a la venta. El formato de las láminas de la selección chilena era el denominado Pop Up y el resto de las selecciones en láminas autoadhesivas.

Afirma que de haber sabido la diferencia de formato de las láminas no hubiese comprado el álbum porque ello implicaba retroceder en el tiempo ya que las láminas de la selección de Chile eran de cartón, había que insertarlas en un calado o ponerle pegamento adicional.

Hace presente que Panini no informó que venderían las láminas de la Selección chilena en el formato tradicional y que ella junto a su familia, especialmente su hijo, se enteraron a través de los medios de comunicación.

Aclara que con su hijo les fue imposible llenarlo porque faltaban las dos páginas de la selección de Chile. Lo que faltaban eran las láminas para completar las páginas que incluían las láminas de la selección Nacional.

Contrainterrogada afirma para que diga en qué formato aparecen los jugadores de las selecciones extranjeras y chilena en afiches y posters acompañados en el N° 13 del segundo otrosí del escrito de fs. 29 y que solicitó se le exhibiera, señala que no explicado, que aparecen solamente imágenes de las láminas y que el formato en que parecen los jugadores chilenos y extranjeros es distinto en esas imágenes.

Aclara que en el afiche denominado “Álbum oficial FIFA Sudáfrica 2010” que se le ha exhibido, si indica expresamente la frase: “Encuentra tus pop up de la selección chilena”.

Indica que no puede precisar si vio los documentos que se le exhibieron antes de comprar el álbum en cuestión y que vio las dos últimas páginas del álbum después de comprar el álbum.

Precisa que sí intentó completar el álbum con las imágenes de los jugadores chilenos en las dos páginas centrales, pero que no llevó a Panini el álbum completo con las imágenes de los jugadores chilenos en las dos páginas centrales.

Al tercer punto de prueba sostiene sí las había y que se encuentran en notarías, sin acceso al público. En cuanto a la vigencia, era la del mundial, lo que le consta porque dicha información se expresaba en el álbum.

Repreguntada sobre las promociones o sorteos que se señalaban en el álbum, manifiesta que se trataba de balón oficial de fútbol y consistía en juntar el nombre que éste tenía con el álbum completo, además había un automóvil y otros premios menores.

Agrega que no recuerda si el álbum señalaba qué se entendía por “álbum completo” para participar en la promoción o sorteo aludido.

En relación al cuarto punto de prueba comenta que debiendo saberlo, indujo a error y añade que intentó completar el álbum, pero las láminas de la selección de Chile no estaban a la venta, razón por la cual resultaba imposible postular a los premios ofrecían.

Repreguntada manifiesta que la razón de intentar completar las láminas de la selección chilena fue el orgullo de ser chilena.-

La información errónea se proporcionó por los medios de comunicación y promoción del mismo álbum.-

Luego se le exhibe un ejemplar del álbum motivo de autos a objeto que explique si en alguna página del referido álbum Panini informa que las dos carillas destinadas a la selección chilena páginas 68 y 69 no debían ser completadas y si las láminas de los jugadores de la selección chilena, no

serían vendidas en el formato tradicional o cromo y responde que no lo explica.

Aclara que la página del álbum denominada “cuenta láminas” no da a entender que las láminas destinadas a los jugadores de la selección chilena N° 622 a 637 debían ser vendidas y por ende adquiridas por los consumidores para completar el álbum. Agrega que dicha página contiene un resumen de la numeración de todas las láminas del álbum y su función es facilitar llevar el control de las mismas para completar el álbum, y que en ellas sí se encuentran incluidos los números relativos a las láminas de los jugadores de la selección chilena en el formato tradicional.

Contrainterrogada aclara que intentó completar el álbum con las láminas de la selección chilena en formato tradicional y que intentó completar el álbum con las imágenes en formato pop up.

Precisa que la información contenida en documento acompañado en el N° 19 del segundo otrosí del escrito de fs. 29 consistente en publicación en Diario Las Últimas Noticias de fecha 2 de mayo de 2010 es clara, no así la ubicación de la misma; por ello es que induce a error.

Luego de exhibírsele documento acompañado en el N° 18 del segundo otrosí del escrito de fs. 29 referente a publicación en Diario El Mercurio de fecha 21 de abril de 2010, responde que no tiene referencia para contestar ya que no se le exhibe página completa sino solamente un extracto.

Referente al quinto punto de prueba alega que por un lado hubo perjuicio psicológico al no poder adquirir las láminas de la Selección Nacional, y por otro lado un perjuicio económico, que se traduce en el costo del álbum y las láminas, que sería aproximadamente de \$150.000.-, cifra aproximada considerando las láminas repetidas. Sin embargo, no

recuerda el valor de los sobres y del álbum. Los sobres costaban alrededor de setecientos pesos.

Repreguntada señala que la causa del perjuicio económico consiste en haber adquirido un producto defectuoso que no cumplió con las expectativas ofrecidas y que no pudo completar.

Contrainterrogada respecto a si hubiese preferido que la selección chilena no se incluyera en el álbum responde que de haber sido así no lo hubiese comprado.

b) Don Máximo Terán Pardo, a fojas 380, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 y modificada a fojas 349, expuso, en relación al segundo punto de prueba que la única información que vio es la contenida en el álbum la que inducía a error pues señalaba “completa tu álbum y participa o gana x premio”, siendo que en los hechos el álbum no podría completarse dado que faltaban las fichas de la selección chilena. Esto le consta porque gastó muchísimo dinero tratando de conseguir las fichas de la selección chilena y no supo sino tiempo después y por terceros que tales no se encontraban disponibles en el país. Agrega que tampoco proporcionó información respecto al llenado.

Repreguntado afirma que el álbum no contenía información aclaratoria al respecto y que de haber existido esa información obviamente no hubiese gastado el dinero que gastó tratando de conseguir las fichas.

Aclara que no le fue posible completar el álbum y que no recibió información acerca de que no se venderían las láminas de la selección chilena en su formato tradicional, esto es, láminas adhesivas.

Relata que el álbum contemplaba un “cuenta láminas” y que incluía las láminas relativas a la selección chilena en formato tradicional, siendo que no se podrían adquirir.

Contrainterrogado contesta que se enteró de la existencia del álbum a través de su hijo y que no recibió información acerca de que no se venderían las imágenes de los jugadores chilenos en formato tradicional y que no adquirió las referidas en formato distinto.

Explica que aproximadamente gastó en el álbum \$150.000.

Al tercer punto de prueba comenta que sí las había, pero que no recuerda las bases ni la vigencia. Recuerda que en el álbum estaban las bases y las promociones.

Repreguntado respecto a si el álbum señalaba qué se entendía por “álbum completo”, sostiene ser obvio que se refería al álbum con todas sus fichas completas pegadas, refiriéndose con ello a las láminas en formato tradicional.

Respecto al cuarto punto de prueba señala que Panini sabiendo o debiendo saber, indujo a los consumidores a error o engaño, lo que se produce a través del álbum porque contenía toda la información, al menos la que él supo, salvo la información relativa a la no venta de las láminas de la selección chilena en formato tradicional.

Repreguntado aclara que Panini indujo a error o engaño incentivando a su hijo a llenar un álbum para concursar o ganar premios cuando en realidad era imposible conseguirlo ya que las fichas de la selección chilena en formato tradicional, nunca existieron.

Contrainterrogado señala que no supo si se hicieron los concursos y se entregaron los premios y que de saber que otros consumidores

completaron el álbum y recibieron los premios se preguntaría cómo lo hicieron ya que las fichas no estaban a la venta.

Respecto al quinto punto señala que sí, de naturaleza económica y ético-psicológica debido a que se indujo a un niño a no confiar en la sociedad. Estima que la magnitud económica equivale a un monto de entre \$150.000.- y \$200.000. Añadiendo que la perdió mucho tiempo.

Repreguntado en cuanto a la forma de arribar a dichos montos explica que para conseguir determinadas fichas había que comprar muchos sobres y también por compra a vendedores que se situaban en las puertas de las oficinas de las empresas vendiendo las fichas más escasas a un muy alto precio.

Contrainterrogado aclara que dichos vendedores no pertenecían a Panini y que no puede saber con exactitud cuántos sobres compró, pero cientos.

c) Don Niccolo José Stagno Oviedo, a fojas 389, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 y modificada a fojas 349, expuso, en relación al segundo punto de prueba que el demandado no proporcionó información veraz y oportuna ya que no comunicó adecuadamente que las láminas de la selección nacional de Chile no serían comercializadas de la misma manera y/o formato que las láminas del resto de las selecciones de los otros países. Tampoco informa las condiciones bajo las cuales se debió entender que el álbum estaba completo.

Agrega que los afiches publicitarios no especificaban ni señalan que las láminas que correspondían a la selección Nacional de Chile no estarían a la venta ni las condiciones en que se daba por completo el álbum.

Por otro lado sostiene que el álbum contenía una página con una sección denominada cuenta láminas que indicaba el número correlativo de todas las láminas que formaban parte del álbum incluyendo supuestamente la de Chile. Sin embargo, en esta página tampoco se señala que las láminas de Chile no debían ser coleccionadas ya que no estaban a la venta en el mercado.

En lo que a las bases respecta indica que no tuvo acceso a ellas y que según sus antecedentes existían dos sorteos uno por álbum completo y otro por las últimas 50 láminas, en el último caso no es clara la vigencia y se señala la frase hasta agotar stock.

Lo anterior le consta por haber realizado el cálculo de la compensación.

Repreguntado señala que tuvo copia del álbum, que contaba con todas y cada una de sus secciones incluyendo la sección de las láminas donde debían pegarse las de la selección Nacional, y la sección del contador de láminas.

Agrega que también tuvo acceso a la copia de un afiche publicitario en el que se especificaban los sorteos del álbum.

Afirma que ni en el álbum ni en el soporte publicitario se señala que las láminas de la selección Nacional no serían comercializadas. Es más, en la página 68 del álbum están las secciones para pegar las láminas correspondientes a la selección Nacional.

Repreguntado contesta que en el afiche publicitario no se señala ni siquiera la existencia de las imágenes pop up. En el caso del álbum solo en la página 68 correspondiente a la selección de Chile se señala “colecciona las imágenes pop up de los jugadores de la selección Chilena en el inserto central de éste álbum pero no se indica que estos pop up reemplazarían a

las láminas de la selección de Chile. Es más, en la sección correspondiente a estos pop up tampoco se señala que estas láminas reemplazarían a las correspondientes de la selección de Chile.

Añade que el contador de láminas consideró casilleros para marcar las láminas correspondiente a la selección Chilena, sin embargo, no se señala que los números de las láminas de la selección de Chile no tienen que ser coleccionadas.

Indica que las láminas pop up no tienen numeración y tampoco son adhesivas, es más no cuentan con el formato de las otras láminas o cromos del álbum, son claramente de material diferente, en ellas se observa a los jugadores en una imagen de cuerpo completo a diferencia de las láminas o cromos del resto de las selecciones que exhiben una fotografía del rostro de éstos.

Por otro lado manifiesta que el álbum en ninguna sección señala en que condición se da por entendido qué estaría completo, es decir, no se indica cuáles son las láminas que efectivamente tienen que ser coleccionadas y cuáles deberían ser excluidas.

Contrainterrogado responde que tuvo acceso a los antecedentes durante el segundo semestre de 2012, conforme a los cuales desprende que los hechos habrían ocurrido durante el año 2010 y que trabaja desde el día 07 de Mayo de 2012 para Sernac.

Aclara que en el denominado “cupón 50 últimas láminas” que se exhibió no indica expresamente que sea un cupón para participar de algún sorteo y que no se señala que mediante él se podría acceder a algún premio, pero indica que el valor de las láminas es de \$100.- hasta agotar stock, es decir, no muestra claridad de cuál es su finalidad al estar inserto junto a los cupones cuyo objetivo es participar de concursos con premios.

Respecto a los cupones “premios concursos sobres vacíos” y “premios sorteos álbum completo” se señalan premios correspondientes a una polera y short Adidas más un MP4 Sony., un Kia Morning o kilómetros un LCD, una cámara Sony, dos Sony Play Station 3 y además se menciona un sorteo especial correspondiente a un LCD Sony Bravia 32.

En relación al tercer punto de prueba expresa que pudo constatar la existencia de promociones asociadas al álbum particularmente uno que exigía el álbum completo y otro por las últimas 50 láminas, pero que a las bases de este sorteo no tuvo acceso. En cuanto a la vigencia alega que no es claro al señalar la frase “hasta agotar stock”. Además se presenta un sorteo por dos mil diferentes premios que no recuerda, él que incluye la frase “hasta agotar stock”.

Repreguntado afirma que el álbum exhibido no entrega información respecto a la condición de álbum completo, tampoco lo hace el cupón atribuible a este sorteo.

Al cuarto punto refiere que conforme a lo señalado precedentemente el demandado indujo a error o engaño a los consumidores y, especialmente porque en la parte superior de la primera página de la sección de Chile se indica que se debe coleccionar las láminas pop up, pero no indica si éstas reemplazarían o no las láminas de la selección nacional.

Contrainterrogado responde no saber si hubo consumidores que lo completaron.

En cuanto al quinto punto sostiene que los consumidores sufrieron perjuicios económicos basados en la compra del álbum y de los sobres que incluían las láminas para completarlos.

Agrega que se considera también como perjuicio económico el gasto percibido por reclamo ante Sernac, en los casos que corresponda.

En cuanto a los montos de la compensación, desarrolló dos cálculos, uno como piso mínimo bajo el supuesto no realista pero simplificador de la no existencia de láminas repetidas en el mercado, bajo este escenario el monto mínimo a compensar a un consumidor equivale a \$32.500 valor que incluye el precio del álbum, considerando la compra de 128 sobres mínimo necesarios para completar el álbum.

La segunda estimación se realizó bajo el supuesto realista de la existencia de láminas repetidas en el mercado, cálculo que se desarrolló mediante un método probabilístico que permite calcular el número promedio de láminas a comprar en el mercado para completar el álbum de 640 láminas

El monto a compensar por persona calculado bajo esta metodología resultó de \$225.750.-, valor que incluye el precio del álbum. Se entrega este rango para que en este juicio se determine lo que corresponda.

Repreguntado señala que los cálculos mencionados corresponden al reporte que desarrolló para el departamento para el que trabaja y que posteriormente fue entregado al departamento jurídico que lleva el caso.

Explica que otorgan una indemnización al consumidor porque existió una denuncia colectiva ante el Sernac, institución que se percató del perjuicio económico que afectó a este grupo de consumidores.

d) Don Alejandro Andrés Rodríguez Acevedo, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 y modificada a fojas 349, expuso, en relación al primer punto de prueba que correspondía a un álbum en el que aparecían los espacios para pegar láminas autoadhesivas de distintos equipos de

fútbol y en el centro del álbum aparecía una hoja de distinto tamaño al resto del álbum con espacios con cortes y que se titulaba Chile. El álbum, contenía además cupones para recortar para sorteos y para solicitar “50 últimas láminas”. Destacaba que Chile también aparecía en las últimas páginas con los espacios para pegar sus respectivas láminas autoadhesivas.

Lo anterior le consta porque intentó completar el álbum.

Repreguntado señala que no pudo completar el álbum porque no le aparecieron las láminas autoadhesivas de Chile que debían ser pegadas en las últimas páginas.

Agrega que le resultó extraño que los jugadores de Chile aparecieran en un formato distinto al resto de las láminas.

Contrainterrogado responde que tras mucho esfuerzo logró juntar todas las imágenes “de cartón” de la selección chilena, sin embargo hace presente que el lugar donde deberían aparentemente ir esas imágenes de cartón, no cumplían con el formato del resto de los equipos.

Respecto al segundo punto indica que no, pues de haber sido así hubiese dudado en juntar el álbum y considera que el espacio no debería de haber existido ya que generaba confusión en relación al concepto de “álbum completo”, debido a que el espacio para completar el equipo de Chile autoadhesivo nunca se completó.

Hace presente que el reclamo que presentó a Sernac decía relación con el formato de los jugadores chilenos, pero no recuerda si tuvo lugar con lo de completar el álbum.

Al tercer punto afirma que hubo sorteos y promociones, cree que los premios consistían en un auto y otros productos que se podían obtener

con álbum completo, algunos de ellos diciendo “hasta agotar stock”, por lo que no le aseguraba obtenerlos.

Contrainterrogado, sostiene no recordar con exactitud a qué promoción o sorteo estaba asociada a la frase “hasta agotar stocks”, aparentemente a pelotas, canilleras etc. Asimismo no recuerda si existió algún tipo de sorteo o promoción que no estuviera asociado a los premios en los términos que ha señalado.

Referente al cuarto punto manifiesta que si ya que en ningún momento previo a comprar el álbum, se le indicó que las láminas de Chile no serían autoadhesivas por lo que en su caso lo indujo a error dudando si hubiese coleccionado de haber tenido tal información con anterioridad.

Enfatiza en que en ninguna parte del álbum o de los afiches promocionales referentes a aquel, decía que los espacios de la selección chilena no se debían completar y que no existirían láminas autoadhesivas de Chile

Contrainterrogado acerca de la cantidad de láminas y sobres que compró en total indica no recordarlo con exactitud, pero mínimo 500 sobres y que al darse cuenta que no aparecían las láminas de los jugadores de la selección chilena había comprado la mitad de los sobres recién aludidos.

Al quinto punto afirma que efectivamente sufrieron, según lo que ya ha mencionado, pero continuó coleccionando las láminas a fin de completar el resto del álbum para lo cual debió acercarse a otros coleccionistas para intercambiar láminas, incluso en otras ciudades.

Relata que la naturaleza de los perjuicios es económica y moral, y que su monto debe ser calculado considerando un mínimo de 500 sobres a un valor que recuerda era de \$250.- cada sobre. En base a las molestias

que esto ocasionó y las gestiones que ha realizado para formular un reclamo formal ante Sernac.

e) Don Claudio Patricio Arce Rojas, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 y modificada a fojas 349, expuso, en relación al segundo punto que no lo proporcionó. Agrega que suele juntar álbumes y no recuerda que se haya hecho una promoción especial sobre este producto, es decir, se publicitó igual que todos sin mostrar las diferencias con las láminas de Chile.

