

## Corte Suprema, 27 de diciembre de 2016

*Servicio Nacional del Consumidor con A3D CHILE S.A.*

<b>Rol N°</b>	99.892-2016
<b>Recurso</b>	Queja
<b>Resultado</b>	Desestimado de plano
<b>Voces</b>	Publicidad engañosa, acción de interés colectivo o difuso, acción de interés general
<b>Normativa relevante</b>	Artículo 28 letras b) y c), artículo 58 letra g), todos de la Ley N°19.496

### Resumen

El Servicio Nacional del Consumidor (en adelante, "Sernac") interpuso una denuncia a nombre de los consumidores en contra de la empresa A3D CHILE S.A., ante el 1° Juzgado de Policía Local de Conchalí, por infracciones a los artículos 3 letra b), 28 letras b) y c), 33, 29 y 32, todos de la Ley N° 19.496, la cual es respondida por la empresa negando dichas infracciones y solicitando que se declare la incompetencia absoluta del tribunal por considerar que las acciones de interés colectivo o difuso no corresponden a la competencia de los juzgados de policía local. El juzgado rechaza la excepción de incompetencia y acoge la denuncia en todas sus partes, condenando a la denunciada a pagar una multa.

Posteriormente, la empresa denunciada interpone recurso de apelación en contra la sentencia de policía local y la Corte de Apelaciones de Santiago, a pesar de que confirma el rechazo a la excepción de incompetencia absoluta y las infracciones a los artículos 29 y 32, revoca la sentencia en cuanto a las infracciones a los artículos 3 letra b), 28 letras b) y c), y 33.

Ante la decisión de la Corte de Apelaciones, el SERNAC interpone recurso de queja, el cual es desestimado de plano.

### Hechos

De la sentencia de Corte de Apelaciones, se desprenden los siguientes hechos:

La denunciada lanzó un producto correspondiente a los famosos Aikido Food Pads, esto es, parches desintoxicantes.

#### "DÉCIMO:

- a) La información básica comercial del producto de procedencia extranjera lo ha sido en el idioma inglés.
- b) El etiquetado refiere un registro que no existe en el Instituto de Salud Pública.
- c) La publicidad del producto alude a propiedades terapéuticas, sin embargo no tiene registro farmacéutico sino que cosmético.
- d) La información proporcionada no es susceptible de comprobación."

### Cuestión jurídica

Sin perjuicio de que la sentencia de la Corte Suprema desestima de plano el recurso de queja, la sentencia de la Corte de Apelaciones de Santiago discute dos aspectos jurídicamente relevantes para la Ley N°19.496.

En primer lugar, si la acción interpuesta por el SERNAC es efectivamente una acción de interés colectivo o difuso que solo puede ser conocida por la justicia ordinaria o es una acción que se enfrasca dentro de la competencia de los juzgados de policía local en virtud de lo dispuesto en el artículo 58 letra g) de la Ley N°19.496.

En segundo lugar, determinar si la publicidad del producto cosmético efectivamente indujo a error o engaño a los consumidores en cuanto a la falta de información entregada por el distribuidor a estos.

### Decisión

La decisión de la Corte Suprema fue la siguiente:

“3° Que, el recurso deducido omite señalar en forma precisa las faltas o abusos en que habrían incurrido los recurridos al momento de rechazar la excepción y de analizar el fondo de la cuestión, ya que al efecto no basta la mera afirmación de haberse omitido la correcta valoración de los antecedentes del proceso, desprovista del análisis de los elementos no apreciados y los presupuestos fácticos y jurídicos que, siendo pertinentes, no fueron establecidos a causa de ello. Todo lo anterior amerita el rechazo en cuenta del arbitrio en estudio.”

La decisión de la Corte de Apelaciones fue la siguiente:

“**SÉPTIMO:** Que, por otra parte, ha de considerarse que el objetivo principal de las acciones de “interés colectivo o difuso”, resulta ser la indemnización de los perjuicios sufridos por los consumidores afectados o la declaración de nulidad de cláusulas abusivas. En las acciones que contempla el artículo 58 letra g), cuyo único legitimado activo es el SERNAC, el objeto es siempre la sanción del proveedor que con su conducta ha infringido normas de la Ley N 19.496.

**OCTAVO:** Que, en consecuencia, el SERNAC está legalmente habilitado para denunciar, al amparo de la letra g) del artículo 58 de la Ley N 19.496, los incumplimientos de la misma ley ante los Juzgados de Policía a Local y de hacerse parte en las causas respectivas, en protección de los derechos de los consumidores.

**DÉCIMO SEGUNDO:** Que, de las normas denunciadas, esta Corte comparte la decisión del juez a quo respecto de las infracciones previstas en: a) el artículo 3 letra b), en tanto el producto tiene registro cosmético, no obstante alguna de las propiedades que se publicitan son de carácter terapéuticas ; b) el artículo 32 inciso primero de la Ley N 19.496, en tanto que la información básica del producto relativa a los ingredientes o composición debe serlo en idioma castellano, lo que no ocurría al momento del Informe Técnico de marzo de 2011 ( fojas 2); y b) al artículo 29 de la ley citada, ante la inconsistencia detectada por el Servicio en el número de registro sanitario del envase.

