



SESIÓN 5ª, ORDINARIA, DE LA COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA SOBRE UN EVENTUAL CONTRABANDO DE PARTE DE LA EMPRESA LA POLAR (CEI 15), AL PERÍODO LEGISLATIVO 2022-2026, CELEBRADA EN MARTES 30 DE MAYO DE 2023. SE ABRE A LAS 08:55 HORAS.

SUMARIO.

La sesión tiene por objeto escuchar la exposición de las siguientes autoridades, en el contexto del mandato de esta Comisión:

- Para tales efectos se escuchará la opinión de la Directora de la Asociación Internacional de Marcas para Latinoamérica y el Caribe, INTA, señora Carolina Belmar, quien concurre junto a su asesora de comunicaciones, señora Irina Toro.
- Presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios, ODECU, señor Stefan Larenas, quien concurre junto a los representantes de la Organización, señor Carlos Fernández y señora Martina Núñez.

ASISTENCIA.

Preside su titular el diputado señor Daniel Manouchehri.

Asisten de manera presencial, las diputadas señoras Sara Concha y Flor Weisse, y los diputados señores Rubén Oyarzún. Telemáticamente asistieron las y los diputados señores Boris Barrera, María Francisca Bello, Catalina Del Real, Joaquín Lavín y Christian Matheson.

Actúan como Abogado Secretario de la Comisión el señor Álvaro Halabi Diuana, como Abogada Ayudante la señora Carolina Salas Prüssing y, como secretaria ejecutiva, la señorita Luz Barrientos Rivadeneira.

Concurren como invitados la Directora de la Asociación Internacional de Marcas para Latinoamérica y el Caribe, INTA, señora Carolina Belmar, quien concurre junto a su asesora de comunicaciones, señora Irina Toro, y el Presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios, ODECU, señor Stefan Larenas, quien concurre junto a los representantes de la Organización, señor Carlos Fernández y señora Martina Núñez.

ORDEN DEL DÍA.

La sesión tiene por objeto escuchar la exposición de las siguientes autoridades, en el contexto del mandato de esta Comisión:

La Directora de la Asociación Internacional de Marcas para Latinoamérica y el Caribe, INTA, señora Carolina Belmar, quien concurre junto a su asesora de comunicaciones, señora Irina Toro.

El Presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios, ODECU, señor Stefan Larenas, quien concurre junto a los representantes de la Organización, señor Carlos Fernández y señora Martina Núñez.

Habiéndose cumplido el objeto de la sesión, se levanta a las **9:54** horas.

La exposición de los invitados y el debate habido en la sesión de la Comisión y demás antecedentes de la misma, se encuentran disponibles en el [registro audiovisual](#) de esta sesión.

El debate habido en esta sesión queda registrado en un archivo de audio digital, conforme a lo dispuesto en el artículo 256 del Reglamento. Asimismo, se adjunta la versión taquigráfica de esta sesión.

ÁLVARO HALABI DIUANA
Secretario Abogado de la Comisión

VERSIÓN TAQUIGRÁFICA

**COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA ENCARGADA DE FISCALIZAR LOS
ACTOS DE GOBIERNO RELACIONADOS CON LAS OPERACIONES DE LA
SOCIEDAD ANÓNIMA CHILENA LA POLAR S.A.**

SESIÓN EN FORMATO MIXTO:

(Presencial y vía telemática)

Sesión 5ª, celebrada en martes 30 de mayo de 2023,
de 08:55 a 09:54 horas.

Preside el diputado señor Daniel Manouchehri.

Asisten las diputadas señoras María Francisca Bello, Sara Concha, Catalina del Real, Camila Musante y Flor Weisse, y los diputados señores Boris Barrera, Joaquín Lavín, Christian Matheson y Rubén Oyarzo.

Concurren, en calidad de invitados, la directora de la

Asociación Internacional de Marcas para América Latina y el Caribe (INTA), señora Carolina Belmar, junto con su asesora de comunicaciones, señora Irina Toro, y el presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios (Odecu), señor Stefan Larenas, quien asiste junto con los representantes de la organización, señor Carlos Fernández y señora Martina Núñez.