Hace presente que había un premio por completar el álbum, pero no recuerda en qué consistía y que tenía una vigencia para completarlo.

Repreguntado aclara que nunca se le informó que existían láminas especiales sobre la selección chilena.

En relación al cuarto punto afirma que se indujo a error, asimilándolo a comprar zapatillas y que posteriormente no se pueda correr con ellas, por lo que no se cumplió con las características básicas del producto pues no se informó que las láminas de la selección Chilena venían en un formato totalmente alejado del producto.

Según recuerda ninguna promoción del álbum indicaba que existían formatos distintos a lo que se conoce como una lámina de álbum y se omitió información relevante para los coleccionistas.

Repreguntado acerca de las características básicas del producto explica que son un álbum y las láminas autoadhesivas de los equipos y sus principales jugadores.

Al punto quinto refiere que no sabe cómo catalogarlo, pero estima que sí, reflejado en la frustración de sus hijos por no entender que las

láminas más atractivas no estaban disponibles para ser pegadas en el álbum.

Repreguntado sobre si sufrió algún perjuicio económico derivado de los hechos expuestos, no recuerda el monto, pero tuvo que comprar las láminas de Chile a los vendedores callejeros que las comercializaban a precios mayores de lo que valen realmente.

f) Don Waldo Vidomiro Claro Álvarez, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 y modificada a fojas 349, expuso, en relación al punto segundo que Panini no entregó información veraz y oportuna respecto del llenado del álbum ya que en ninguna parte se señala que las láminas de la selección chilena no se encontraban a la venta ni en relación a las promociones, pues en ellas solamente se señala la frase “hasta agotar stocks” induciendo a continuar comprando láminas para completar el álbum sin especificar qué se entenderá por álbum completo.

Refiere que el álbum contiene un cuenta láminas en el que se numeran 641 incluidas las de la selección Chilena, pero no señala que las correspondientes a Chile no se encontraran disponibles en el mismo formato del resto de las selecciones.

Respecto a las características del álbum, indica que todas las selecciones tienen en sus páginas los espacios numerados para las láminas de los jugadores, las páginas 68 y 69 destinadas a la selección chilena, sólo cuentan con los espacios para las láminas y éstos no se encuentran numerados.

Lo anterior le consta porque tuvo copia del álbum, revisó el cuenta láminas, los formatos de las láminas y la publicidad de pendones.

Informa que en Sernac está a cargo del departamento de Estudios e Inteligencia y por tanto es responsable del procedimiento de soporte de mediaciones colectivas por lo que solicita a los demás departamentos involucrados todos los antecedentes disponibles de la causa procediendo a su análisis a fin de poder realizar los cálculos necesarios para las compensaciones de los consumidores afectados.

Repreguntado explica que en base a los antecedentes que tuvo a la vista se da por entendido que las láminas de la selección chilena no se encuentran disponibles a la venta, en ningún formato de láminas o cromo y menciona que existía un formato similar para tales jugadores denominado “pop up”, pero no se señala que éstas reemplazaban las láminas en formato tradicional y nada se indica respecto al pegado de éstas en el álbum.

Hace presente que el cuenta láminas no contempló los casilleros para las láminas de la selección chilena en formato Pop Up.

Explica que en la página referida a los premios por álbum completo no se entrega información veraz y oportuna pues menciona el premio al álbum completo, pero no se hace ninguna salvedad respecto de la situación que afectaba a la disponibilidad de las láminas de Chile, incurriendo con esto a un engaño dado que el álbum no se podría llegar a completar.

Contrainterrogado afirma que la División Jurídica de Sernac le hizo llegar los referidos antecedentes a que ha hecho referencia, tomando conocimiento como parte del procedimiento de mediaciones colectivas que se llevaba contra Panini en agosto de 2012 y los análisis finales con las propuestas de compensación fueron entregadas en ese mismo mes con fecha 24 de agosto de 2012.

Posteriormente se le exhibe documento guardado en custodia y acompañado a fs. 29 consistente en un poster denominado “álbum oficial FIFA South África 2010 y expone que se observa una figura De la selección chilena en formato Pop Up y que se lee la frase “encuentra tus pop up de la selección Chilena”.

En relación al cuarto punto afirma que induce a error ya que sabiendo que las láminas de Chile no estarían a la venta no lo da a conocer en ninguno de los medios, es decir, se omitió información relativa a la venta de las láminas de la selección chilena.

Repreguntado refiere que la omisión a la que hace referencia se aprecia en el propio álbum y publicidad de éste en los que no se menciona la situación de la no venta de las láminas de la selección nacional.

Contrainterrogado aclara que se refiere a lo denominado lámina o cromo las que se encuentran numeradas en el álbum y cuentan con la característica de adhesivo o pegado.

Agrega que no tiene conocimiento de consumidores que hayan completado el álbum y tampoco del criterio con el que la empresa Panini pudo dar por completado el álbum como condición, a sabiendas que las láminas de Chile no estaban a la venta.

Respecto al quinto punto relata que para efectos de determinar el daño o perjuicio se consideraron dos situaciones, la primera de ellas estableciendo un perjuicio mínimo, la cual consistía en el valor del álbum y la compra individual de 641 láminas asumiendo el mismo precio de mercado que tienen las láminas en sobres, esto es, \$250.- el sobre con 5 láminas; cálculo que estima en \$32.500.- como mínima compensación.

En el entendido que en la práctica existen láminas repetidas y que éstas se dan con igual probabilidad en el mercado se establece que deben

comprarse 4.505 láminas equivalentes a 901 sobres de 5 láminas cada uno, esto sumado al valor del álbum nos da una estimación del daño o monto al que la persona debe incurrir para completar el álbum de \$222.750.-

Repreguntado aclara que los consumidores afectados son aquellos que quisieron completar el álbum South África 2010.

Acto seguido se le exhibe documento guardado en custodia que se titula propuesta de compensación de fecha 24 de agosto del año 2012, expresando que lo reconoce y que contiene las compensaciones mencionadas.

Precisa que el referido documento solo alude a una compensación económica del daño percibido por los consumidores y que la expresión "costo del reclamo" se refiere a una compensación económica que se aplica en función del tiempo invertido por la persona en ejercer su derecho a reclamo ante Sernac y considera el gasto monetario que le significa trasladarse a las oficinas a realizar dicho reclamo.

Contrainterrogado responde que los cálculos compensatorios se efectúan para cualquier persona que quisiera completar el álbum y se entiende como tal, todas aquellas personas que no pudieron ejercer este derecho y que hicieron su reclamo en Sernac;

VIGÉSIMO SEGUNDO: Que a fojas 168 se realizó audiencia de exhibición de documentos, solicitada por el demandante de autos en el tercer otrosí de presentación de fojas 76 complementada mediante escrito que rola a fojas 81, con la asistencia de los apoderados de la parte demandante y demandada.

La parte demandada exhibe planilla Excel en la que consta cantidad total de álbumes que compró Panini y que equivale al número total de

álbumes impresos, además constan las facturas, boletas y notas de crédito relacionadas con el mismo.

Asimismo se acompaña nómina de consumidores, individualizados, que completaron el álbum South África 2010, ejemplar del álbum referido y copia de la Ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores.

Acto seguido acompaña copias de los documentos exhibidos, ordenando el Tribunal su custodia bajo el N°1.043-11;

VIGÉSIMO TERCERO: Que a fojas 414 se realizó audiencia de percepción de prueba documental, solicitada por la parte demandante en el segundo otrosí de presentación de fojas 369, con la asistencia de los apoderados de ambas partes.

Se procede a la apertura del sobre guardado bajo la custodia N° 2.705-13 del Tribunal que contiene entre otros un CD, el que se reproduce, permitiendo constatar que en él se encuentra incorporada una entrevista editada por Televisión Nacional de Chile al Director de Sernac en la edición matinal del día 14 de mayo de 2010 y cuatro notas periodísticas.

El demandado se reserva el plazo para hacer uso de la citación conferida por el Tribunal y se tiene por cumplida la diligencia;

VIGÉSIMO CUARTO: Que a fojas 570 se realizó audiencia de exhibición de documentos, solicitada por la parte demandante en el otrosí de presentación de fojas 531, con la asistencia de los apoderados de ambas partes.

El demandado exhibe documento denominado “Ventas sobres álbum Panini Mundial Sudáfrica 2010” y hace presente que la nómina actualizada de sobres vendidos consiste en un documento inexistente, de

modo que se ha elaborado para estos efectos la documentación que exhibe en base a información comercial interna de la empresa, resultando un total de sobres vendidos de 11.274.886.-

El referido documento se encuentra guardado bajo la custodia N° 8.173-13 del Tribunal;

VIGÉSIMO QUINTO: Que a fojas 573 se realizó audiencia de percepción de prueba documental, solicitada por la parte demandante en el segundo otrosí de presentación de fojas 526, con la asistencia de los apoderados de ambas partes.

El Tribunal procede a percibir e imprimir antecedentes contenidos en disco compacto que se tuvo por recibido a fojas 530 y que se encuentra guardado bajo la custodia N° 5.988-13 del Tribunal.

Además el Tribunal ordena guardar los documentos impresos bajo la custodia N° 8.439-13;

VIGÉSIMO SEXTO: Que el demandado a fin de controvertir los fundamentos de la demandante, rindió la siguiente prueba documental:

a) A fojas 29, guardado bajo la custodia N° 2.850-10, reiterados a fojas 120 y a fojas 236:

1.- Copia simple de carta enviada por don Alexander Lobst, Head of Sales & Licensing de fecha 15 December 2008 y titulada "Official Licensed Products of 2010 FIFA World Cup manufactures by Panini".

2.- Copia de correo electrónico de fecha 02 de marzo de 2010 que dan de comunicaciones existentes entre FIFA por medio de la casilla de correo electrónica Laurence.Isere@fifa.org y Panini a través de la casilla de correo electrónico mar.mannori@italiaitaly.org que contiene imágenes

adjuntas referentes al formato del álbum South África 2010 edición Chile y México.

3.- Copia simple de certificado-título de concesión N° 9702181 consignándose como objeto “Estampa regular provista de un soporte inferior para posibilitar su mantenimiento en posición vertical”, concedido a favor de Panini España S.S. con fecha 01 de septiembre de 1998 por Pascual Civanto, agencia internacional de patentes y marcas; y hoja que contiene láminas en formato desplegable de jugadores de la selección española de fútbol.

4.- Copia autorizada de contrato suscrito entre el Sindicato Futbolistas Profesionales de Chile, en calidad de licenciatario, y Panini Chile S.A., en calidad de licenciado, con fecha 28 de enero de 2010, por el cual se le otorga autorización de licencia que comprende el uso exclusivo de nombres, sobrenombres, caricaturas, fotos, imágenes, estadísticas y biografías de los jugadores de la selección chilena de fútbol y otros, referente únicamente al producto Pop Up que será distribuido solamente bajo la marca Panini y que consiste en una figura plana de papel, cartón o plástico que se despliega y queda sujeta a un soporte unido a la figura, con una altura máxima de 10 centímetros, declarando las partes que el referido producto es distinto a lo que se denomina cromos, láminas, estampas, trading card, trading cards game y figuras corpóreas.

5.- Copia autorizada de contrato de licencia suscrito entre Universidad Católica de Chile Corporación de Televisión y Panini Chile S.A., estableciendo como producto licenciado, las marcas asociadas a la Selección Nacional de Fútbol de Chile y a la Roja pertenecientes a la ANFP, nombres, sobrenombres asociadas a la selección, foto colectiva de 4 o más jugadores de la selección con el uniforme oficial, de reserva o entrenamiento de la selección, escudo selección.

6.- Ejemplar de álbum "Harry Potter y el Misterio del Príncipe" emitido por Panini.

7- Ejemplar de álbum "Fuerza- G" emitido por Panini.

7.- Ejemplar de álbum "El Fantástico Hombre Araña" emitido por Panini.

9.- Ejemplar de álbum "La Era del Hielo 3" emitido por Panini.

10.- Ejemplar de álbum "Hello Kitty" emitido por Panini.

11.- Láminas del equipo y emblema nacional, imágenes Pop Up de los jugadores de la selección chilena de fútbol y láminas de los jugadores y emblemas del resto de las selecciones participantes del mundial contenidas en álbum "South África 2010",.

12.- Afiche publicitario del álbum "South África 2010" en el que se exhibe láminas en formato cromo o tradicionales respecto de 4 jugadores de fútbol y una imagen en formato Pop Up de un seleccionado nacional. Se indica además fecha de término el 20 de agosto de 2010; Póster promocional en el que se exhiben las láminas e imágenes ya referidas y se consigna la frase "Encuentra tus Pop Up de la Selección Chilena"; y póster circular que contiene idéntica información.

13.- Disco compacto que contiene notas en directo y pregrabadas de los noticieros de los canales de televisión, Chilevisión, Universidad Católica de Valparaíso (UCV) y CNN.

14.- Nómina de asistentes al evento realizado por Panini Chile con fecha 18 de marzo en el Hotel W, que contiene los nombres de 15 personas representantes de diversos medios de comunicación.

15.- Nómina de asistentes al evento de lanzamiento del álbum FIFA Sudáfrica 2010 realizado con fecha 20 de mayo de 2009, en el se consigna

los nombres de los representantes de diversos medios de comunicación y otros, tales como representantes de SIFUP, de ANFP, ex futbolistas y otros.

16.- Copia simple de nota periodística publicada el día 19 de abril de 2010 en el diario La Segunda, edición online, titulada “Álbum oficial del mundial será presentado en Chile este martes”, indicando la selección chilena “La Roja” se incluye de manera especial.

17.- Copia simple de nota periodística publicada el día 21 de abril de 2010 en el diario El Mercurio titulada “La tengo, no la tengo, la tengo”, Indicando que en el caso de Chile, los futbolistas vienen en formato Pop Up sobre un tablero en las páginas centrales, lo que permite jugar a formar la oncená según el gusto personal.

18.- Copia simple de nota periodística publicada el día 02 de mayo de 2010 en el diario Las Últimas Noticias titulada “Por qué el Mago Valdivia no quiso estar en el álbum del Mundial”, en cuya virtud consta la información referente a que a fin de evitar líos judiciales, se ideó una estrategia en la que en vez de láminas la selección chilena viene en cromos denominados Pop Up.

19.- Acta suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales con fecha 09 de junio de 2010, en la que se consigna apertura de caja cerrada de papel celofán transparente que contiene logo FIFA “South África 2010 FIFA World Cup Official Licensed Product” que contiene 50 sobres, cada uno de los cuáles contiene a la vez 5 láminas, observándose que existe una diferenciación en las láminas ya que unas son de papel brillante y adhesivo y otras de cartulina, brillantes y troqueladas.

20.- Acta suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales con fecha 09 de junio de 2010, en la que consta ingreso a página web www.panini.cl y que al elegir el producto álbum oficial del Mundial FIFA

Sudáfrica 2010, en la que se puede apreciar información acerca de que las imágenes de Chile vienen en formato Pop Up, las que pueden ser coleccionadas en el inserto central del álbum.

21.- Acta suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales con fecha 09 de junio de 2010, dando cuenta de realización de sorteo especial del álbum completo de la promoción “Álbum Mundial FIFA Sudáfrica 2010” con un total de 1.832 cupones, resultando ganador de un LCD Sony Bravia de 32 pulgadas don Diego Arturo Villagrán Prado.

22.- Copia autorizada de escritura pública a la que se reduce sexta acta de directorio de sociedad Panini S.A. de fecha 20 de diciembre de 2004 en la Notaría de doña Nancy de la Fuente Hernández y anotada bajo el repertorio N° 13.636-2004, en la que se acuerda la designación de un nuevo presidente, de gerente y otorgamiento de poderes.

b) A fojas 120 reitera documentos acompañados en el segundo otrosí de presentación rolante a fojas 29 y acompaña documentos que se encuentran guardados bajo la custodia N° 5.827-10 del Tribunal:

1.- Acta de premiación álbum completo suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales con fecha 18 de agosto de 2010, en cuya virtud consta entrega de premios sorteados a don Matías de Solminihac Boizárd, don Bruno de la Barra Quilodrán, don Joaquín Junker Cárcamo, don Fernando Andrés Victoriano González y doña Francisca Isidora Barrientos Martínez, y se adjunta copia de los cupones seleccionados.

2.- Certificado de recepción de premios Automóvil Kia Morning, Televisor Led Sony Bravia, cámara fotográfica y Play Station suscrito y firmado por ganadores de los respectivos sorteos.

3.- Acta de premiación sobres vacíos álbum Mundial FIFA Sudáfrica 2010 suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales con fecha 19

de mayo de 2010, en la que constan como ganadores de premio consistente en set futbolero, don Martín Alejandro Cabello Villalobos, doña Nicole Urbano Castro y don Claudio Andrés Silva Pizarro.

4.- Comprobantes de envío a través de correos de Chile de premios y acta de entrega del mismo a los respectivos ganadores del sorteo sobres vacíos a que se hizo mención en el numeral precedente.

5.- Acta de premiación sobres vacíos álbum Mundial FIFA Sudáfrica 2010 suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales con fecha 23 de junio de 2010, en la que constan como ganadores de premio consistente en set futbolero, don Gustavo Adolfo Duran A., don Héctor Gustavo Opazo Romero y don Pedro Javier Oyarzún Vargas.

6.- Comprobantes de envío a través de correos de Chile de premios a los ganadores del sorteo sobres vacíos recién aludido.

7.- Acta de premiación sobres vacíos álbum Mundial FIFA Sudáfrica 2010 suscrita en la Notaría de don Sergio Carmona Barrales con fecha 21 de julio de 2010, en la que se deja constancia mediante realización de sorteo don Yoseph Barrera Hernández, don Bastián Godoy Mayorga y don Diego Armando González Muñoz resultaron ganadores de un set futbolero.

8.- Comprobantes de envío a través de correos de Chile de premios y acta de entrega del mismo a los respectivos ganadores del sorteo sobres vacíos a que se hizo mención en el numeral precedente.