**DÉCIMO TERCERO:** Que, ahora bien, en cuanto al artículo 28 letra b) y c) no existen antecedentes en orden a establecer que en la publicidad del producto de la denunciada ha inducido a los consumidores a error o engaño. En efecto, la prueba aportada, documental, no da razón de ello, más aún según documento del Sernac (fojas 3) el producto no presenta reclamos asociados a su base de datos. En relación al artículo 33, fundada en la circunstancia que el recurrente "no hace entrega de información comprobable por parte de los consumidores", atiende a una conducta distinta a la que se ha abocado el Sernac, cual es la publicidad.

**DÉCIMO CUARTO:** Que en consecuencia se impone a la denunciada la sanción de 10 UTM por cada una de las infracciones cometidas- art. 29 y 32 de la Ley 19.468 -, y que motivaron la denuncia del Servicio Nacional del Consumidor”.

## Comentario

A pesar de que, como mencioné, la sentencia de la Corte Suprema se limita a desestimar de plano el recurso de queja, la sentencia de la Corte de Apelaciones de Santiago plantea dos discusiones particularmente interesantes.

Con respecto a la primera cuestión jurídica, estoy de acuerdo con los argumentos esgrimidos por la Corte para rechazar la excepción de incompetencia absoluta. La denunciada realiza una interpretación sumamente restrictiva de los tipos de intereses tutelados por la Ley N° 19.496 en el sentido de considerar que la acción interpuesta por el SERNAC es una acción de interés colectivo o difuso por el solo hecho de no ser una de interés individual. Sin embargo, como razona la Corte y cómo ya ha quedado cimentado en la jurisprudencia administrativa del propio SERNAC, particularmente en la Resolución Exenta N° 00932 del 22 de noviembre de 2019, junto con el interés individual, colectivo y difuso, el artículo 58 inciso 2 letra g) contempla un cuarto tipo de interés, a saber, el interés general de los consumidores, la cual es una acción distinta a la que señala la denunciada. Por ello, esta acción sin lugar a dudas recae en la competencia del Juzgado de Policía Local, pues el artículo 58 inciso 2 letra g) menciona que la intervención del SERNAC será "según los procedimientos que fijan las normas generales o los que se señalan en leyes especiales" y, en los títulos primero y segundo del título IV de esta ley que regulan las "Normas Generales", se encuentra el "Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local".

No obstante, a pesar de lo señalado anteriormente, la problemática principal que afecta a esta cuarta acción es que la propia jurisprudencia de la Corte Suprema, en diversas ocasiones, como, por ejemplo, en la causa Rol N° 68.769-2016, ha afirmado que únicamente existen tres acciones, la de interés individual, colectivo y difuso, negando la procedencia de esta acción que el SERNAC utiliza regularmente.<sup>1</sup> Sin embargo, esto no ha supuesto un problema en el ejercicio de esta acción debido a que, en contradicción con lo dicho por la Corte Suprema, las Cortes de Apelaciones ha cimentado una jurisprudencia sumamente abrumadora en favor de la procedencia de esta acción mediante sus fallos, los cuales, en la gran mayoría de los casos, como en la sentencia objeto de esta ficha, no son revocados por la Corte Suprema a pesar de tener una postura claramente contradictoria, toda vez que la única vía procesal que tiene el litigante vencido para lograr aquello es mediante el recurso de queja, el cual, por su naturaleza sumamente excepcional, no suele ser acogido con mucha frecuencia.

En otro orden de ideas, es también importante resaltar que, junto con reconocer correctamente que la acción interpuesta por el SERNAC no es de interés colectivo o difuso, la sentencia aporta un criterio casuístico bastante relevante para reconocer o distinguir dichas acciones de la de interés general, a saber, el hecho de que las acciones de interés colectivo o difuso involucran una forma de resarcimiento de daños a los consumidores en la forma de una indemnización de perjuicios, mientras que esta acción tenía un fundamento únicamente sancionatorio con respecto a la denunciada.

Con respecto a la segunda cuestión jurídica, y sin perjuicio de que no se tiene acceso al expediente de JPL en donde consta toda la prueba documental, incluyendo la publicidad en cuestión, la Corte de Apelaciones basa su decisión principalmente en la falta de prueba aportada por la denunciante. En efecto, teniendo en cuenta los hechos asentados, no se puede llegar a la conclusión de que se infringieron las letras b) y c) del artículo 28, pues se está cuestionando, principalmente, que la información señalada por este producto no está comprobada y que

---

<sup>1</sup>De la Maza, Iñigo y Ojeda, Hugo. El interés general de los consumidores y su tutela en las decisiones de los tribunales superiores de justicia. Rev. derecho (Concepc.) [online]. 2017, vol.85, n.242, pp.105-140. Disponible en: <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-591X2017000200105>

realmente es un producto cosmético y no farmacéutico, las cuales no son razones suficientes para catalogar a la publicidad de engañosa. Que un producto sea “cosmético” no quiere decir que no tenga ninguna propiedad útil para el fin discutido, pues los cosméticos también pueden tener propiedades curativas más allá de la mera estética, lo cual no es per se engaño al consumidor. Adicionalmente, tal como razona la Corte, que la información no está comprobada corresponde, quizás, a otra infracción y no a publicidad engañosa, toda vez que el caso no da ningún indicio de que la publicidad precisamente haya señalado que toda la información ahí contenida se encuentra debidamente comprobada por este tipo de fuentes o registros oficiales.