TEXTO DEL DEBATE

-Los puntos suspensivos entre corchetes [...] corresponden a interrupciones en la transmisión telemática.

El señor **MANOUCHEHRI** (Presidente).- En el nombre de Dios y de la Patria, se abre la sesión.

El señor Secretario dará lectura a la Cuenta.

El señor **HALABÍ** (Secretario).- Señor Presidente, no hay Cuenta.

El señor **MANOUCHEHRI** (Presidente).- Ofrezco la palabra sobre puntos varios.

Ofrezco la palabra.

Esta sesión tiene por objeto abocarse al mandato de esta comisión. Para tal efecto, se escuchará la opinión de la directora de la Asociación Internacional de Marcas para Latinoamérica y el Caribe (INTA), señora Carolina Belmar, quien concurre junto con la asesora de comunicaciones, señora Irina Toro, y el presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios (Odecu), señor Stefan Larenas, quien asiste también con los representantes de la organización, señor Carlos Fernández y señora Martina Núñez.

Tiene la palabra la señora Carolina Belmar.

La señora **BELMAR**, doña Carolina (directora de Asociación Internacional de Marcas para Latinoamérica y el Caribe).- Señor Presidente, miembros de la comisión investigadora del caso La Polar de la Cámara de Diputados de Chile, para nosotros es un honor, en representación de la Asociación Internacional de Marcas -INTA, por sus siglas en inglés-, estar hoy con ustedes y compartirles nuestra visión respecto del fenómeno de la

falsificación, la piratería y lo que se denomina mercados grises o zonas grises respecto de la comercialización de productos protegidos por propiedad intelectual.

Mi nombre es Carolina Belmar, soy directora de la oficina de la INTA para Latinoamérica y el Caribe, ubicada en Santiago de Chile. Después les voy a comentar quiénes somos, para poder contextualizar nuestra labor y cómo es que hacemos un trabajo a nivel global en materia de protección de marcas y otros derechos de propiedad intelectual.

La INTA es una asociación que nace en 1878, por ende tenemos 145 años de existencia. Surge en Estados Unidos y actualmente es una asociación global.

Tenemos tres objetivos principales.

El primero dice relación -después se los voy a explicar en detalle- con hacer explícito frente a la comunidad cuál es el valor que tienen las marcas para la construcción de una mejor sociedad.

El segundo consiste en construir una mejor sociedad a través de las marcas, es decir, entendemos que el rol tradicional de las marcas respecto de informar la procedencia, que es un rol esencial y principal, no es suficiente y estamos muy comprometidos con la integración de la diversidad, el desarrollo de otros ámbitos y particularmente el de las minorías y también el medioambiente.

Finalmente, apoyamos naturalmente la evolución y la discusión permanente entre los expertos en propiedad intelectual.

Nuestra sede principal está en Nueva York y tenemos oficinas regionales en todos los continentes. Para América Latina y el Caribe, abrimos la oficina en Santiago de Chile en 2017. Tengo el honor de presidirla desde el año pasado y se encuentra también acompañándome nuestra asesora Irina Toro.

Tenemos aproximadamente 35.000 miembros, que pertenecen a un poco más de 6.400 organizaciones y estamos presentes en 185 países. En América Latina tenemos más de 2.800 miembros y precisamente esa diversidad y cobertura es la que da riqueza a nuestra toma de decisiones.

No me voy a referir a todas nuestras prioridades para

Latinoamérica, ya que nos encantaría escuchar de la comisión cuáles son los aspectos principales sobre los cuales quisiera tener mayor conocimiento y así poder aportar al debate, en la materia que hoy día nos ocupa: la lucha contra la falsificación y la piratería, que es una materia con la que nace la INTA y que constituye su preocupación general o global permanente.

La propiedad intelectual es una herramienta para el desarrollo de la industria y, especialmente, la industria que está basada en el conocimiento. En ese sentido, nuestra misión es que el valor agregado de bienes y servicios que generalmente no pudieran diferenciarse o no pudieran tener gran diferencia entre sí puedan tener un mayor valor agregado vía la propiedad intelectual. Una de ellas es la marca.