9.- Certificación efectuada con fecha 03 de diciembre de 2010 por el Notario de Santiago don Sergio Carmona Barrales, en cuya virtud consigna haber revisado a través de internet a la página web www.panini.cl pudiendo apreciar el link "Sorteo Final Álbum Completo WC South África 2010", asimismo el listado de los ganadores.

10.- Certificación efectuada con fecha 03 de diciembre de 2010 por el Notario de Santiago don Sergio Carmona Barrales, en cuya virtud consigna haber revisado a través de internet a la página web www.panini.cl pudiendo apreciar el link “Resultado Sorteo Especial Álbum Completo WC South África 2010”, incorporándose textualmente el nombre del ganador.

11.- Certificación efectuada con fecha 03 de diciembre de 2010 por el Notario de Santiago don Sergio Carmona Barrales, por el cual deja constancia de haber accedido a través de internet a la página web www.panini.cl la que permite ingresar al link “Primer Sorteo Sobres Vacíos South África 2010”, constando tres ganadores.

12.- Certificación efectuada con fecha 03 de diciembre de 2010 por el Notario de Santiago don Sergio Carmona Barrales, por el cual deja constancia de haber ingresado a través de internet a la página web www.panini.cl la que permite acceder al link “Segundo Sorteo Sobres Vacíos South África 2010”, constando tres ganadores.

13.- Certificación efectuada con fecha 03 de diciembre de 2010 por el Notario de Santiago don Sergio Carmona Barrales, por el cual certifica haber ingresado a través de internet a la página web www.panini.cl verificando la existencia del link “Tercer Sorteo Sobres Vacíos South África 2010 y quiénes son sus ganadores.

c) A fojas 233, copia de correo electrónico enviado con fecha 27 de mayo de 2010 por don Jorge Cabezas Villalobos, director de prensa de Televisión Nacional de Chile, desde su casilla de correo jorge.cabezas@tvn.cl a don Rodrigo Insunza, gerente general de Panini Chile S.A. respondiendo carta enviada por éste último y excusándose del error cometido por uno de los periodistas de dicho canal al transmitir que el álbum objeto de autos era imposible de completar.

d) A fojas 235, copia de carta enviada por don Enzo Yacometti M., director de gestión de Televisión Nacional de Chile a los señores Panini Chile S.A., con fecha 29 de agosto de 2011, mediante la cual se confirma acuerdo extrajudicial al que arribaron ambas partes en relación a la pauta publicitaria de difusión del álbum Mundial Sudáfrica 2010”.

e) A fojas 265 reitera documentos acompañados en el segundo otrosí de fojas 29, en el segundo otrosí de fojas 120, en lo principal y otrosí de escrito de fojas 236;

VIGÉSIMO SÉPTIMO: Que, también rindió prueba testimonial, consistente en las declaraciones de:

a) Don Carlos Alberto Soto Olivares, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 50 expuso, en relación al primer punto que no puede precisar la cantidad de afectados, pero no debería afectar a los consumidores porque el álbum contenía las imágenes de los futbolistas seleccionados chilenos en un producto denominado Pop Up, según como se indicó en el contrato celebrado entre la Empresa Panini S.A., Chile y el Sindicato Interempresa de Futbolistas Profesionales de Chile SIFUP, de la que es representante legal

Explica que los derechos de imágenes de los jugadores seleccionados estaba cedido a la Empresa Salo S.A., por tanto, para que pudieran aparecer en el Álbum de Panini a nivel local e internacional, se diseñó un producto distinto a la lámina o cromos que normalmente se establecen en estos contratos, a saber, la figura Pop Up, que consistía en un material distinto de cartulina y que se desplegaba para ser colocado en un tablero plegable especialmente diseñado en medio del álbum.

Repreguntado sostiene que sí porque el álbum tuvo repercusión nacional y en su calidad de Presidente del SIFUP, varios medios de comunicación lo entrevistaron y preguntaron por qué las imágenes de los seleccionados chilenos, aparecían en un formato distinto, explicándoles la situación antedicha. La que fue informada a los consumidores.

Arguye que no existió otra alternativa, puesto que los derechos de imágenes que el SIFUP cedió a través del contrato con la Empresa Salo, establecía láminas autoadhesivas.

Aclara que Salo tenía sólo los derechos de los futbolistas seleccionados chilenos de modo que para que el álbum en Chile estuviera conformado por los 32 países, fue necesario incorporar imágenes de los futbolistas de Chile en el formato de Pop Up.

Repreguntado contesta que los consumidores se hubieran visto perjudicados si sus seleccionados no hubieran aparecido en el álbum de Panini.

Señala sin ninguna duda que los consumidores se vieron beneficiados con el formato Pop Up y con la publicación del álbum en Chile, al igual que el resto del mundo, porque tuvieron la posibilidad de coleccionar imágenes de los seleccionados nacionales.

En cuanto al segundo punto manifiesta que en nada afecta el interés colectivo de coleccionar a los Seleccionados Chilenos en un formato diferente de la lámina autoadhesiva.

Afirma que Panini informó que las imágenes de los jugadores seleccionados saldrían en formato Pop Up, tanto en la conferencia de prensa de lanzamiento del producto, como a través de la publicidad que hizo en los diferentes medios de comunicación.

Agrega que el “Cupón 50 últimas láminas” es un beneficio que entregaba el álbum de Panini a aquellos consumidores a quienes faltándoles 50 láminas pudieran acercarse a la Empresa y recibir las láminas restantes para así completar el álbum.

Recalca que a los asistentes a la conferencia que refirió se les entregó láminas, álbumes y Pop Up, además se les explicó que los seleccionados nacionales aparecían en el formato Pop Up, de manera de que los consumidores podrían tener a la Selección Chilena, así como los 31 países restantes. A tal evento concurren periodistas de diferentes medios.

Luego, a fojas 464 y al tenor del auto de prueba de fojas 333 modificado a fojas 349, expuso respecto al segundo punto de prueba que sí entregó información veraz y oportuna, que participó de la conferencia de prensa en que se anunció la aparición de álbum objeto de la presente acción con motivo del mundial de fútbol Sudáfrica 2010, estableciéndose que los jugadores de fútbol de la selección nacional saldrían en un formato distinto de la tradicional lámina, en cuanto a su material y su figura.

Añade no recordar quienes participaron en la conferencia de prensa mencionada, sin embargo expresa que como público asistieron futbolistas mundialistas ya retirados y gran cantidad de prensa. Estima que cualquier persona podía asistir al evento pues había hinchas o simpatizantes del fútbol, calcula que asistieron unas 70 personas.

Hace presente que tanto Panini como Sifup informaron que los jugadores de la selección nacional saldrían en un formato distinto y que deberían incorporarse en una sección especial dentro del álbum. Además el demandado comunicó que no venderían las láminas en formato tradicional.

Refiere que algunos medios de comunicación lo entrevistaron en relación a las diferencias de las láminas tradicionales con el producto Pop Up teniendo que explicar las razones de tal circunstancia dado que algunos consumidores reclamaron.

Refiere que siempre supieron que por contrato con la empresa suscrito con la empresa Salo las láminas de la selección nacional no podían comercializarse por tanto se creó un producto distinto en su material y figura, pero no comercializar la lámina en su formato tradicional.

Explica que el álbum quedó con las páginas destinadas a la selección nacional vacías o sin llenar porque se imprimió en Módena, Italia, sede de Panini.

Al cuarto punto contesta que no indujo a engaño a los consumidores porque éstos pudieron coleccionar las imágenes de los jugadores de nuestra selección nacional de fútbol de igual manera que las láminas tradicionales, en esta ocasión en un formato distinto, insiste, siempre con la imagen del jugador.

Contrainterrogado informa que tuvo en sus manos un álbum completo en que las láminas se encontraban pegadas en la sección destinada para tal efecto al final del álbum o por el contrario éstas se encontraban vacías en la sección final y las hojas finales estaban vacías. Lo que pasó con los consumidores que reclamaron fue que no tuvieron la información del nuevo formato en que salieron los jugadores de la selección.

b) Don Rodrigo Leonardo Gamboa Espinoza, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 50 expuso, en relación al primer punto que no conoce y repreguntado sostiene que desde su punto de vista no existen

consumidores afectados con la conducta de la demandada ya que como Gerente de Circulación en la editorial Televisa, le consta que se vendieron cerca de 5.000.000.- de sobres del campeonato mundial de fútbol.

Agrega que los sobres contenían imágenes de los jugadores de la selección chilena en láminas de cartón en las que los seleccionados aparecían de cuerpo completo y se levantaban. Lo anterior le consta porque fue invitado a su lanzamiento y allí el demandado explicó que las referidas láminas irían en un formato distinto en razón de que la licencia de las imágenes estaba en manos de la empresa Salo.

Comenta que en el evento a que se refirió precedentemente asistió gran cantidad de prensa y fue cubierto por el noticiario de TVN.

Hace presente que el álbum sí podía completarse, en su caso, lo regaló a su hijo, quien fue a Panini a timbrarlo y participar del concurso, para lo cual se llenaba un cupón. Al respecto refiere que le faltaba un escudo, pero que existió la posibilidad de completar un cupón señalando la lámina faltante y previo pago el demandado hacía entrega de ella.

Indica que en su experiencia, de no haberse incluido la selección Chilena en el álbum, no se habría producido el mismo impacto comercial. En efecto, su inclusión benefició a los consumidores pues las imágenes de los jugadores de la referida selección en formato Pop Up formaban parte de la colección del álbum.

Al respecto comenta que el demandado no hizo mención a que las láminas de los jugadores chilenos saldrían en el mismo formato que los jugadores de las restantes selecciones de fútbol.

Por otro lado señala desconocer si los sobres contenían imágenes de los seleccionados de Chile en formato tradicional ya que a él le hicieron entrega del álbum completo.

Refiere que la parte central del álbum contenía una zona en la que se pegaban las láminas de cartón y al final un espacio para las láminas tradicionales. Sin embargo, en el lanzamiento se explicó que éstas últimas no podrían comercializarse en Chile y que en su reemplazo saldrían láminas de cartón en la parte central.

En relación al segundo punto estima que no los afecta, lo que le consta en base a lo declarado precedentemente.

Finalmente expresa que le consta que los hechos materia de este juicio no afectaron el interés colectivo por su alta demanda en kioscos, lo que demostró un alto flujo de venta.

Posteriormente, a fojas 464, al tenor del auto de prueba de fojas 333 modificado a fojas 349, expuso respecto al segundo punto de prueba recordar haber asistido a un evento de lanzamiento en el cual se indicó que las láminas del álbum que eran de la selección chilena y que ocupaban las páginas finales del álbum no podían coleccionarse debido a que la marca Salo contaba con los derechos de imagen del fútbol chileno, pero que en su reemplazo en la parte central del álbum debían incluirse unos cartones que correspondían a la selección chilena. Agrega que en el evento estaban todos los medios de comunicación y que incluso se ganó una pelota de fútbol del mundial.

Acto seguido se le exhibe declaración efectuada a fojas 93 y siguientes, la que reconoce y ratifica.

Aclara que la conferencia mencionada desconoce si era de libre acceso al público ya que él recibió una invitación.

Repreguntado contesta que el demandado al haber realizado una conferencia de prensa en la que informó las características del producto a los medios de comunicación que asistieron, éstos debían haber

transmitido la información, pero que correspondía a Panini informar sus particularidades, mediante los canales de comunicación públicos.

Añade que a través de las noticias de los canales de televisión se enteró que las características del álbum generaron confusión o reclamos por parte de consumidores, porque a los consumidores les habría gustado que la selección chilena estuviese en el mismo formato que las otras selecciones.

En cuanto al cuarto punto relata que desde su punto de vista no, porque Panini informó debidamente la situación en el lanzamiento del álbum, mostrándolo y especificando que en la parte final es donde debieron haber estado las láminas de Chile. Sin embargo, como éstas no podían comercializarse producto de los derechos de imagen de Salo, en su reemplazo irían láminas en formato distinto.

Contrainterrogado responde que no recuerda lo que los medios de comunicación hicieron llegar a la opinión pública. Es más, el lanzamiento fue mostrado por televisión, pero no recuerda mayor detalle.

c) Don Sergio Andrés Labarca Millar, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 50 expuso que sería el número de álbumes que se vendieron el que desconoce.

Repreguntado indica que canal 13 tenía los derechos de imagen y marca de la selección nacional de fútbol y los cedió a Panini Chile S.A. para su uso en el álbum del mundial de fútbol 2010.

Se le exhibe álbum del mundial acompañado en escrito rolante a fojas 29 y señala que en la página 68, costado superior derecho donde indica las láminas 619 y 620 contenía la imagen de la selección nacional.

Agrega que el demandado comercializaba las dos imágenes mencionadas y que desconoce si en el álbum objeto de estos autos contenía o no alguna advertencia relativa a que las láminas de la selección chilena se incluían en formato distinto al tradicional.

d) Don Germán Ignacio Oyarzun Valenzuela, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 50, declara que en el lanzamiento del álbum a quienes asistieron, en su mayoría, se les informó que los álbumes no saldrían con las láminas autoadhesivas de Chile y además se les hizo entrega de un ejemplar.

Agrega que si mal no recuerda al día siguiente del lanzamiento un par de medios de comunicación dieron a conocer esta noticia, por lo que estima que no hubo ocultamiento de información.

Esgrime que no recuerda en detalle qué medios de comunicación asistieron al lanzamiento del álbum, pero estaba la mayoría de los canales de televisión, diarios y radios, incluso móviles en vivo.

Aclara que le consta lo anterior por ser trabajador de CNN Chile y haber estado presente en el evento antes mencionado.

Contrainterrogado señala entender por interés colectivo de los consumidores que el producto comprado cumplía con sus expectativas y que no calificará los hechos de la presente acción como publicidad engañosa por no haber habido ánimo de ocultamiento de información por parte del demandado.

Hace presente que sólo en el lanzamiento del álbum tuvo conocimiento del mismo ya que no es periodista deportivo de modo que no investigó si hubo otros soportes informáticos.

Con posterioridad, a fojas 443, depone al tenor de auto de prueba de fojas 333 modificada a fojas 349, y expuso en relación al segundo punto de prueba que Panini entregó información oportuna en el momento del lanzamiento, que tuvo lugar en el subterráneo del Hotel Marriot, del álbum y dieron a conocer las características del álbum con las bases y vigencias de las promociones. Lo que le consta por haberlo escuchado de los representantes de Panini.

Aclara que la información relevante estaba relacionada con las láminas pues que eran con relieve e independientes de las láminas adhesivas que tenía el álbum. Señalaron además que los jugadores de Chile saldrían en un formato cuyo nombre técnico desconoce, el que difería de las demás selecciones.

Se le exhibe declaración de fojas 138 y siguientes, la que reconoce y ratifica.

Hace presente que al evento asistieron alrededor de 50 personas y en él se informó que el demandado no vendería las láminas de la selección chilena de futbol en formato tradicional o adhesivo, de modo que si no se supo fue porque los medios no lo informaron.

Referente al cuarto punto que no indujo a error, más aún considerando que a los periodistas se les entregó el álbum sin las láminas adhesivas de Chile, tema que fue aclarado por la gente de Panini, por lo que los mismos periodistas sabían desde el momento del lanzamiento que el álbum venía sin esas láminas.

Precisa que Panini entregó a los periodistas un álbum que incluía las láminas de Chile en relieve, no las adhesivas, y que tenía una hoja o sección destinada, al igual que las otras selecciones de futbol, para pegar

las láminas adhesivas de Chile, las que no podían ser completadas por el consumidor

Añade que el objetivo de cualquier institución, pública o privada, que hace un lanzamiento invitando a los medios de comunicación, es que éstos den a conocer las características del producto, por tanto los medios de comunicación deben cumplir con informar correctamente a la gente. Es más, dicho deber fue cumplido por CNN, pero no sabe si por el resto de los medios de comunicación.

e) Don Franco Anabalón Chacana, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 modificado por resolución de fojas 349, indica en relación al segundo punto de prueba que el demandado otorgó información oportuna sobre la vigencia del álbum, promociones, llenado y respecto a que los integrantes de la selección chilena no saldrían en láminas sino que en cartones que ellos denominaban Pop Up, lo que le consta por haber sido gerente general de la tienda Blockbuster en esa época.

Repreguntado afirma que Panini informó el formato en que venían los jugadores chilenos a través del álbum, de la información que envía a los clientes con las características y vigencia del álbum, de la revista Blockbuster y de la cabecera de venta del punto de venta.

Añade que Blockbuster contaba con 58 puntos de venta, que el álbum vendió 7.500.- unidades y los sobres más de 140.000.- unidades sin haber recibido reclamo alguno sobre el formato de los jugadores de la selección chilena.

Manifiesta no recordar si la hoja correspondiente a la selección chilena de fútbol tenía el mismo formato que las demás selecciones u otro distinto y que si se completó o no el álbum es una información que no

manejaba su empresa ya que sólo era encargado de vender el álbum y sus sobres. A mayor abundamiento, la solicitud de premios se hace directamente ante Panini u otro mayorista.

Al cuarto punto de prueba comenta que no indujo a error, ya que entregó y comunicó las características del álbum a los consumidores, de no haber sido así hubiese recibido reclamos, lo que en la especie no ocurrió.

Refiere que el formato de las láminas era de cartones que se pegaban denominados Pop Up y que al parecer se pegaban en una hoja desplegable porque la hoja correspondiente a la selección chilena de fútbol no podía ser llenada en base a lo ya expuesto.

Explica que en la mencionada hoja se explicaba que la selección chilena debía ser completada en forma diferente mediante láminas Pop Up y que si una persona contaba con todas las láminas del álbum, más todos los Pop Up correspondientes a la selección chilena, el álbum se entendía completo.

Añade que dicha información se encontraba en el afiche de la cabecera de punto de venta de Blockbuster.

f) Don Pedro Dagoberto Jerez Rivera, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 50 expone en relación al segundo punto de prueba que su empresa con mucha anticipación se reunió con Panini para coordinar el lanzamiento de cada producto, proceso en el que hacen todas las consultas relacionadas con su contenido, cantidad de páginas, de láminas, dotaciones con las que contarán, fecha de lanzamiento, soporte de publicidad y el material Pop que se usa en los puntos de venta y respecto al formato de presentación de la selección chilena pues tenían conocimiento de que otro actor contaba con algunos derechos asociados a la licencia.

Así las cosas, Panini les informa el formato de presentación de los jugadores nacionales a objeto de poder comunicarla a los consumidores a través de distintos medios de red en los puntos de venta donde lo comercializarían.

Declara que lo expuesto le consta por trabajar en Distribuidora Alfa S.A., empresa con la que el demandado mantiene un contrato de distribución desde hace aproximadamente 5 años.

Agrega que el material entregado en los puntos de venta, que específicamente son kioscos, estaba constituido por un material Pop colgante con forma de rombo, entregándose en cada local por lo menos uno.

Hace presente que la cobertura de puntos de venta es de alrededor de 2.800 y 2.900 y precisa que en el material Pop aludido destacaba claramente el formato Pop Up en que venían los jugadores de la selección chilena.

Expone que no hubo devolución de álbumes por parte de clientes que los hayan comprado en algún punto de venta ni reclamos.

Contrainterrogado responde que entiende por interés colectivo de los consumidores algo que afecte a quienes compran el producto y que por partes iguales pueden ser interpretados de manera directa o indirecta frente a alguna reclamación.

Reitera que el material entregado era absolutamente claro, no teniendo que ser necesariamente explícito de lenguaje, puesto que las imágenes eran decidoras.

En relación al nivel de ventas del álbum, refiere que alcanzó 20.000 ejemplares y en cuanto a los sobres, 4.000.000.-

Relata que el medio de reclamo dispuesto en kioscos es de carácter directo entre consumidor y vendedor, quienes lo hacen llegar a la red agencia que atienden a los kiosqueros.

Añade que el proceso de reclamo es verbal y cuando es de magnitud los suplementeros mediante sus sindicatos lo hacen llegar de manera formal por escrito a la distribuidora.

Luego, a fojas 455 declara al tenor del auto de prueba de fojas 333 modificado por resolución de fojas 349, indicando en relación al segundo punto de prueba que cada vez que había lanzamiento de algún producto de álbum de Panini, la distribuidora en la que trabajaba, Distribuidora Alfa, mantenía reuniones con los ejecutivos en las que les presentaban con mucha anterioridad, los próximos lanzamientos, las características de cada producto y además informaban acerca del apoyo publicitario. Particularmente para el caso del álbum Mundial Sudáfrica 2010 preguntaron cuál era el formato en que sería presentada la selección chilena ya que toda esta información era vaciada en un informativo publicado a través de toda la red de agencias con las que la distribuidora abastecía el canal de kioscos, de modo que Panini entregó información de manera oportuna, mediante la entrega de afiches que distribuyeron en cantidad suficiente para toda su red de puntos de venta y, además se hizo una conferencia en la que aludían a que el formato de la selección chilena saldría en una presentación distinta al resto de las otras selecciones, específicamente en un formato denominado Pop Up.

Lo expuesto le consta por haber recibido y distribuido el material, por haber visto la página del álbum y la entrevista o conferencia que salió en la televisión.

Acto seguido reconoce y ratifica declaración que realizó y que rola a fojas 141 y siguientes de autos.

Hace presente que en álbum Sudáfrica 2010, específicamente en la página de la selección chilena de fútbol, se informaba los términos y condiciones de llenado del mismo, especialmente lo referido a las láminas y Pop Up de la selección chilena, es decir, se indicaba que podía ser completada con láminas adhesivas o por el contrario quedar sin llenar.

Precisa que la selección chilena estaba en las páginas centrales del álbum y ambas páginas podían ser completadas y en dichas páginas centrales se podían usar las figuras de la selección desplegando el formato Pop y en otra sección se podían pegar las figuritas al igual que el resto de las páginas de las otras selecciones.

Respecto al cuarto punto de prueba responde que no hubo engaño ya que desde un comienzo se entregó la información suficiente y necesaria como para saber las características del álbum

Relata que tuvo conocimiento de consumidores que completaron el álbum y entiende que la página del formato tradicional de la selección chilena era la que se consideraba para constituir el álbum lleno.-La otra página era una suerte de juego.

g) Don Carlos Enrique Gómez Barrera, individualizado en autos, quien previa y legalmente juramentado e interrogado al tenor de los puntos de prueba de fojas 333 modificado por resolución de fojas 349, indica en relación al segundo punto que sí, ya que en el pre-lanzamiento se anunció que las láminas de Chile venían en un formato especial y diferente.

Refiere que como periodista había leído que Salo mantenía un problema legal con Anfp, por los derechos de la selección chilena y sospechaba que iba a salir este álbum con esa diferencia. Lo que le consta por haber asistido al evento.

Señala que vio el álbum, sus familiares se lo compraron y se llevaron a la clínica, venía en una bolsa con un par de sobres y anunciaba en el blíster o cartón de sobre, el formato de las láminas- Luego completó el álbum en su casa y cobró su premio, que era una pelota Adidas del mundial.

Explica que el formato a que hace referencia es de imágenes de cuerpo entero del jugador, con un pre-picado, con el mismo diseño en cuanto a nombre y tamaño de las otras láminas.

Aclara que al pre-lanzamiento asistieron cerca de 50 personas y que vio periodistas, fotógrafos, además de un par de productores de medios, de modo que no eran todos periodistas.

Precisa que en este álbum que le llevaron sus familiares, específicamente en el cartón a que hizo referencia o blíster, Panini anunciaba de forma clara que no se venderían las láminas de la selección chilena de futbol en formato normal o tradicional al poner en fotos grandes las láminas del álbum.

Comenta que dado lo anterior, no obtuvo láminas de Chile en formato tradicional o adhesivo, pero sí en formato Pop Up.

Relata que el álbum lo completó pegando con pegamento la lámina en las dos páginas dispuestas para las imágenes de la selección nacional.

Indica que no recuerda si las láminas Pop Up no venían numeradas, pero que sí venía el nombre del jugador y que supo por medio de la Televisión que se habían generado problemas y reclamos, en relación a la existencia de estas dos secciones para adherir las láminas de la selección chilena, que generó problemas y reclamos.

Al cuarto punto de prueba señala que no para él, puesto que fue anunciado en el pre-lanzamiento, y que si bien es algo restringido por la fecha, pudo constatar que se avisó también a la gente a través de los blíster y afiches, que promocionaban el álbum;

VIGÉSIMO OCTAVO: Que a fojas 482, se realizó audiencia de percepción de prueba documental, solicitada por la parte demandada en el segundo otrosí de presentación de fojas 418, con la asistencia de los apoderados de ambas partes.

La parte demanda en cumplimiento de lo acordado en audiencia de fecha 20 de junio de 2013 acompaña disco compacto guardado en la custodia N° 2.850-2010 y que se encuentra extraviado. Se procede a su reproducción y se aprecia que contiene tres notas periodísticas de carácter audiovisual, emitidas por Chilevisión, UCV, TVN y CNN Chile, todas de fecha 20 de abril de 2010.

El Tribunal ordenó tener por acompañas las notas periodísticas y custodiar el disco compacto bajo el N°3.744-13;

VIGÉSIMO NOVENO: Que a fojas 650, se decreta como medida para mejor resolver la realización de informe pericial solicitado por el demandado a fojas 533, designando para tal efecto al perito contador auditor don Nolberto Guillermo Muñoz Sáez, constando informe de diligencia de reconocimiento de peritaje a fojas 659 y siguientes, cuya acta se incorporó a fojas 656 y siguientes.

Posteriormente se incorpora a fojas 669 y siguientes informe de peritaje contable, que contempla los objetivos del mismo, las diligencias realizadas, la documentación examinada y sus respectivos anexos;

TRIGÉSIMO: Que son hechos de la causa por así encontrarse acreditados en el proceso, los siguientes:

1.- Que de acuerdo a comunicación de 15 de diciembre de 2008 de FIFA (Federation Internationale de Football Association), Panini Group (Panini) obtuvo licencia para el uso exclusivo de la marca 2010 FIFA World Cup South África, lo que lo facultaba para la confección y distribución de la mascota del mundial de futbol de 2010 así como del álbum oficial, stickers y otros, a nivel mundial;

2.- Que, durante el transcurso del mes de marzo del año 2010, Panini puso en conocimiento de la FIFA, mediante correos electrónicos, de los problemas de distribución en Chile y México de los stickers o láminas autoadhesivas de jugadores de fútbol, por existir restricciones legales. Así, en el caso de Chile y México, no se podría utilizar la versión internacional de su selección nacional, consistente en láminas de cromo autoadhesivas que muestran el busto de los jugadores, debiendo, en cambio, utilizarse un formato consistente en láminas de cartón no autoadhesivas, y de cuerpo completo, denominadas Pop Ups. Ello, atendida las restricciones legales existentes en ambos países. En el caso de Chile por existir derechos de parte de SALO respecto de las imágenes de los jugadores en ese formato, por convenio previo con el Sindicato de Futbolistas Profesionales de Chile;

3.- Que el álbum del Mundial de Sudáfrica 2010, está compuesto de 32 selecciones, entre ellas la selección Chilena. En dicho álbum se observa, entre las hojas 36 y 37, un tablero coleccionador, en que aparecen 17 recuadros, para ser completados con láminas pop up. Y luego, al finalizar el álbum, nuevamente aparecen 17 recuadros para llenar con láminas pop up de la selección Chilena.

Este álbum, en su exterior, parte delantera, señala "SOUTH AFRICA 2010 FIFA WORLD CUP OFFICIAL LICENSED ATICKER ALBUM Manufactures under licence by PANINI www.paninigroup.com/it/fifaworldcup";

4.- Que, el lanzamiento del referido álbum, fue publicitado en distintos medios de prensa. Así, por ejemplo, en el Noticiero de 20 de abril de 2010 de Chilevisión Noticias, en que se da cuenta que las láminas relativas a la Selección Chilena vienen en un formato especial, lo que explica el señor Rodrigo Insunza, Gerente General a esa fecha de Panini. Luego, el mismo día, en CNN Chile, la periodista Constanza Abud, da cuenta de la especial presentación de la selección Chilena, mediante formato denominado Pop Up. Igualmente se explica esta situación en nota periodística de UCV Televisión.

En tanto, en nota posterior, de 15 de mayo de 2010 de CNN Chile, se informa que algunos consumidores que adquirieron el álbum se encuentran molestos por cuanto la selección Chilena no tiene el mismo formato que las demás selecciones, aclarando el Presidente del Sindicato de Futbolistas de esa fecha, que ello se debía a existir un contrato previo con SALO;

5.- Que, en la página web de Panini, se promocionaba el álbum FIFA Sudáfrica 2010, indicándose que “Las imágenes de Chile viene en el formato POP UP para que colecciones y juegues con tus amigos. Puedes coleccionar las imágenes POP UP en el tablero coleccionador”;

6.- Que, luego del lanzamiento del referido álbum, se emitieron diversas notas periodísticas dando cuenta del malestar o desilusión de los consumidores ante el hecho de no poder obtener láminas de la selección chilena en iguales condiciones que las de los restantes equipos presentes en el mundial. Así, en notas de 13 de mayo de 2010, de Canal 13 y TVN, se da cuenta de estos hechos. Luego, el 14 de mayo de 2010, de TVN, la periodista Scarleth Cárdenas informa a los televidentes que el álbum es imposible de completar y luego entrevista al Director Subrogante del Sernac quien explica las acciones a seguir por quienes se sientan defraudados. Esta información motivó posteriormente una discusión por parte del Director de Prensa de TVN a Panini

S.A. En el mismo día, se emiten dos notas periodísticas, en Canal 13 y Megavisión, dando cuenta de los mismos antecedentes;

7.- Que, por estos hechos, 526 personas presentaron reclamos ante SERNAC;

8.- Que, no obstante ello, diversos coleccionistas completaron el álbum (1832 consumidores) y canjearon su premio por “álbum completo” consistente en unas canilleras o una pelota colección Adidas, para posteriormente participar en el sorteo de los premios, correspondientes a 1 LCD Sony Bravia 32 pulgadas, 1 automóvil Kia Morning 0 Kilómetros, 1 cámara Sony Cyber Shot y 2 Playstation 3 Sony;

TRIGÉSIMO PRIMERO: Que, como se adelantó, SERNAC imputa conducta infraccional a Panini, en la difusión y comercialización del álbum del mundial de fútbol de Sudáfrica 2010, señalando que se ha cometido infracción a los artículos 3 letra b), 28 letras b) y c), 33 y 35 de la Ley N° 19.496, denominada Ley del Consumidor.

Al efecto el artículo 3 letra b) dispone: “Son 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”.

Por su parte, el artículo 28 letras b) y c) establece: “Cometen infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de: b) la idoneidad del bien o servicio para los fines que se pretende satisfacer y que haya sido atribuida en forma explícita por el anunciante; c) las características relevantes del bien o servicio destacados por el anunciante que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial”.

Luego, los artículos 33 y 35 inciso primero, establecen, respectivamente: artículo 33: “La información que se consigne en los productos, etiquetas, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor. Expresiones tales como “garantizado” y “garantía”, sólo podrán ser consideradas cuando se señale en qué consisten y la forma en que el consumidor pueda hacerlas efectivas”; artículo 35, “En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración”.

De esto modo, SERNAC, agrupa las infracciones en tres subgrupos, uno, relativo al artículo 3 b) y que hace consistir en que Panini no dispuso en tiempo y forma información alguna, relevante y no menor para la adquisición del álbum y de sus láminas que permitiese a los consumidores tomar conocimiento previo y oportuno que no tendrían ni tendrán la posibilidad de adquirir los stickers o láminas de la selección Chile; otro, consistente en los artículos 28 letras b) y c) y 33, por cuanto el álbum puesto en el mercado no era idóneo para los fines que debería haber pretendido satisfacer; y uno último, relativo al artículo 35, y que radica en no haber informado el tiempo o plazo de duración para el canje de las últimas 50 láminas.

Que, antes de abordar cada una de las infracciones que se imputan a Panini en la confección y distribución del álbum del mundial de fútbol Sudáfrica 2010, conviene hacer algunas precisiones respecto de la Ley N° 19.496;

TRIGÉSIMO SEGUNDO: Que, al efecto, respecto al artículo 3 letra b) de la Ley N° 19.496, se ha dicho que “La buena fe, principio de integración contractual y general del derecho, otorga particular protección, según los usos del tráfico jurídico, a la lealtad y honradez desplegada por quienes procuran asentar una vinculación jurídica de forma seria. En principio, tal como enseña

Morales Moreno, el principio de la buena fe, impone a cada una de las partes la obligación al menos de comunicarse. El derecho a la información del consumidor en la actualidad presupone una obligación precontractual legal del proveedor de dar a conocer las características del bien, producto o servicio que constituye el objeto del contrato que pretende celebrar. Surge la obligación de informarse para informar mejor a los consumidores. Mejor informados, los consumidores podrán elegir mejor, lo que en clave de la ley del consumidor aparece como un deber para estos últimos. Claramente, la obligación que impone este artículo 3 letra b) se fundamenta en la desigualdad de información de las partes, lo que pretende el legislador es mitigar con un derecho a saber y un deber de informarse. Esta relación deber-derecho, en la norma en comento, aparece como indisoluble.

La desigualdad de información a favor del proveedor suministra una ventaja tal que el equilibrio de la relación de consumo, deseado por la ley, se pierde. El consentimiento de las partes no es el instrumento válido de la justicia conmutativa en una relación de consumo, como lo presupone el Código Civil, sino que debe ser ayudado por la información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos, ayudado todo por el deber de informarse responsablemente de ellos. La variabilidad en las relaciones entre profesionales y consumidores se ha explicado por la desigualdad de información: los profesionales conocen los bienes y servicios puestos en el mercado, mientras que los consumidores, en su mayoría, son incapaces de juzgar por adelantado las condiciones de un bien o servicio, sólo lo logran comparando unos productos con otros (La Protección De Los Derechos De Los Consumidores, Comentarios A La Ley De Protección A Los Derechos De Los Consumidores, Fundación Fernando Fueyo Laneri, Legal Publishing Chile, 2013, Los Derechos Y Deberes Del Consumidor, Marcelo Barrientos Zamorano, pág. 97 y siguientes).

En cuanto al deber de informar contemplado en el artículo 28 b) de la referida Ley, se ha señalado que “La ley N° 19.496 regula la publicidad engañosa con un marcado carácter infraccional. No es producto del azar que el artículo 28 comience disponiendo “Comete infracción...”. En realidad, el carácter infraccional es una característica que impregna buena parte de la ley y que produce consecuencias nefastas. Desde luego, la publicidad engañosa posee una importante arista infraccional, sin embargo, no se agota en ella.

La consideración anterior resulta útil, en mi opinión, para comprender el papel que debe desempeñar la expresión "sabiendo o debiendo saber" en el artículo 28.

Como resulta evidente, la función del artículo 28 no es exactamente definir que debe entenderse por publicidad engañosa, sino más bien precisar el supuesto de hecho de una infracción. Para decirlo de otra manera, lo que aparentemente hace el precepto no es definir la publicidad engañosa, sino establecer el supuesto de hecho de la publicidad de hecho que acarrear consecuencias infraccionales.

La importancia de lo anterior es que el conocimiento real o imputado del anunciante resulta irrelevante para determinar otras consecuencias propias de la publicidad engañosa, particularmente los remedios con que cuenta el consumidor frente a ella.

Siguiendo a MORALES MORENO en esto, puede afirmarse que el criterio para determinar si la publicidad es engañosa es objetivo: "Podemos calificar de engañosa a una publicidad aunque el anunciante no tenga propósito de engañar, ni sea consciente de que el engaño se está produciendo"”. (La Protección De Los Derechos De Los Consumidores, op. Cit., Información Y Publicidad Artículo 28, Iñigo de la Maza Gazmuri¹, pág. 659 y siguiente).