La marca, como les comentaba, tiene varias funciones, pero la función esencial es identificar cuál es la procedencia comercial del producto, porque para el consumidor esta es una información relevante y, a partir de ello, es que él sabe que hay un responsable que debiese hacerse cargo de la promesa de valor que ofrece ese producto, que puede referirse a características relativas a la calidad, cantidad u otro, incluso el precio. Por eso es que en esta función principal y objetiva es superimportante que la marca efectivamente sea utilizada por quien es el titular.

También tiene otras funciones, pero este diría que es la función esencial y básica de la misma. Entonces, las marcas sirven al consumidor, pues le otorgan información muy relevante de cara al acto de consumo, de adquisición de bienes y contratación de servicios que realizamos todos cotidianamente.

Por eso, cuando se falsifica una marca y el consumidor no sabe que está comprando un producto que es falsificado, quien se ve afectado por la mala experiencia no solamente es el consumidor, que es el principal y directamente afectado, sino también el titular de la marca. El consumidor dirá que "este producto es de mala calidad", y va a afectar precisamente la inversión importante que hacen las marcas en posicionarse y destacar cuáles son sus características que les diferencian de sus competidores. Entonces, en un mundo globalizado y altamente

competitivo, las marcas ayudan a los consumidores a efectuar una mejor toma de decisiones.

¿Cuál es la contribución de las marcas? Las marcas nos proporcionan no solo esta información relevante para el consumidor, sino que las empresas, que son intensivas en el uso de marcas, contribuyen en forma decisiva en el Producto Interno Bruto.

Este estudio fue encargado por la INTA a un centro de investigación en economía argentino y contempló diez países de la región latinoamericana. Dicho estudio se llevó a cabo por primera vez en 2017 y se repitió en 2019. Los resultados fueron arrojados ese año y coincidió con la pandemia, por lo cual la difusión del mismo fue más limitada.

Sin embargo, lo interesante es que contribuimos en forma relevante tanto a la importación como a la exportación, representando el 21 por ciento promedio del PIB. En el caso de Chile, esos resultados son más altos y representan el 18 por ciento de la fuerza laboral. Queremos destacar aquello porque involucra al empleo formal, y no de cualquier tipo, sino de calidad. Los sueldos que reciben los trabajadores de las empresas, que son intensivas en marca, son sustantivamente más altos que los que perciben los empleados que realizan las mismas labores en empresas que no son intensivas en el uso de marcas, es decir, que no utilizan la marca como un instrumento de posicionamiento y valor en sus mercados.

En el caso de Chile, esas cifras son incluso más altas, porque nuestro mercado es un poco más intensivo.

En cuanto a la falsificación, queremos destacar que el estudio más reciente que está disponible sobre esta materia es de la OCDE, de 2019. Básicamente, dicho estudio reitera ciertos elementos que ya nuestra asociación había detectado, pero, lo interesante es que se hizo con una metodología, y por una institución altamente reconocida, de la cual Chile es miembro.

Este fenómeno de la falsificación es global, es decir, es un problema que no solo afecta a Chile, y requiere soluciones armonizadas y coordinadas entre los diversos países. Como digo, es un fenómeno transfronterizo y, especialmente por la

pandemia, en vez de disminuir, aumentó a través del e-commerce, lo que representa nuevos desafíos para los órganos encargados de fiscalizar el control, tanto en fronteras como en el mercado interior. Me refiero, principalmente, a Aduanas en la frontera, pero, ya en el mercado interior o en el territorio nacional, los encargados de fiscalizar son la Policía de Investigaciones, Carabineros de Chile y las fiscalías.

Asimismo, es un fenómeno altamente evolutivo, pues todos los días cambian las formas de realizar este negocio y, permanentemente, los mecanismos de control, ya sea a través de leyes o regulaciones gubernamentales, pero también a través de las medidas prácticas que toman los titulares de marca, siempre están siendo superados por el esfuerzo y creatividad que tiene esta industria.

Finalmente, la falsificación está asociada a otros delitos.