Por otra parte, "De acuerdo al tenor del art. 33 LPC, las exigencias que ella establece, rigen tanto respecto de la información, como de la publicidad que se consigna en los productos, etiquetas, envases y empaques, quedando así su ámbito de aplicación delimitado a las dos instituciones que la LPC regula a propósito del derecho a la información. Por información, se entiende a aquellos antecedentes de carácter objetivo que el proveedor entrega al consumidor, con la finalidad de ponerlo en conocimiento de ciertas materias. Ahora bien, cuando ello se realiza en cumplimiento de una norma jurídica, adquiere el carácter de básica comercial, de acuerdo a lo señalado en el art. 1° N° 3 LPC. La publicidad, en tanto, es definida por la LPC como aquella "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" (art. lo N° 4 LPC). GARCÍA SAIS, por su parte, la concibe como "un modo de promoción a través de la cual el consumidor, conoce, se motiva y decide sobre bienes y servicios existentes en el mercado". En el mismo sentido, se pronuncia la Directiva Europea sobre la materia, para la cual la publicidad sería "toda forma de comunicación realizada en el marco de una actividad comercial, industrial, artesanal o liberal con el fin de promover el suministro de bienes o la prestación de servicios, incluidos los bienes inmuebles, los derechos y las obligaciones".

Así las cosas, y en concordancia con los conceptos transcritos, quedan comprendidas dentro del concepto de publicidad -y, por tanto, sujeta al art. 33 LPC-, toda difusión del producto o servicio, incluida aquella que los proveedores realizan para motivar a otros profesionales a prescribir o recomendar ciertos bienes al consumidor, tal como ocurre, por ejemplo, con los productos farmacéuticos. El art. 33 LPC establece que la información y publicidad de productos y servicios no debe contener expresiones que induzcan al consumidor a error o engaño, consagrando -junto a los arts. 28y 28

A LPC- un nuevo supuesto infraccional de publicidad falsa o engañosa, en caso de que los antecedentes se encuentren contenidos en un soporte publicitario.

En razón de lo anterior, es que esta disposición presenta particular relevancia, por cuanto -a diferencia de los arts. 28 y 28 A LPC- no contiene un catálogo taxativo de materias sobre las cuales debe versar la publicidad engañosa, para que sea punible “ (La Protección De Los Derechos De Los Consumidores, op. Cit., Artículo 33, Erika Isler Soto, pág. 751 y siguientes).

Luego, “En lo que respecta al contenido normativo del artículo 35 LPDC, éste sólo se refiere a dos aspectos específicos de las promociones y ofertas: la información que debe entregarse al consumidor con respecto a la promoción u oferta específica, y la acción para exigir el cumplimiento forzado o por equivalencia de la prestación en oferta o promoción.

Como he sostenido, se trata de un contenido bastante limitado, que confía nuevamente en los remedios informativos a favor de los consumidores, y no en la ordenación del mercado para que exista una genuina competencia libre y leal, que impacte verdaderamente en beneficios para los consumidores. De este modo, el legislador nacional no ha aprovechado la oportunidad de regular el mercado, a propósito de las promociones y ofertas, por medio de mecanismos como el establecimiento de ciertos períodos para las promociones, la prohibición de ciertos tipos de ofertas o promociones que puedan considerarse prácticas agresivas o que alteran el orden del mercado. (La Protección De Los Derechos De Los Consumidores, op. Cit., Información Y Publicidad Artículo 35, Osvaldo Lagos Villarreal, pág. 782);

TRIGÉSIMO TERCERO: Que, en cuanto a la primera infracción que se imputa a Panini, como ya se explicó en la parte expositiva de esta sentencia, SERNAC aduce que se “ha vulnerado el derecho a una información veraz y oportuna, derecho que, por expresa disposición de la Ley, tiene el carácter de básico e irrenunciable, según lo establecen los artículos 3 y 4 de la LPC, toda

vez que no dispuso en tiempo y forma, información alguna, relevante y no menor, para la adquisición tanto del álbum como de las láminas del mismo, que permitiese a los consumidores tomar conocimiento previo y oportuno respecto de una característica relevante del álbum South África 2010, cual es, que todos aquellos que fueron incentivados a adquirir tanto aquel como los sobres que contienen las láminas, no tendrían ni tendrán, al menos a la fecha de esta presentación, los stickers o láminas de la selección chilena, en igual calidad, finalidad y condición que respecto de las otras selecciones o países”.

Que, al respecto, cabe señalar que no hay discusión entre las partes, que en Chile, el álbum fue distribuido y comercializado en su formato original, con la salvedad de presentar inserto al centro del mismo, una hoja de mayor grosor, denominada tablero coleccionador, en donde se podían insertar las láminas formatos pop up, para cuyos efectos cada recuadro presentaba dos cortes, uno en la parte superior izquierda y otro en la parte inferior derecha (mirados de frente), las que también podían ser pegadas en las páginas 68 y 69, reservadas para la Selección Chilena.

También es un hecho no discutido, que las láminas relativas a la selección Chilena, no fueron comercializadas en Chile y México en el formato que se utilizó a nivel mundial, esto es, de cromo, autoadhesivas y mostrando una imagen correspondiente al busto del seleccionado nacional. En cambio, para poder llenar los espacios del denominado tablero coleccionador o las páginas 68 y 69 del álbum, se dispuso, a través de acuerdo con el Sindicato de Futbolistas y previa aprobación de la FIFA, la utilización de láminas de cartón, no autoadhesivas, en donde aparece la figura completa del jugador. Ello, por cuanto existían derechos de terceros -SALO-, respecto de estas imágenes.

Luego, lo que corresponde determinar es si efectivamente, como indica SERNAC, se vulneró el derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes ofrecidos.

Que, a este respecto y tomando en consideración las alegaciones y defensas de la demandada, si bien es cierto - como se dejó establecido en el motivo trigésimo, número cuatro- Panini, por medio de su representante, el señor Insunza, informó a través de los medios de comunicación social que las imágenes de los jugadores de la selección nacional de fútbol vendría en un formato especial, no se indicó que ello se debía a que existían contratos vigentes respecto del uso de la imagen de los jugadores, que impedía que las láminas relativas a la selección chilena fuesen comercializadas en el mismo formato que las de los restantes países.

Que, por otra parte, dicha difusión se efectuó al momento del lanzamiento del álbum, durante el mes de abril de 2010, la que a juicio de esta magistrado y revisados los CD de imagen y audio así como los recortes de prensa acompañados por las partes, resulta absolutamente insuficiente para pretender que la totalidad de los consumidores interesados en adquirir el álbum hayan tomado conocimiento de este hecho particular que se suscitaba precisamente respecto de la selección nacional de Chile y no de otro país, más aún considerando que de acuerdo a información proporcionada por Panini, se vendieron en Chile 165.820 álbum.

Luego, y pese a lo publicitado en la página web de Panini, en cuanto a que respecto de la selección nacional (de Chile) se utilizaría el formato Pop Up, lo cierto es que la gran mayoría de las personas adquiere este tipo de productos en kioscos y almacenes, debiendo haberse contenido dicha información en la portada del álbum para los efectos de asegurar su pleno conocimiento a los consumidores -lo que no ocurrió-, ello por cuanto si bien el afiche publicitario indica “Encuentra tus pop up de la selección chilena”, ello da a entender que respecto de dicha selección se presenta un formato adicional y en ningún caso sustitutivo de las láminas autoadhesivas.

Que, de este modo, y apreciando la prueba de acuerdo a las reglas de la sana crítica, entiende esta magistrada que la información proporcionado por PANINI no fue veraz en cuanto a las características de las láminas relativas a la selección Chilena, por cuanto si bien se indicó en algunos medios de prensa (escritos y audiovisuales) que la selección de nuestro país sería coleccionable en un formato especial, lo cierto es que no precisó de manera de no inducir a error que dicho formato, denominado Pop Up, reemplazaría al formato tradicional de láminas autoadhesivas de las restantes selecciones y los motivos de ello, lo que sólo se dio a conocer una vez que empezaron a realizarse los primeros reclamos por parte de los consumidores, considerando, además, que no solo la calidad de la lámina era distinta, sino también la presentación del jugador, motivos por los cuales se tiene por acreditada la infracción al artículo 3 letra b) de la Ley N° 19.496;

TRIGÉSIMO CUARTO: Que, luego, y en lo que respecta a la segunda infracción imputada por Sernac a Panini, relativa los artículos 28 letras b) y c) y 33 de la Ley N° 19.496, indicando que la demandada no podía “menos que saber que el bien puesto al mercado, álbum, no es idóneo para los fines que debería haber pretendido satisfacer, es decir, se obtuviere y se tuviera la posibilidad de tener a todos los integrantes de los países participantes y no sólo y hacer excepción, con el propio país en el cual se distribuye, vende y motiva a adquirir”.

Que, a este respecto, conviene recordar que Panini Group obtuvo los derechos para comercializar el álbum oficial del Mundial de Fútbol de Sudáfrica 2010 a nivel internacional, existiendo problemas relativos a la utilización de la imagen de los jugadores de fútbol de la selección nacional de Chile sólo en dos países, a saber, Chile y México, habiéndose obtenido como solución para la distribución de sus imágenes un convenio con el Sindicato de Futbolistas, lo que autorizaba la utilización de sus imágenes de cuerpo entero y en un

formato pop up, y no mediante láminas autoadhesivas por existir derechos en favor de terceros sobre las mismas, como tantas veces se ha señalado.

Que, producto de ello, y para poder comercializar un álbum que incluyera todas las selecciones, Panini ideó este formato de láminas de la selección Nacional de Chile, discrepando esta magistrado de lo aseverado por SERNAC en cuanto haber puesto en el mercado un producto que no cumple con su finalidad, sabiendo o debiendo saberlo, por cuanto el álbum sí era susceptible de ser completado, con la modalidad antes referida. Tanto es así, que quienes completaron el álbum (1832 consumidores), concurren a los establecimientos dispuestos al efecto, a canjear sus premios y participar en los sorteos respectivos.

Que, por consiguiente, se descarta infracción a los artículos 28 letras b) y c) y 33 de la Ley N° 19.496, agregando que este último precepto legal no resulta atinente a la conducta reprochada, atendido su claro tenor literal;

TRIGÉSIMO QUINTO: Que, finalmente, en cuanto a la infracción al artículo 35 de la citada ley, y que guarda relación con el canje de las 50 últimas láminas hasta agotar stock, sin precisar el tiempo o plazo de duración para dicho canje, cabe señalar que efectivamente, de acuerdo al álbum, tenido a la vista al momento de ponderar la prueba y resolver, se señala: “Cupón 50 últimas láminas. Llena los datos en forma clara, usando letra imprenta y lleva este cupón a los centros de canje. Paga \$100 por cada lámina solicitada y en 15 días hábiles las recibirás en tu casa...” y en el reverso “Cupón 50 últimas láminas. Anota aquí tus últimas láminas. El valor de las láminas es de 100 y hasta agotar stock. Este cupón no contempla la compra de las láminas A a I, ya que éstas no son requisito para completar el álbum”.

Luego, efectivamente, revisado el álbum, producto que es el que los consumidores tienen a la vista, incluidos los restantes cupones por sorteo álbum completo y concurso sobres vacíos, no se logra determinar hasta

cuándo podría extenderse esta posibilidad de adquirir las láminas faltantes para completar el álbum.

De este modo, no basta la sola alusión “hasta agotar stock” por cuanto ella no otorga certeza alguna a los consumidores en cuanto el momento hasta el cual pueden pretender ejercer esta opción.

Que, por lo anterior, se ha constatado infracción al artículo 35 de la Ley N° 19.496;

TRIGÉSIMO SEXTO: Que, establecida la infracción a los artículos 3 letra b) y 35 de la denominada Ley de Protección al Consumidor, corresponde ahora hacerse cargo de las exigencias previstas por el artículo 53 C) de la citada normativa.

Que, en cuanto a la letra a) del artículo 53 C de la Ley N° 19.496, considera esta magistrado que se ha afectado el interés colectivo de los consumidores a quienes va destinado el producto. En efecto, es un hecho público y notorio que Chile es un país altamente futbolizado y que son los niños y adolescentes los principales interesados en adquirir y coleccionar estos artículos, con el ideal de completar su álbum y obtener algún premio en caso de lograrlo. Especial fervor se observa respecto de los jugadores de fútbol profesional que pertenecen a la Selección Nacional y a quienes los menores ven con orgullo y figuras a imitar, identificándose con ellos;

TRIGÉSIMO SÉPTIMO: Que, en cuanto a la letra b) del artículo 53 C de la referida Ley, cabe señalar que se ha constatado la infracción a los artículos 3 letra b) y 35, siendo aplicable al momento de imponer la multa, lo dispuesto por el artículo 24, inciso primero que establece que “Las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 50 unidades Tributarias mensuales, si no tuvieren señalada una sanción diferente”, cuyo es el caso. Luego, el inciso final, dispone que “Para la aplicación de las multas

señaladas en esta ley, el tribunal 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”.

Que, atendido el mérito de los antecedentes, los hechos tenidos como acreditados en el proceso, considerando la infracción cometida, los consumidores perjudicados y el interés colectivo afectado, se procederá a aplicar una multa de 20 unidades tributarias mensuales por infracción al artículo 3 letra b) y una segunda multa, también de 20 unidades tributarias mensuales, por infracción al artículo 35, ambos preceptos de la Ley N° 19.496;

TRIGÉSIMO OCTAVO: Que, en cuanto a la letra c) del artículo 53 C, y en lo que dice relación a las indemnizaciones a obtener por los consumidores afectados, cabe señalar que de conformidad al artículo 51 N° 2 de la Ley del Consumidor, “Las indemnizaciones que se determinen en este procedimiento, no podrán extenderse al daño moral sufrido por el actor”.

Que, en el caso de autos, Sernac solicita una indemnización mínima de \$32.500 por cada consumidor afectado, indicando que el precio del álbum ascendía a \$500 y el de cada sobre a \$250, siendo necesario un mínimo de 128 sobres para completar las 640 láminas, pues cada sobre contiene 5 láminas, y ello en el hipotético y poco real caso de que ninguna de las láminas se repitiese.

Que, al efecto, se deberá tener presente que sin perjuicio de que miles de personas hayan adquirido el álbum del mundial de fútbol de Sudáfrica FIFA 2010 en Chile (165.820), lo cierto es que un porcentaje muy pequeño logra completarlo, ya sea porque no cuenta con recursos suficientes para adquirir las láminas faltantes o simplemente porque desiste de su propósito.

Pretender imaginar que el universo total de consumidores que reclamaron a SERNAC iba a adquirir el total de sobres necesarios para completar el álbum, de acuerdo a informe pericial agregado a los autos, y que importaba un desembolso económico de \$222.750, sería irrisorio, y acceder a tal monto importaría un enriquecimiento injusto, el que repugna a nuestra legislación.

Que, por consiguiente, y no existiendo prueba que acredite una inversión mayor en el álbum por cada uno de los consumidores que reclamó, se tendrá para los efectos de cálculo el valor de \$500 por costo de adquisición, más \$250 por cada sobre y con total de 64 sobres, que equivale a la mitad de los 128 necesarios para completar el álbum sin que existan láminas repetidas, pues, se reitera, es irrisorio creer que la totalidad de quienes adquieren un álbum persisten en su propósito inicial de completarlo o desembolsan grandes sumas de dinero en la adquisición de láminas, más aun considerando que en su mayoría, el público destinatario de dichos álbum, corresponde a niños y adolescentes, que carecen de ingresos propios.

De este modo, se establecerá una indemnización de \$16.500 por cada consumidor afectado, ya referidos en el motivo vigésimo primero letra e) numeral 1 de esta sentencia, descontando de ellos a los referidos en la foja 117 por Panini por tratarse de consumidores que completaron el álbum y canjearon su premio, suma que deberá ser pagada con reajustes e intereses a contar de la fecha de notificación del presente fallo.

Luego, son consumidores afectados, de acuerdo a los reclamos presentados ante Sernac, Nicolás Rivera Pinones, Marcela Rojas Lazo, Luis Felipe Torres Canete, Cristian Cano Reyes, Miguel ángel Llanos Reyes, Jacqueline Badilla Oyarce, Francisco Javier Sepúlveda Pérez, Jaime Axt Ocana, Jonathan Aníbal González Aravena, Fabián Alejandro Nunez Contreras, Carlos David Lavín Valerio, Sebastián Alejandro Meza Castro, Gonzalo Albornoz

Arancibia, Liliana Parra Medina, Josua Juan Luis Vallejos Selman, Emerson González Manso, Valeska Fernández Binimelis, Gonzalo Rojas Venegas, René Sergio Gutiérrez Soto, Braulio Valenzuela Rioseco, Ana María Espinoza Jaure, Roberto Carlos Arenas Gómez, Sebastián Gilbert Dieguez, Margarita Velozo Flores, José Luis Gómez Vargas, Francisco Javier Meléndez Tello, Vanessa Concha Alcaide, Luis Navarro Ormeno, María Sepúlveda Sánchez, María Isabel Salazar Valenzuela, Beatriz Lagos Campos, Felipe Ignacio Balart Vera, Jorge Barrios Puebla, Francisco Javier González Donoso, Rodrigo Cruz Ugarte, Agustín Andrés Cabello Ceballos, Pablo Andrés Reyes Andrade, Javiera Carvajal Tapia, Raúl Alberto Albornoz Mardones, Alejandro Almonacid Erazo, Álvaro León Mutis, Gustavo Adolfo Téllez Marín, Mauricio Alexis Venegas Silva, Francisco Jorquera Díaz, Juan Pablo Velasco García, Daniel Sáez Srain, Williams Alexis Silva Faunes, Consuelo Paz Silva Flores, José Manuel Castillo Carrasco, Patricio Lorca Valiente, Jorge Salgado Contreras, Carmen Verónica Castillo Gallardo, Daniel Morales Acevedo, Gabriel Valdivia Rivera, Jacqueline del Carmen Gutiérrez Castañeda, Matías Eduardo Allende Pino, Paul Dustin Acuna Rojas, David Alexis Torres Rivas, Javier Grandon Baeza, Fernando Pérez Cáceres, Patricio Stefans Álvarez Guerra, Nibaldo Monroy Vargas, Paola del Rosario Moraga Seguel, Fernando Castañeda Araya, Sebastián Garrido Garrido, Rodrigo Andrés Ovando Díaz, Lucía Chacana Ahumada, Álvaro Andrés Acevedo Ayala, Silvia Reyes Delgado, Miguel Orellana Chandía, Laura Caroline Aguilón Toro, Cecilia Pereira Gómez, Mauricio Bahamondes Etcheverry, Juan Sebastián García Aranda, Miriam Carolina Benvides Castro, Claudio Alexis Zarricueta Estay, Marco Uribe Saldivia, , Daniel Eduardo Solís Barredo, Jessica Tatiana Villar Hernández, Mauricio Lazcano Callejas, Isabel Bernardita García Martínez, Néstor Duran González, Eduardo Mejías Morales, Marcia Verónica Vergara Vergara, Jordan Juan Miguel Fonseca Soto, Jacqueline de las Mercedes Hernández Cisterna, Francisco Jara Donoso, Danilo Andrés Concha Vergara, Milka Merian Cerna Cisternas, Francisco Ocampo Jiménez, Graciela Salomé

Pérez Pacheco, Braulio Droguett González, Dorka Andrea Valdivia Azocar, Nicol Ponce Fouere, Pablo Mauricio Teppa Pacheco, Diana Andrea Retamal Vera, Claudio V. Sepúlveda Banda, Gabriel Arnaldo Cantillana Rojas, David José Flores Zúñiga, Juan Ramón Palma Villanueva, Ángela Lorena Fernández Lueiza, Andrea Carrasco Herмосilla, Rómulo Sánchez Aguilar, Gabriel Escobedo Paredes, Álvaro Jesam Gaete, Luis Alejandro Ruz Durán, Litsi Contreras Salvo, Erick Muñoz Corvetto, Carolina Elizabeth Llana Rubilar, Óscar Calisto Báez, Marta Irene Carrasco Fritz, Sergio Vargas Cubillos, María Icaza Jarpa, Víctor José Pizarro Canio, Patricio Smith Ortiz, Luis Giovanni Droguett Cordero, Felipe Andrés Maulen Cornejo, Mauricio Abel Barrera Carrasco, Luis Jonathan Ascencio González, Leonardo Cofre Rojas, Lucía Navarrete Solorzano, Luis Mondaca Meza, Marcelo Esteban Cantillana Steel, Eduardo Dante Agullo Nunez, Claudia Alejandra Cortes Sánchez, Susana Paola Bacunan Figueroa, Manuel Antonio Guzmán Ortega, Esteban Guillermo Ravello Gacitúa, Daisy Carol Duran Urrutia, Marisol Muñoz Providell, Miguel Ángel Pérez Bravo, Carla Daniela Muñoz Vera, Paula Soledad Zuleta Rodríguez, Alex Patricio Díaz Díaz, Heins Schmidt Cale, Álvaro Carvajal, Fernando González Sáez, Miguel Álvarez Farias, Ninoska Andrea Guzmán Allende, Alexis Espinoza Guajardo, Emma Sofía Pizani Geoffroy, Katherine Constanza Grimberg Núñez, Fresia Castro Moya, Jean Louis Leporati Neron, Claudio Mauricio Navarro Muñoz, Roberto Andrés Matus Aros, Wladimir Bascur Nunez, Alex Osorio Robles, Cristián Andrés Guerrero Díaz, Cristian Osorio Iribarren, Gladys del Carmen Albornoz Vergara, Javier Alejandro Tempio Arce, José Miguel Pena Santibáñez, Cristian Alberto Gutiérrez Cabrera, Jordan Uribe Sandoval, Patricia Andrea Jiménez Salazar, Ana Loyola Andrade, Rodrigo Ascencio Zepeda, Rubén Vásquez Rivera, Hernán Nancupil Huentulle, Ana Delia Basoalto Burgos, Juana Elgueda Marambio, Romina Jorquera Alegría, Juan Andrés Riveros Donoso, Pablo Enrique Pizarro Lincuate, Rodrigo Alonso Salinas Pena, Ernesto Hernández Pizarro, Guillermo Elizalde Mateluna, Patricio Felipe Gajardo Delgado, Jorge Poblete Moya,

Gonzalo Andrés Marambio Gutiérrez, Roberto Zapata Sánchez, Julio Nicolás Andrés Ramos Araya, Claudio Patricio Arce Rojas, Esteban Collins Dupouy, Fabián Nicolás León Herrera, Soledad Andrea Alfaro Aravena, Norma Lidia García Bitterlich, Isabel Susana Vera Mendoza, Óscar Elías Osvaldo Cayul Muñoz, José Miguel Palacios Onate, Andrés Antonio Díaz Acuna, Daniela Moreno Velásquez, David Niculcar Castillo, Sebastián Andrés Correa Vergara, Jorge Ramírez Salinas, Benjamín Rojas Saldivia, Augusto Arias Garrido, Roberto Aravena Beltrán, Pedro Concha Sandoval, Alfredo Nunez Reveco, Jorge Eduardo Rodríguez Arellano, Felipe Meza Sanhueza, Manuel Arturo Olivos Troncoso, Enrique Jesús Díaz Caviedes, Eduardo Fuentes González, Luis Soto Rodríguez, Jorge Alfonso Guzmán Mino, Cristián Toro Pérez, Carolina Beatriz Silva Luque, Jorge Antonio Barrientos Tapia, Humberto Enrique Torres Vivanco, Manuel Córdova Cisterna, Karina Molina Molina, Claudia Cornejo Donoso, Matías González Gómez, Héctor Muñoz Bastidas, Hilda Soledad Carrasco Moraga, Marcel Mancilla Orellana, Javier Eduardo Almonacid González, Claudia Heredia Canales, Norman Manuel Garay Garay, Carlos Álvarez Rebolledo, Alejandra Sandoval Alvear, Felipe Alfredo González Cofre, Bernardo David Riquelme Jiménez, José Manuel Rodríguez Larrea, Kevin Osvaldo Andrés Silva Figueroa, Ernesto Antiqueo Ortiz, Rodrigo Pontanilla Mora, Francisco Cabrera Zambrano, Marcela Aguilera Cossio, Alex Pereira González, Rodrigo Arismendi Valenzuela, Genaro Rojas Prieto, Rita del Carmen Azocar Villagrán, Cristián Neira Suazo, Tomás Felipe Retamales Berford, Francisco José Galleguillos Araya, Daniela Alejandra Bravo Vejares, Mauricio Alejandro Flores Lepe, Osvaldo Antonio Acuna Martínez, Carlos Enrique Valenzuela Ardizzoni, Susana Angélica Mendoza Cofre, Bernardo Olivares Guzmán, Marcelo Olivares Mella, Juan Gabriel Montero Sánchez, Guillermo Ramírez Vásquez, Juan Carlos Rivera Ortega, José Luis Díaz Villalobos, Pedro Suarez Tapia, Marcela Federici, Francisca Indo, Enrique Lizana Quiroz, Verónica Alejandra Fernández Bahamondes, Claudio Andrés Ortega Mella, Miriam Embry López, Fernando

Mauricio Melo Cabello, Dagoberto Ricardo González Barriga, Luis Gonzalo Ávila, Ignacio Muñoz Femenias, Marta Clementina Cabezas Pavez, Cristián Riquelme Ochoa, Mauricio Esteban Devia Valenzuela, Manuel Antonio Mora López, Jorge Sepúlveda Salazar, Miguel Ángel Salazar Quilaleo, Rafael Eduardo Valenzuela Mancini, Paola Solange Mendoza Salazar, David Pérez Abejares, Rodderyk Garrido Urrutia, Carolina Andrea Serrano Herrera, Benjamín Andrés Jaime Pizarro, Luz María Lazo Sierralta, Patricio de la Fuente Basualto, David Perea Abejares, Mauricio Tobar Aedo, Héctor Andrés Gana Gómez de la Torre, Ximena Gutiérrez Acuna, Felipe Javier Leiva Solís, Pedro Urzua Cruzat, Miguel Ángel Álvarez Vásquez, Cristián Durney Labayru, Neittan Edison Nanco Fuentes, Pablo A. Moraga Vásquez, Álvaro Pena Solís, Javier Antonio Estrada Salas, Mónica Lorena Pino Salinas, Alfredo Hernández Madrid, Luis Mauricio Garrido Aravena, Héctor Edward Rodríguez Sepúlveda, José Hurtado Alarcón, Felipe Stollsteimer Chávez, Nicolás Guzmán Saldías, Jorge Andrés Benítez Cisternas, Marcos Eduardo Bustamante Rivas, Cristián Osorio Pulgar, Yerko Palomino Castañeda, Ariel Contreras Guzmán, Sergio Correa Rojas, Karina de los Ángeles Moreno López, Mauricio Guzmán Landauro, Cecilia Alejandra Recabarren Raby, Yessenia de Lourdes Toro Pérez, Silvia Bastías Pérez, Jocelyn Elizabeth Tapia Cornejo, Felipe Patricio Martínez Hernández, Fanny Angélica Mundaca Toro, Pablo Leonel Almendras Vargas, Alejandro Patricio Fredes Portino, Belmor Valdovinos Soto, Andrés Correa Contreras, Nelly Henríquez Aguayo, Rodrigo Aravena Reyes, Lorena Pamela González Hernández, Sandra Garrido Vergara, Gerardo Alfonso Moreno Medrano, Manuel Urzua Meza, Yasna Carol Zúñiga Castro, Jonathan Ceballos Gaete, Claudia Paola Ceron Flores, Sebastián Rodríguez Díaz, Nicolás Ojeda, Jessica Alejandra Zapata Benavides, Joel Gunther Román Araneda, Fernando Morgado Gnecco, Marcia Apablaza Sandoval, Andrea Henríquez Henríquez, Juan Rain Marinao, Jorge Andrés Bustos Quilaleo, Luis Andrés Navarro Mellado, Paulo Marín González, Héctor Valenzuela Santander, Erasmo Ferrada Ordenes, Óscar Penailillo Veas,

Yerko Mauricio Orellana Lemus, Mauricio A. Silva López, Cristián Andrés Oliva González, Leocadia Molina Ferrada, Francisco Álvarez Harrera, Liliana del Carmen Godoy Contreras, Richard Quinteros Ahumada, Elizabeth Lara Lara, Pedro Morales Muñoz, Enrique Vargas Chacón, Guillermo Andrés Sauterel Echeverría, Francisca Echeverría Miranda, Francisco Catalán Adasme, Ricardo Javier González Álvarez, Leopoldo García Fernández, Maryorie Acevedo Nasvaez, Yessica Sandoval Peralta, William Gabriel Acuna Martínez, Luis Eduardo Sebastián Hernández Hernández, Cristián González Álvarez, Felipe Valenzuela Arce, Felipe López Gajardo, Mireya Adriazola, Pablo Ignacio Barrientos Carvallo, Alexander Weber contreras, Raúl Vargas Gutiérrez, Cristián León Solís, Jaime Eduardo Araya Meneses, María Pilar Troncoso Guzmán, Patricio Peres, Paul Bravo Duronea, Emiliano Antonio Alburquenque Reyes, Iván Herмосilla Araya, Yasna Solange Acevedo Jorquera, Jorge Navarrete Saravia, Diego Mendoza Esquivel, Ximena González Salini, Raúl Nicolás Rojas Ramírez, Ciro Palacios Contreras, Ricardo Andrés Baeza Sepúlveda, Guido Torres Mena, Jessica Rivera Araya, Pía Karina Castro Rojo, Felipe Bucarey Winkler, Paula Soza Parra, Claudio Aravena Cabrera, Manuel Ignacio Elgueta Huechucura, Aquiles Fuentes Bustamante, Francisco Zapata Díaz, Héctor Muñoz Aranda, Jacob Benjamín Sánchez Chacón, Sonia Barreto Medina, Juan Carlos Madrid Castro, Enzo Gabriel Ruiz Moyano, Luis Raúl Jiménez Ceballos, Paula Mackarena Sánchez Loyola, José Mauricio Díaz Olivares, Ana Olavarria Cancino, Francisco Antonio Arredondo Lara, Claudio Negrete Schlette, Miguel Ángel Valderrama González, Edgardo Fernando Gutiérrez Gutiérrez, Sebastián Mellado Salinas, Eloisa Saez Pinto, Rolando Contreras Bianchi, Katherine Paola Manríquez Olcay, Claudia Alejandra Parra Aedo, Alejandro Aurelio Valenzuela Zamora, Mabis del Carmen Cabezas Rojas, Juan Manuel López Bruce, Italo Contador DíazTierinna Ramos Ordoñez, Marco Antonio Araya Vergara, Rodolfo Viera Santiago, Javiera Martínez Morales, David Ignacio Clavijo Contador, María José Bascunan Catrileo, Mauricio Adolfo Arce Bahamondes, Ingrid

González Suarez, Cristiano Castaldelli Rolemucet, Marcos Ojeda Seron, Lorena Munoz Enriquez, Walter Geissbuhler Azula, Mayerling Manríquez Olcay, Daniel Farfán Donoso, Mario Enrique Fernández Gutiérrez, Alejandra Fuentes Márquez, Eduardo Pacheco Tapia, Francisca Rubilar Gutiérrez, Jorge Valdivieso Scott, Benjamín Alfredo Jopia Cepeda, Roxana Flores López, Daniela Paz Jofre González, Mauricio Alejandro Cotroneo Reyes, Sergio Romero Blanchard, Roberto Patricio Grenett Godoy, Lorenzo Julio Jiménez, Karina Rodríguez Guzmán, Roberto Carlos Salinas Cruz, Víctor Felipe Ignacio García Cortés, Marco Antonio Aravena Vivar, José Adolfo Saavedra Domínguez, Jorge Jiménez Lueiza, Raimundo Brucher Luco, Miguel Ángel Paredes Arévalo, Javier Pino Sepúlveda, Juan Gustavo Bravo Hernández, Romualdo Segundo Contreras Araneda, Alan Antonio Reyes Gatica, Víctor Garham Garham, Fabián Reyes Robles, Luis Leandro Barriga Jerez, Cassandra Jijon Riveros, Tatiana Munoz Jara, Rodrigo Andrés Fica Bahamonde, Franco Alexander Hermosilla Torres, Liliana Andrea Frias Celis, Patricio Grenett Godoy, Álvaro Rojas Pérez, Eugenio Humberto Carvajal Figueroa, Alfaro Guaringa, José Luis Carrera Salgado, Carlos Roberto Parra Díaz, Marcos Venegas Machuca, Cristian Fuentes Guajardo, Placido Caro Jiménez, Gerardo Canete Aguirre, Angelina del Carmen Pizarro Dubo, Jaime Penaolza Munoz, René Guajardo Fuentealba, Dario Eusebio Castro González, Carlos Reyes Valdebenito, Fernando Palma Becerra, Alejandro Rodrigo Sandoval Rivera, Alejandro Rodrigo Sandoval Rivera, Álvaro Hernández Maurelia, Guillermo Fuentes Flores, Eduvina Moya Rebeco, José Benites Rojas, Karen Alejandra Ugarte Penaloza, Rosa Villalon Villagran y Miguel Ángel Latapiat Melgarejo, esto es, un total de 464;

TRIGÉSIMO NOVENO: Que, en cuanto a la letra e) del artículo 53 C, relativo a disponer la publicación de los avisos a que se refiere el inciso tercero del artículo 54 de la Ley 19.496, se dispone que Panini S.A. efectúe dos publicaciones, en extracto, de la presente sentencia, en el diario El Mercurio, con un intervalo no inferior a tres días ni superior a cinco días entre ellas;

CUADRAGÉSIMO: Que, finalmente, y en cuanto a la solicitud del petitorio de la demanda de SERNAC, contenido en el numeral seis de la misma, se procederá al rechazo de tal petición, por cuanto, como ya ha quedado establecido en autos, a la fecha de lanzamiento del álbum Fifa Mundial de Sudáfrica 2010, existían derechos de terceros -SALO S.A.- respecto de la distribución de imágenes de los jugadores de fútbol de la selección, en formato láminas autoadhesivas, ignorándose la situación actual de dichos derechos, no pudiendo esta juez, por medio de esta sentencia, disponer que la demandada realice una conducta que no le está permitida y que eventualmente puede contravenir a nuestro Derecho así como los intereses de terceros;

CUADRAGÉSIMO PRIMERO: Que, atendido lo dispuesto por el artículo 144 del Código de Procedimiento Civil, y no habiendo resultado totalmente vencido el demandado, se le eximirá del pago de las costas de la causa.

Por estas consideraciones y visto lo dispuesto en los artículos 144, 170 y 358 del Código de Procedimiento Civil y 3 letra b), 28 letras b) y c), 33, 35 y 51 y siguientes de la Ley N° 19.496, se decide que:

I.- Se rechazan las tachas deducidas por el demandado en contra de los testigos presentados por la parte demandante, señores Máximo Terán Pardo, Niccolo José Stagno Oviedo y Waldo Vidomir Claro Álvarez;

II.- Se rechaza la tacha deducida por el demandante en contra del testigo presentado por la demandada, señor Carlos Alberto Soto Olivares;

III.- Se acoge parcialmente la demanda de fojas 6, en cuanto se condena a Panini Chile S.A. al pago de dos multas de 20 Unidades Tributarias Mensuales cada una, por infracción a lo dispuesto en los artículos 3 letra b) y 35, ambos de la Ley N° 19.496, esto es, un total de 40 Unidades Tributarias Mensuales en su equivalente en pesos al día de su pago efectivo;

IV.- Que se hace lugar al pago de indemnizaciones a los consumidores perjudicados por los hechos establecidos en estos autos, a razón de una indemnización de \$16.500 por cada consumidor afectado, ya referidos en el motivo trigésimo octavo de esta sentencia, suma que deberá ser pagada con reajustes e intereses a contar de la fecha de notificación del presente fallo, sin perjuicio de hacerse extensivo a los demás consumidores afectados en conformidad a lo dispuesto por el artículo 54 de la misma Ley;

V.- Que, para los efectos anteriores, procédase por el demandado Panini Chile S.A. a la publicación de un extracto de esta sentencia, en dos oportunidades, en conformidad al artículo 54 A), en el diario El Mercurio, de acuerdo a lo señalado en el motivo trigésimo noveno;

VI.- Que **cada parte pagará sus costas.**

Regístrese, notifíquese, publíquese y archívese en su oportunidad.