Entonces, este problema es grave, y si ustedes observan, en la imagen pueden ver menciones respecto la cantidad de los productos. Cada año, este negocio mueve entre 1,7 y 4,5 billones de dólares, lo que representa, en cuanto a falsificación, la décima parte; es equivalente a lo que produce la mayor economía del mundo. Por lo tanto, está por encima del PIB de Canadá y, posiblemente, de Alemania.

A su vez, esta práctica es responsable de la pérdida de 2,5 millones de puestos de trabajo, porque, en la medida en que las empresas dejan de vender y de que su reputación se vea afectada, su crecimiento decrece y no es el esperado. Por lo tanto, impacta en el resto. Así es como la falsificación pone en riesgo las economías que se basan en el conocimiento y en la innovación, especialmente en las abiertas y globalizadas, como la chilena.

Este tráfico es un fenómeno dinámico y, como les dije, evoluciona. Por lo tanto, permanentemente requiere ser revisado, tanto en cuanto a las regulaciones que existen a nivel local, como a la coordinación interna y externa para la persecución de delitos que no solo afectan a los fabricantes, sino, muy especialmente, a los consumidores, y pacientes,

cuando hablamos de productos relacionados con medicamentos o dispositivos de salud, porque en muchos casos, cuando se falsifica, directamente se pone en riesgo la vida, la salud de las personas y la seguridad, especialmente cuando, por ejemplo, hablamos de falsificación de medicamentos, pero también, por ejemplo, cuando hablamos de partes y piezas de automóviles, de aviones o de juguetes destinados a niños, o de piezas de electrodomésticos.

Quienes están involucrados en la falsificación y la piratería eluden impuestos, porque, generalmente, hay concurrencia de más de un delito, y por eso Aduanas -podemos comentarlo más adelante- no solo se querrela por propiedad intelectual, sino, especialmente, por contrabando y delitos relacionados con impuestos. Asimismo, no cumplen normas ni estándares laborales ni de seguridad social, destruyen empleo, como les comenté, y empobrecen, finalmente, a nuestra sociedad. Desde la perspectiva de los fabricantes, representa una competencia desleal contra quienes invierten en mejorar e innovar constantemente y que contratan, formalmente, a su vez.

Este estudio de la OCDE señala, entre otras cosas -y tiene directa relación con los hallazgos-, que el 2,5 por ciento del comercio mundial, en 2019, fue con mercaderías falsificadas y pirateadas y, a consecuencia de la pandemia, simplemente cambió el objeto de falsificación, orientándose más bien a medicamentos y dispositivos médicos.

Diría que el comercio en línea nos debería llevar a que, a nivel local, se revisen las normativas y estándares para poder perseguir estos delitos.

Como ustedes pueden observar, la falsificación proyectada para el 2021 supera con creces el PIB esperado para nuestro país.

Principalmente, lo que lo que se falsificó -en la imagen se destaca- fueron relojes, medicinas, perfumes, partes y piezas de aviones y juguetes.

En cuanto a la falsificación -quisimos hacer un zum-, nos llamó la atención que en este estudio Chile es destacado en el noveno lugar como destino de juguetes falsificados, pero, si

ustedes observan, de acuerdo con las estadísticas elaboradas por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, en que participamos también, los juguetes están en el primer lugar, lo cual es coincidente con la estadística que levantó la OCDE; lo sigue el calzado y el vestuario, y en quinto lugar lo que tiene que ver con algunos de los objetos investigados por esta comisión.

Es relevante destacar que estas tendencias se mantienen, no cambian, sino que lo que entendemos, cuando este estudio se actualice, es que, probablemente, las cifras se incrementarán y el porcentaje será aún mayor.

¿Cómo aporta nuestra asociación en la lucha contra la falsificación y la piratería?