Rol N° 6730-2010.

Dictada por doña **Soledad Araneda Undurraga**, Juez Titular.

Autoriza doña **Michel Ibacache Toledo**, Secretaria Suplente.

Se deja constancia que se dio cumplimiento a lo dispuesto en el inciso final del art. 162 del C.P.C. en **Santiago, veintisiete de Octubre de dos mil catorce**

Santiago, veintisiete de febrero de dos mil quince.-

VISTOS:

Se reproduce la sentencia en alzada, con las siguientes modificaciones:

A: En el basamento décimo quinto se reemplaza el vocablo “declarada” por “declara”;

B: En el considerando décimo octavo se sustituye la palabra “presenta” por “presentada”;

C: En el fundamento trigésimo, primer apartado, se intercala entre las voces “proceso” y “los siguientes”, la frase “resultado de la valoración efectuada por el tribunal con arreglo a las reglas de la sana crítica de los diversos medios probatorios aportados al juicio”;

D: En el raciocinio trigésimo segundo, quinto apartado se sustituye la oración “la publicidad de hecho que acarrear”, por lo siguiente: “ésta que provocará”; y se suprime el apartado siguiente;

E: En el motivo trigésimo tercero, apartado final, se cambia la voz “proporcionado” por “proporcionada”;

F: En el razonamiento trigésimo octavo se eliminan los acápites tercero y siguientes.

Y SE TIENE EN SU LUGAR Y ADEMAS PRESENTE:

PRIMERO.- Que los argumentos que se hacen valer en el escrito de apelación interpuesto por la parte de SERNAC resultan insuficientes a juicio de esta Corte para modificar lo que ha sido resuelto por el fallo de primera instancia respecto a la existencia de las infracciones por las que se ha condenado a la parte denunciada.

SEGUNDO.- Que en efecto, de la prueba aportada al juicio, relacionada en el fallo de primer grado y que ha sido legalmente apreciada, resulta claro que la denunciada omitió entregar al público oportunamente - en forma previa y coetánea a la venta - la información acerca de características relevantes del producto ofrecido; en este caso, acerca del modo en que debería completarse el álbum oficial del Mundial de Fútbol de Sudáfrica sacado al mercado, pues en éste se presentaba a los jugadores de la selección nacional de fútbol en formato pop up, pero además las figuras de los jugadores aparecían impresas bajo la fórmula tradicional de láminas autoadhesivas (como es lo corriente y tradicional en esta clase de actividades), situación que explicablemente podía inducir a error a los consumidores puesto que este último formato no sería comercializado. Así, en el hecho, el álbum de marras se presentó con doble espacio dedicado a la selección nacional de fútbol, una de las cuales era imposible de completar, hecho que no fue cabalmente informado a los consumidores por la empresa denunciada.

Asimismo, tampoco informó en forma clara y completa respecto de la promoción relacionada con las 50 últimas láminas, acerca de la cual la oferta no precisa el plazo de duración de la oferta, limitándose a incluir la insuficiente y conocida frase “hasta agotar stock”, misma por la cual han sido sancionados un sinnúmero de establecimientos de comercio.

TERCERO.- Que en lo que dice relación con la demanda civil deducida en estos autos, la sentencia del grado la ha acogido estimando para ello como consumidores afectados a todos los que completaron el denominado “Formulario de Atención de Público” de Sernac, considerando éstos como reclamos, lo cual no es efectivo, como puede constatarse de su simple lectura, pues muchos de ellos solo contienen preguntas o afirmaciones de orden general.

Por otra parte, tampoco existe prueba bastante en la causa acerca de la existencia de vínculo contractual, esto es, de actos de consumo entre las personas que presentaron el ya expresado “formulario” y la demandada, ni acerca de la existencia y naturaleza del eventual perjuicio que pudieron sufrir, siendo del todo insuficiente para acreditarlo la prueba rendida por la demandante, relacionada en los basamentos vigésimo y vigésimo primero del fallo en alzada.

CUARTO.- Que así las cosas, resulta que no obstante corresponderle hacerlo conforme dispone el artículo 1698 del Código Civil, la demandante no aportó la prueba necesaria que permitiese justificar su pretensión al tenor de lo expresado en el fundamento anterior, lo que conduce a desestimar la demanda civil intentada en esta causa.

Por estas consideraciones y de conformidad además con lo dispuesto en los artículos 32 y siguientes de la Ley N° 18.287, y 189 y siguientes del Código de Procedimiento Civil, **se revoca** la sentencia apelada de fecha veintisiete de octubre del año último, escrita a fs. 708 y siguientes, en cuanto acogió la demanda civil de indemnización de perjuicios interpuesta en estos autos, y en su lugar se declara que dicha acción es rechazada.

Se confirma en lo demás apelado el antedicho fallo.

Acordada en cuanto confirma el fallo recurrido, con el voto en contra del Ministro señor Juan Manuel Muñoz Pardo, quien fue de parecer de revocarlo también en esta parte, en atención a que en su concepto no se ha incurrido por la denunciada en ninguna de las dos infracciones que se le atribuyen y por las que ha sido condenada.

Para concluir lo anterior tiene presente este disidente que la información proporcionada por la empresa Panini Chile S.A. por los medios públicos de comunicaciones y por la que el propio álbum contiene era suficiente para que los interesados tuvieran cabal conocimiento acerca del modo como éste debía completarse, lo cual por lo demás lo corrobora el número de ejemplares terminados y el hecho no menor de ser los usuarios de esta clase de actividades, personas interesadas conocedoras de las fórmulas empleadas para completar el álbum adquirido.

En cuanto a la restante infracción, la demandada tampoco incurrió en ella, pues la oferta ofrecida no puede considerarse como una promoción, sino una forma alternativa final para conseguir las últimas láminas faltantes.

Finalmente previene este Ministro que concurre al rechazo de la demanda civil teniendo en consideración para ello solamente la inexistencia de las infracciones atribuidas a la empresa demandada.

Regístrese y devuélvase.

Redacción: Ministro Dobra Lusic.

Nº Civil 9.828 – 2.014.-

No firma el Ministro señor Juan Manuel Muñoz Pardo, no obstante haber concurrido a la vista y al acuerdo, por encontrarse ausente.

Pronunciada por la **2ª Sala de Febrero de la Corte de Apelaciones de Santiago**, Presidida por el Ministro señor Juan Manuel Muñoz Pardo e integrada por las Ministras señora Dobra Lusic Nadal y señora Romy Grace Rutherford Parentti.

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

En Santiago, a veintisiete de febrero de dos mil quince, notifiqué en secretaría por el estado diario la sentencia precedente.

Santiago, dieciocho de abril de dos mil dieciséis.

Vistos:

En estos autos ingreso rol N° 5017-15 de esta Corte Suprema, iniciado por demanda en juicio sumario especial sobre protección del interés colectivo de los consumidores, por sentencia de veintisiete de octubre de dos mil catorce dictada por el Tercer Juzgado Civil de Santiago, se acogió parcialmente la demanda interpuesta por el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac, en adelante), en cuanto se condena a Panini Chile S.A. al pago de dos multas de 20 Unidades Tributarias Mensuales cada una, por infracción a lo dispuesto en los artículos 3 letra b) y 35, ambos de la Ley N° 19.496, esto es, un total de 40 Unidades Tributarias Mensuales en su equivalente en pesos al día de su pago efectivo. Asimismo, se hizo lugar al pago de indemnizaciones a los consumidores perjudicados -que individualiza en su considerando 38°- por los hechos establecidos en estos autos, a razón de una indemnización de \$16.500 por cada consumidor afectado, suma que deberá ser pagada con reajustes e intereses a contar de la fecha de notificación del fallo, sin perjuicio de hacerse extensivo a los demás consumidores afectados en conformidad a lo dispuesto por el artículo 54 de la misma Ley. Para los efectos anteriores, el fallo ordena al demandado la publicación de un extracto de la sentencia, en dos oportunidades, en conformidad al artículo 54 A) de la Ley N° 19.496.

Esta sentencia fue apelada por la demandada y por el Sernac, y por fallo de la Corte de Apelaciones de Santiago de veintisiete de febrero de dos mil quince fue revocada en cuanto acogió la demanda civil de indemnización de perjuicios interpuesta en estos autos y, en su lugar, se declara que dicha acción es rechazada, confirmando en lo demás apelado el antedicho fallo.

En contra de esta última decisión el Sernac dedujo recursos de casación en la forma y en el fondo, los que se ordenó traer en relación por decreto de fs. 979.

Y considerando:

Primero: Que el recurso de casación en la forma se afinca en la causal 5ta del artículo 768 del Código de Procedimiento Civil en relación al artículo 170 N° 6 del mismo texto, esto es, por omitir la sentencia la decisión del asunto controvertido, ya que el fallo no se pronuncia sobre la petición de efecto erga omnes solicitada por el actor ni sobre la petición para que la multa por cada infracción sea también impuesta a la demandada por cada consumidor afectado. Bajo esta causal de nulidad el recurso igualmente acusa que *“respecto a las infracciones apeladas y el rechazo de la indemnización, éstas no fueron motivadas conforme a los parámetros exigidos por la sana crítica, razón por la que si bien hubo un pronunciamiento, éste es alejado a las formalidades exigidas por el Código de Procedimiento Civil”*.

En virtud de este recurso, se solicita la invalidación del fallo impugnado y se dicte sentencia de reemplazo con arreglo a la ley.

Segundo: Que en relación al primer asunto controvertido sobre el cual no se habría pronunciado el fallo en parecer del recurso, esto es, el efecto erga omnes, cabe consignar que el inciso primero del artículo 54 de la Ley N° 19.496 dispone que *“La sentencia ejecutoriada que declare la responsabilidad del o los demandados producirá efecto erga omnes, con excepción de aquellos procesos que no hayan podido acumularse conforme al número 2) del inciso final del artículo 53, y de los casos en que se efectúe la reserva de derechos que admite el mismo artículo”*, por lo que, declarada la responsabilidad de la demandada en el fallo impugnado por infracción a los artículos 3 letra b) y 35 del citado cuerpo legal, no procedía resolver o dirimir la procedencia del efecto erga omnes de

esa decisión, porque dicho efecto viene impuesto por la ley. En otras palabras, asentada la responsabilidad infraccional de la demandada, como ocurrió en la especie, no constituye un asunto a zanjar por el órgano jurisdiccional la atribución del efecto erga omnes de la sentencia, pues tal corolario lo establece directamente el legislador.

Ahora bien, como se explicará más adelante, para que dicho efecto erga omnes tenga operatividad, se requiere que la sentencia, de conformidad al inciso final del artículo 50 haya tenido por acreditado que se ocasionó un daño a los consumidores y, además, conforme al artículo 53 C letra c), se determine el “*monto*” que corresponderá indemnizar a todos aquellos consumidores que hayan sido perjudicados por los mismos hechos -es decir, a los que conforme al procedimiento previsto en los artículos 54 y ss., pudieran comparecer posteriormente a hacer valer sus derechos-, pero en el caso de autos la sentencia de segundo grado, junto con revocar la parte en que acoge la demanda civil de indemnización de perjuicios, declara expresamente en su considerando 3° que “*tampoco existe prueba bastante en la causa acerca de ... la existencia y naturaleza del eventual perjuicio que pudieron sufrir, siendo del todo insuficiente para acreditarlo la prueba rendida por la demandante*” y, concordantemente, eliminó los párrafos del considerando 38° en que se determina el monto del perjuicio.

En ese orden, la omisión de la declaración que echa de menos el recurrente ni siquiera tiene influencia sustancial en lo dispositivo del fallo, pues al no haber determinado la sentencia la existencia de un daño causado por las infracciones a la Ley de Protección al Consumidor que se tienen por demostradas, dicho efecto erga omnes no se habría podido materializar en el favorecimiento o reparación de otros consumidores.

Tercero: Que en cuanto a la segunda omisión, el artículo 53 C letra b) regula especialmente esta materia, señalando que: *“En la sentencia que acoja la demanda, el juez, además de lo dispuesto en el artículo 170 del Código de Procedimiento Civil, deberá: b) Declarar la responsabilidad del o los proveedores demandados en los hechos denunciados y la aplicación de la multa o sanción que fuere procedente. La suma de las multas que se apliquen por cada consumidor afectado tomará en consideración en su cálculo los elementos descritos en el artículo 24 y especialmente el daño potencialmente causado a todos los consumidores afectados por la misma situación”*.

De ese modo, lo que debía dictaminar la sentencia, al dar por concurrentes dos infracciones a la Ley N° 19.496, es la aplicación de la multa procedente, y tal pronunciamiento fue efectuado en el resolutivo III del fallo de primer grado, por lo que no se ha incurrido en la omisión denunciada. Asunto muy diverso es lo que plantea el recurso, que podría entenderse como una falta de fundamentación de la decisión de no imponer la multa por cada consumidor afectado y, eventualmente como un error de orden sustantivo en tal determinación, asuntos ambos que no pueden ser planteados ni resueltos en base a la causal de casación formal deducida.

Cuarto: Que sobre la falta de motivación del fallo que también se denuncia bajo la causal de casación en la forma en estudio, debe ser desestimada porque el defecto alegado no corresponde a la causal invocada, sin perjuicio que el recurso reconoce que *“hubo un pronunciamiento”* sobre *“las infracciones apeladas y el rechazo de la indemnización”*.

Quinto: Que por las razones anteriores, el recurso de casación en la forma debe ser desestimado.

Sexto: Que en el recurso de casación en el fondo se denuncia, en primer término, la infracción a los artículos 28 letras b) y c) y 33 de la Ley N° 19.496,

porque la infracción a estos preceptos está íntimamente relacionada con la infracción al artículo 3 letra b) que se tuvo por establecida en el fallo, al formar parte de la integración publicitaria, por lo que al tener por configurada ésta debió ocurrir lo mismo respecto de aquella, al inducirse a error o engaño a los consumidores sobre las características relevantes del producto.

En segundo término, se acusa la infracción a los artículos 3 letra e) en relación a los artículos 51 N° 2, 50 inciso final, 53 A y 53 C letras c) y d) de la Ley N° 19.496, porque estableciéndose la infracción, debió disponerse la indemnización a todos los consumidores que se encuentran en la misma hipótesis infraccional y no sólo a aquellos que reclamaron ante el Sernac.

En tercer lugar, reclama por la vulneración del artículo 54 de la Ley N° 19.496, al no pronunciarse el fallo sobre el efecto erga omnes y limitar la indemnización a un número reducido de consumidores. Igualmente se infringe dicho precepto por excluir de la indemnización a los consumidores que completaron los álbumes y canjearon su premio.

Finalmente, en cuarto lugar, denuncia la infracción del artículo 51, inciso 2°, de la Ley N° 19.496, por vulneración de la sana crítica, pues el fallo no funda el rechazo a la indemnización, ni el porqué se separa la infracción que tiene por acreditada del deber de indemnizar que trae aparejado. Asimismo, y en defecto de lo anterior, refiere que la sentencia se aparta del principio de no contradicción de la regla de la lógica, al sancionar en lo infraccional y absolver en lo indemnizatorio.

Al concluir, pide se anule parcialmente la sentencia recurrida y se dicte la de reemplazo que corresponda con arreglo a la ley.

Séptimo: Que el fallo de primer grado, en su considerando 30° señaló que *“son hechos de la causa por así encontrarse acreditados en el proceso resultado de la valoración efectuada por el tribunal con arreglo a las reglas de la*

sana crítica de los diversos medios probatorios aportados al juicio, los siguientes:

1.- Que de acuerdo a comunicación de 15 de diciembre de 2008 de FIFA (Federation Internationale de Football Association), Panini Group (Panini) obtuvo licencia para el uso exclusivo de la marca 2010 FIFA World Cup South África, lo que lo facultaba para la confección y distribución de la mascota del mundial de fútbol de 2010 así como del álbum oficial, stickers y otros, a nivel mundial;

2.- Que, durante el transcurso del mes de marzo del año 2010, Panini puso en conocimiento de la FIFA, mediante correos electrónicos, de los problemas de distribución en Chile y México de los stickers o láminas autoadhesivas de jugadores de fútbol, por existir restricciones legales. Así, en el caso de Chile y México, no se podría utilizar la versión internacional de su selección nacional, consistente en láminas de cromo autoadhesivas que muestran el busto de los jugadores, debiendo, en cambio, utilizarse un formato consistente en láminas de cartón no autoadhesivas, y de cuerpo completo, denominadas Pop Ups. Ello, atendida las restricciones legales existentes en ambos países. En el caso de Chile por existir derechos de parte de SALO respecto de las imágenes de los jugadores en ese formato, por convenio previo con el Sindicato de Futbolistas Profesionales de Chile;

3.- Que el álbum del Mundial de Sudáfrica 2010, está compuesto de 32 selecciones, entre ellas la selección Chilena. En dicho álbum se observa, entre las hojas 36 y 37, un tablero coleccionador, en que aparecen 17 recuadros, para ser completados con láminas pop up. Y luego, al finalizar el álbum, nuevamente aparecen 17 recuadros para llenar con láminas pop up de la selección Chilena.

Este álbum, en su exterior, parte delantera, señala "SOUTH AFRICA 2010 FIFA WORLD CUP OFFICIAL LICENSED ATICKER ALBUM Manufactures under licence by PANINI www.paninigroup.com/it/fifaworldcup";

4.- Que, el lanzamiento del referido álbum, fue publicitado en distintos medios de prensa. Así, por ejemplo, en el Noticiero de 20 de abril de 2010 de Chilevisión Noticias, en que se da cuenta que las láminas relativas a la Selección Chilena vienen en un formato especial, lo que explica el señor Rodrigo Insunza, Gerente General a esa fecha de Panini. Luego, el mismo día, en CNN Chile, la periodista Constanza Abud, da cuenta de la especial presentación de la selección Chilena, mediante formato denominado Pop Up. Igualmente se explica esta situación en nota periodística de UCV Televisión.