Por un lado, como asociación, que representa a más de 6.400 organizaciones, tenemos entre nuestros miembros a, prácticamente, todos los *retailers* grandes a nivel mundial, y fabricantes y tenemos también a todas las plataformas, a nivel global, por lo cual se produce un diálogo superinteresante entre partes, que, en principio, se entendería -hace algunos años fue así- que tenían intereses totalmente contrapuestos, pero que ahora se sientan a conversar en los comités que tenemos para luchar contra falsificaciones y la piratería, para escuchar cuáles son las preocupaciones que tiene, por un lado, la industria, para escuchar las preocupaciones que tienen los consumidores, en lo que también tiene interés la INTA como asociación global, y la posición de quienes hoy tienen la posición de *marketplaces*, entre los cuales, tal vez el más grande en América Latina es Mercado Libre. Hoy, dicha plataforma comercial es un ejemplo a nivel mundial respecto de las buenas prácticas que realiza para favorecer que nuevas pymes y empresas que se están iniciando se incorporen al comercio electrónico, respetando y conociendo la propiedad intelectual.

Por otra parte, siempre colaboramos en reforzar que el consumidor debe ser quien esté en el debate cuando hablamos de la protección de las marcas y por eso estamos colaborando a nivel global -se discute desde el año pasado en Estados Unidos-

en una modernización de sus normas, para garantizar la compra segura de productos en línea.

El año pasado también se promulgó en Suecia una ley que refuerza la protección del consumidor en todo lo que tiene que ver con el comercio electrónico.

El año pasado, la Unión Europea promulgó dos normas -las cuales comentaré más adelante-, que básicamente establecen un marco conceptual que deben implementar los países y que ya está en vigor a nivel comunitario europeo, con el fin de revisar y mejorar los estándares, precisamente, con miras a proteger tanto a los consumidores como a las empresas que utilizan el comercio electrónico para posicionar sus productos frente a las plataformas o *marketplaces* que tienen posiciones que, a veces, pueden considerarse abusivas.

Finalmente, realizamos estudios y encargamos informes -no los realiza la INTA- a expertos a nivel mundial en esta materia para sustentar nuestras propuestas.

Así, por ejemplo, como mencioné en el caso anterior, hicimos un informe sobre la contribución que tienen las marcas para la sociedad en 2019. No lo hizo la INTA, sino que se encargó a un centro de investigación en economía argentino de alto prestigio. Cada año realizamos estudios en distintas materias, conforme sea el mandato de nuestros miembros.

También, contamos con leyes y capítulos de propiedad intelectual modelo, que pueden servir como directrices para que los tomadores de decisiones y hacedores de políticas públicas puedan utilizarlas como insumos, si quisieran mejorar las regulaciones existentes.

En ese sentido, la riqueza de nuestra asociación es que representa intereses distintos, de distintas veredas, pero también representamos a todas las regiones del mundo y no solo el mundo desarrollado ni tampoco vemos todo como norte versus sur, sino que es un trabajo totalmente coordinado.

Por poner otro ejemplo, tenemos un modelo sobre cómo podrían ser los capítulos de propiedad intelectual de los tratados de libre comercio.

En materia de falsificación y piratería, sugerimos que los

activos que provengan de estos ilícitos sean confiscados; que se establezca, dada ciertas situaciones, excepciones al agotamiento internacional; el interés del consumidor en el centro, y que cuando el acusado sea inocente se garantice que pueda ser devuelto. Tal vez son aspectos muy jurídicos, pero tienen que ver precisamente con el trabajo que hace la Cámara de Diputados, que es regulatorio.

Respecto del caso La Polar, hemos sacado a nivel interno con nuestros miembros algunos comentarios y notas sobre esta materia.

Cabe señalar que hay varios elementos para tener en cuenta.

Primero, cuál es el rol que debe tener el titular de las marcas cuando se afectan estos derechos; segundo, destacar que carabineros ya decomisó productos. Esto partió en unas bodegas en Santiago y no en Aduanas. En forma paralela, dicha institución suspende de oficio el despacho de productos, y entiendo que ya ha hecho suspensión de cinco cargamentos. Asimismo, la empresa hace no mucho, si no me equivoco en marzo de este año, reconoce que algunos *containers* contenían algunas prendas falsificadas y se desiste de la demanda de competencia desleal que había presentado en contra de las marcas.

Como señalamos, se observa que puede haber concurrencia de varios delitos y no solo contra la propiedad intelectual. Obviamente, nos concentramos en lo que tiene que ver con propiedad intelectual, particularmente con la falsificación de marcas.