En tanto, en nota posterior, de 15 de mayo de 2010 de CNN Chile, se informa que algunos consumidores que adquirieron el álbum se encuentran molestos por cuanto la selección Chilena no tiene el mismo formato que las demás selecciones, aclarando el Presidente del Sindicato de Futbolistas de esa fecha, que ello se debía a existir un contrato previo con SALO;

5.- Que, en la página web de Panini, se promocionaba el álbum FIFA Sudáfrica 2010, indicándose que 'Las imágenes de Chile viene en el formato POP UP para que colecciones y juegues con tus amigos. Puedes coleccionar las imágenes POP UP en el tablero coleccionador';

6.- Que, luego del lanzamiento del referido álbum, se emitieron diversas notas periodísticas dando cuenta del malestar o desilusión de los consumidores ante el hecho de no poder obtener láminas de la selección chilena en iguales condiciones que las de los restantes equipos presentes en el mundial. Así, en notas de 13 de mayo de 2010, de Canal 13 y TVN, se da cuenta de estos hechos. Luego, el 14 de mayo de 2010, de TVN, la periodista Scarleth Cárdenas informa a los televidentes que el álbum es imposible de completar y

luego entrevista al Director Subrogante del Sernac quien explica las acciones a seguir por quienes se sientan defraudados. Esta información motivó posteriormente una discusión por parte del Director de Prensa de TVN a Panini S.A. En el mismo día, se emiten dos notas periodísticas, en Canal 13 y Megavisión, dando cuenta de los mismos antecedentes;

7.- Que, por estos hechos, 526 personas presentaron reclamos ante SERNAC;

8.- Que, no obstante ello, diversos coleccionistas completaron el álbum (1832 consumidores) y canjearon su premio por 'álbum completo' consistente en unas canilleras o una pelota colección Adidas, para posteriormente participar en el sorteo de los premios, correspondientes a 1 LCD Sony Bravia 32 pulgadas, 1 automóvil Kia Morning 0 Kilómetros, 1 cámara Sony Cyber Shot y 2 Playstation 3 Sony'.

Octavo: Que en relación a la primera infracción que se imputó a Panini Chile S.A. del artículo 33 letra b) de la Ley N° 19.496, por vulnerarse el derecho a una información veraz y oportuna, puesto que *"no dispuso en tiempo y forma, información alguna, relevante y no menor, para la adquisición tanto del álbum como de las láminas del mismo, que permitiese a los consumidores tomar conocimiento previo y oportuno respecto de una característica relevante del álbum South África 2010, cual es, que todos aquellos que fueron incentivados a adquirir tanto aquel como los sobres que contienen las láminas, no tendrían ni tendrán, al menos a la fecha de esta presentación, los stickers o láminas de la selección chilena, en igual calidad, finalidad y condición que respecto de las otras selecciones o países"*, en el considerando 33° del fallo de primer grado se señala que *"no hay discusión entre las partes, que en Chile, el álbum fue distribuido y comercializado en su formato original, con la salvedad de presentar inserto al centro del mismo, una hoja de mayor grosor, denominada tablero*

coleccionador, en donde se podían insertar las láminas en formato pop up, para cuyos efectos cada recuadro presentaba dos cortes, uno en la parte superior izquierda y otro en la parte inferior derecha (mirados de frente), las que también podían ser pegadas en las páginas 68 y 69, reservadas para la Selección Chilena.

También es un hecho no discutido, que las láminas relativas a la selección Chilena, no fueron comercializadas en Chile y México en el formato que se utilizó a nivel mundial, esto es, de cromos, autoadhesivos y mostrando una imagen correspondiente al busto del seleccionado nacional. En cambio, para poder llenar los espacios del denominado tablero coleccionador o las páginas 68 y 69 del álbum, se dispuso, a través de acuerdo con el Sindicato de Futbolistas y previa aprobación de la FIFA, la utilización de láminas de cartón, no autoadhesivos, en donde aparece la figura completa del jugador. Ello, por cuanto existían derechos de terceros -SALO-, respecto de estas imágenes.

Luego, lo que corresponde determinar es si efectivamente, como indica SERNAC, se vulneró el derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes ofrecidos.

Que, a este respecto y tomando en consideración las alegaciones y defensas de la demandada, si bien es cierto ... Panini, por medio de su representante, el señor Insunza, informó a través de los medios de comunicación social que las imágenes de los jugadores de la selección nacional de fútbol vendría en un formato especial, no se indicó que ello se debía a que existían contratos vigentes respecto del uso de la imagen de los jugadores, que impedía que las láminas relativas a la selección chilena fuesen comercializadas en el mismo formato que las de los restantes países.

Que, por otra parte, dicha difusión se efectuó al momento del lanzamiento del álbum, durante el mes de abril de 2010, la que a juicio de esta

magistrado y revisados los CD de imagen y audio así como los recortes de prensa acompañados por las partes, resulta absolutamente insuficiente para pretender que la totalidad de los consumidores interesados en adquirir el álbum hayan tomado conocimiento de este hecho particular que se suscitaba precisamente respecto de la selección nacional de Chile y no de otro país, más aún considerando que de acuerdo a información proporcionada por Panini, se vendieron en Chile 165.820 álbum.

Luego, y pese a lo publicitado en la página web de Panini, en cuanto a que respecto de la selección nacional (de Chile) se utilizaría el formato Pop Up, lo cierto es que la gran mayoría de las personas adquiere este tipo de productos en kioscos y almacenes, debiendo haberse contenido dicha información en la portada del álbum para los efectos de asegurar su pleno conocimiento a los consumidores -lo que no ocurrió-, ello por cuanto si bien el afiche publicitario indica 'Encuentra tus pop up de la selección chilena', ello da a entender que respecto de dicha selección se presenta un formato adicional y en ningún caso sustitutivo de las láminas autoadhesivas.

Que, de este modo, y apreciando la prueba de acuerdo a las reglas de la sana crítica, entiende esta magistrada que la información proporcionado por PANINI no fue veraz en cuanto a las características de las láminas relativas a la selección Chilena, por cuanto si bien se indicó en algunos medios de prensa (escritos y audiovisuales) que la selección de nuestro país sería coleccionable en un formato especial, lo cierto es que no precisó de manera de no inducir a error que dicho formato, denominado Pop Up, reemplazaría al formato tradicional de láminas autoadhesivas de las restantes selecciones y los motivos de ello, lo que sólo se dio a conocer una vez que empezaron a realizarse los primeros reclamos por parte de los consumidores, considerando, además, que no solo la calidad de la lámina era distinta, sino también la presentación del

jugador, motivos por los cuales se tiene por acreditada la infracción al artículo 3 letra b) de la Ley N° 19.496.”

En lo que respecta a la segunda infracción imputada por Sernac a Panini Chile S.A., relativa los artículos 28 letras b) y c) y 33 de la Ley N° 19.496, dado que ésta no podía *“menos que saber que el bien puesto al mercado, álbum, no es idóneo para los fines que debería haber pretendido satisfacer, es decir, se obtuviere y se tuviera la posibilidad de tener a todos los integrantes de los países participantes y no sólo y hacer excepción, con el propio país en el cual se distribuye, vende y motiva a adquirir”*, en el considerando 34° del fallo se indicó que *“Panini Group obtuvo los derechos para comercializar el álbum oficial del Mundial de Fútbol de Sudáfrica 2010 a nivel internacional, existiendo problemas relativos a la utilización de la imagen de los jugadores de fútbol de la selección nacional de Chile sólo en dos países, a saber, Chile y México, habiéndose obtenido como solución para la distribución de sus imágenes un convenio con el Sindicato de Futbolistas, lo que autorizaba la utilización de sus imágenes de cuerpo entero y en un formato pop up, y no mediante láminas autoadhesivas por existir derechos en favor de terceros sobre las mismas, como tantas veces se ha señalado.*

Que, producto de ello, y para poder comercializar un álbum que incluyera todas las selecciones, Panini ideó este formato de láminas de la selección Nacional de Chile, discrepando esta magistrado de lo aseverado por SERNAC en cuanto haber puesto en el mercado un producto que no cumple con su finalidad, sabiendo o debiendo saberlo, por cuanto el álbum sí era susceptible de ser completado, con la modalidad antes referida. Tanto es así, que quienes completaron el álbum (1832 consumidores), concurren a los establecimientos dispuestos al efecto, a canjear sus premios y participar en los sorteos respectivos.

Que, por consiguiente, se descarta la infracción a los artículos 28 letras b) y c) y 33 de la Ley N° 19.496, agregando que este último precepto legal no resulta atingente a la conducta reprochada, atendido su claro tenor literal”.

Noveno: *Que, por su parte, el fallo de segunda instancia, en su basamento 2°, en lo referente a las infracciones que tuvo por establecidas el a quo refirió que “de la prueba aportada al juicio, relacionada en el fallo de primer grado y que ha sido legalmente apreciada, resulta claro que la denunciada omitió entregar al público oportunamente - en forma previa y coetánea a la venta - la información acerca de características relevantes del producto ofrecido; en este caso, acerca del modo en que debería completarse el álbum oficial del Mundial de Fútbol de Sudáfrica sacado al mercado, pues en éste se presentaba a los jugadores de la selección nacional de fútbol en formato pop up, pero además las figuras de los jugadores aparecían impresas bajo la fórmula tradicional de láminas autoadhesivas (como es lo corriente y tradicional en esta clase de actividades), situación que explicablemente podía inducir a error a los consumidores puesto que este último formato no sería comercializado. Así, en el hecho, el álbum de marras se presentó con doble espacio dedicado a la selección nacional de fútbol, una de las cuales era imposible de completar, hecho que no fue cabalmente informado a los consumidores por la empresa denunciada.*

Asimismo, tampoco informó en forma clara y completa respecto de la promoción relacionada con las 50 últimas láminas, acerca de la cual la oferta no precisa el plazo de duración de la oferta, limitándose a incluir la insuficiente y conocida frase ‘hasta agotar stock’, misma por la cual han sido sancionados un sinnúmero de establecimientos de comercio.”

En lo atingente a la demanda civil deducida, en el motivo 3° señaló que “la sentencia del grado la ha acogido estimando para ello como consumidores

afectados a todos los que completaron el denominado 'Formulario de Atención de Público' de Sernac, considerando éstos como reclamos, lo cual no es efectivo, como puede constatarse de su simple lectura, pues muchos de ellos sólo contienen preguntas o afirmaciones de orden general.

Por otra parte, tampoco existe prueba bastante en la causa acerca de la existencia de vínculo contractual, esto es, de actos de consumo entre las personas que presentaron el ya expresado 'formulario' y la demandada, ni acerca de la existencia y naturaleza del eventual perjuicio que pudieron sufrir, siendo del todo insuficiente para acreditarlo la prueba rendida por la demandante, relacionada en los basamentos vigésimo y vigésimo primero del fallo en alzada."

Concluye, sobre la misma materia en el considerando 4° que: *"resulta que no obstante corresponderle hacerlo conforme dispone el artículo 1698 del Código Civil, la demandante no aportó la prueba necesaria que permitiese justificar su pretensión al tenor de lo expresado en el fundamento anterior, lo que conduce a desestimar la demanda civil intentada en esta causa"*.

Décimo: Que comenzando con el análisis de las infracciones que denuncia el recurso, en lo que respecta al artículo 28 en sus letras b) y c) de la Ley N° 19.496, como ha dicho antes esta Corte, *"las infracciones de las letras b) y c) del artículo 28 y del artículo 28 A de la Ley N° 19.496, no son sino manifestaciones especialmente regladas del incumplimiento de un proveedor de su obligación correlativa al derecho del consumidor a 'una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos' consagrado en el artículo 3 letra b) del mismo texto legal"* (SCS Rol N° 24.902-14 de 4 de enero de 2016), por lo que, no resultaba procedente sancionar dos veces la misma conducta -la que se estimó constituía la infracción al artículo 3 letra b) en el

fallo-, primero subsumiéndola en la formulación general del deber de información del proveedor y luego en formulaciones particulares, sin perjuicio que respecto de esto último el recurrente pretende además que se sancione, siempre la misma conducta, bajo tres normas diversas, esto es, artículos 28 letra b), 28 letra c) y 33, con evidente violación del principio *non bis in ídem*, aplicable en la especie en cuanto las materias del orden sancionatorio contravencional se rigen por principios que tienen su origen en el Derecho Penal, lo que se justifica por tratarse de una manifestación del *ius puniendi* general, que es el ejercicio del poder de sancionar por parte del Estado, y este *ius puniendi* único justifica, entonces, la extrapolación de los principios que rigen en materia penal (v. SCS Rol N° 24.563-14 de 6 de julio de 2015 y Rol N° 24.902-14 de 4 de enero de 2016)

En lo que respecta a la falta de aplicación del artículo 33 de la Ley N° 19.496, no obstante haberse sancionado a la demandada por el artículo 3 letra b), amén de lo antes explicado, cabe agregar que aquel precepto dispone en su inciso primero que *“La información que se consigne en los productos, etiquetas, envases, empaques o en la publicidad y difusión de los bienes y servicios deberá ser susceptible de comprobación y no contendrá expresiones que induzcan a error o engaño al consumidor”* y, como bien señalan los sentenciadores al final del considerando 34° del fallo de primera instancia, *“no resulta atingente a la conducta reprochada, atendido su claro tenor literal”*.

Undécimo: Que en lo relativo a los artículos 3 letra e) en relación a los artículos 51 N° 2, 50 inciso final, 53 A y 53 C letras c) y d) de la Ley N° 19.496, su quebrantamiento se hace consistir en que, estableciéndose la infracción en la sentencia, debió disponerse la indemnización a todos los consumidores que se encuentran en la misma hipótesis infraccional y no sólo a aquellos que reclamaron ante el Sernac.

Como se advierte, el recurrente busca hacer extensiva la indemnización concedida por la sentencia de primer grado a todos los consumidores que se encuentren en igual situación, en circunstancias -cabe traer a colación lo razonado en el motivo 2° ut supra- que el fallo de alzada eliminó lo primero, incluso suprimiendo los párrafos 3° a 6° del considerando 38° del de primera instancia en que se determina el monto de la indemnización por consumidor, es decir, el daño causado a los consumidores, sean éstos los que llenaron los formularios u otros que posteriormente pudieran hacer valer iguales derechos conforme al procedimiento establecido en los artículos 54 y ss., daño que conforme al inciso final del artículo 50 corresponde acreditar al demandante, en este caso, al Sernac.

De ese modo, la infracción denunciada carece de influencia sustancial en lo dispositivo del fallo, pues el arbitrio busca hacer partícipes a terceros de un derecho a obtener la indemnización por daños o perjuicios que no han sido establecidos en el fallo, omisión a la que debió abocarse el recurso en primer término acusando eventuales infracciones a normas reguladoras de la prueba u otras que fueran del caso, cuestión que respecto de este punto, no se ocupa el arbitrio.

Duodécimo: Que en lo referido a la vulneración del artículo 54 de la Ley N° 19.496, al no pronunciarse el fallo sobre el efecto erga omnes, cabe remitirse para el rechazo de esta alegación a lo expresado en el motivo precedente.

En cuanto se funda la infracción del citado artículo 54 en haber limitado el fallo la indemnización a un número reducido de consumidores, de los que se excluyó a los consumidores que completaron los álbumes y canjearon su premio, sin perjuicio de reiterar lo discurrido en el basamento anterior, cabe insistir que el fallo de segundo grado eliminó los párrafos 6° y 7° del considerando 38° de la sentencia del a quo, por lo que la sentencia impugnada

no limitó la indemnización a un determinado grupo de consumidores, sino que derechamente no estableció que con ocasión de las infracciones administrativas constatadas se haya producido un daño a los consumidores que pueda ser indemnizado, sean estos los que llenaron el formulario ante el Sernac u otros que hayan adquirido el álbum, de modo que no puede entonces haberse cometido por la sentencia las infracciones que denuncia el recurso en esta parte.

Décimo tercero: Que, finalmente, se protesta por la infracción del artículo 51, inciso 2°, de la Ley N° 19.496, que dispone que *“Todas las pruebas que deban rendirse, se apreciarán conforme a las reglas de la sana crítica”*, atendido que el fallo no funda el rechazo a la indemnización, ni el porqué se separa la infracción que tiene por acreditada del deber de indemnizar que trae aparejado. Asimismo, y en defecto de lo anterior, refiere que la sentencia se aparta del principio de no contradicción de la regla de la lógica, al sancionar en lo infraccional y absolver en lo indemnizatorio.

La sana crítica comprende un conjunto limitado y bien definido de reglas que gobiernan imperativamente en el ámbito de la apreciación de la prueba para el consiguiente establecimiento de hechos, sin embargo, en el recurso no se aborda ninguna materia concerniente a ello, sino sólo se denuncia la falta de fundamentación del fallo en una materia específica -el rechazo de la indemnización-, así como la contradicción de decisiones de orden sustantivo -sanción en lo infraccional y desestimación de indemnización-, que nada dicen relación con la reglas que limitan las facultades de apreciación de la prueba por los jueces de la instancia.

Décimo cuarto: Que por las razones que se han venido exponiendo esta Corte concluye que no se han cometido las infracciones de derecho que se

denuncian en el arbitrio de casación, razón por la cual éste también debe ser rechazado.

Por estas consideraciones y de acuerdo, además, a lo dispuesto en los artículos 767 y siguientes del Código de Procedimiento Civil, **se rechazan** los recursos de casación en la forma y en el fondo deducidos en lo principal y primer otrosí de fojas 906, respectivamente, por el Servicio Nacional del Consumidor contra la sentencia dictada por la Corte de Apelaciones de Santiago de veintisiete de febrero de dos mil quince, escrita a fojas 902 y ss.

Regístrese y devuélvase.

Redacción a cargo del Ministro Sr. Brito.

Rol N° 5017-15.

Pronunciado por la Segunda Sala integrada por los Ministros Sres. Carlos Künsemüller L., Haroldo Brito C., Lamberto Cisternas R., Jorge Dahm O., y el Abogado Integrante Sr. Jean Pierre Matus A. No firma el Abogado Integrante Sr. Matus, no obstante haber estado en la vista de la causa y acuerdo del fallo, por estar ausente.

Autorizada por el Ministro de Fe de esta Corte Suprema.

En Santiago, a dieciocho de abril de dos mil dieciséis, notifiqué en Secretaría por el Estado Diario la resolución precedente.