Desde la perspectiva de La Polar, este caso pone sobre la mesa el fenómeno de las importaciones paralelas, que tienen que ver con el régimen de agotamiento de los derechos de propiedad intelectual, en este caso de marcas, que establecen las legislaciones. En 2009, la legislación chilena estableció el agotamiento internacional de los derechos del titular de marca sobre sus productos.

Algunas regiones, como en el caso de la Comunidad Económica Europea, establecen el agotamiento regional y otras el agotamiento nacional. Eso tiene impacto en lo siguiente. Si hay un régimen de agotamiento internacional, cualquiera que

sea el lugar del mundo donde se compre un cargamento, si se compró en un comercio ya sea del titular o de un licenciatario autorizado, se extingue el derecho, por lo tanto el licenciatario del país de destino no tiene derecho a cobrar regalías o a acusar infracciones, porque el derecho se agotó.

Los países que tienen un agotamiento nacional, como en los casos de Estados Unidos y Japón, aunque yo compre en un comercio establecido en el exterior, si no he pagado la licencia, si no tengo la autorización del licenciatario o del fabricante local, puede ser un caso afecto a infracción. Por eso es relevante saber cuál es el sistema que tiene cada país. Como señalé, en Chile se optó por el agotamiento internacional. En este caso, es relevante analizar la perspectiva del consumidor cuando se prefiere un sistema u otro.

El año pasado participamos activamente en la discusión sobre el paquete normativo de la Unión Europea sobre los servicios digitales, que se tradujo a su vez en dos regulaciones: la ley sobre servicios digitales y la ley sobre mercados digitales. En ambos casos, como asociación, enviamos comentarios e hicimos propuestas, que son el resultado de la discusión entre nuestros miembros y representa la visión global de nuestra membresía. Básicamente, el foco está dado por cuál es la posición y cómo se protege tanto al consumidor como al fabricante y a los productores que utilizan las plataformas para comercializar sus productos.

En Chile, nuestros *retails* más grandes se han convertido a su vez en *marketplaces*, por lo tanto tienen un doble rol. No solo permiten la comercialización de distintas marcas en sus tiendas físicas, sino también sirven como espacio de comercialización de productos de forma similar a como se hace, por ejemplo, con Amazon o Mercado Libre.

Me referiré brevemente al caso La Polar y cuál ha sido el rol del titular, de los propietarios de marca.

En primer término, este es el primer caso de relevancia nacional en que se podría aplicar la reforma que el Congreso Nacional aprobó en 2021 y que entró en vigor en mayo de 2022, en que se agrava la sanción del delito de falsificación. Por

primera vez las personas podrían ser sancionadas con penas privativas de libertad, pues antes era un delito que solo estaba sujeto a multa. Por primera vez, también podría aplicarse la indemnización compensatoria, que podría llegar hasta aproximadamente 160.000 dólares; eventualmente ordenarse por el tribunal la destrucción de los objetos, y permitirse la distribución benéfica por parte del juez. Pero, todo esto requiere que el titular accione. Este es un elemento que lo hace complejo, porque para que el titular llegue a este punto debe comprar ejemplares falsificados, enviarlos a laboratorios y definir si es infractor o no para probar que es un producto falsificado y, por lo tanto, eso significa pagar pericias.

Además, cuando estamos hablando de falsificación o se decomisan productos dentro del territorio nacional, el titular generalmente debe hacerse cargo del almacenamiento y de la destrucción posterior de los productos, lo cual es complejo. O sea, no solo es caro, sino que también, cuando hablamos de productos dañinos para el medioambiente, deben respetar y cumplir con las normas sanitarias al respecto, lo que encarece aún más la destrucción. Entonces, todo eso hace que para el titular de marcas sea muy oneroso poder litigar.

Por eso, en muchos casos, probablemente cuando ustedes conversen con Aduanas, institución que hace un trabajo bien importante en frontera, se darán cuenta de que ellos paralizan, suspenden, pero luego el titular no persevera, no inicia la acción penal, por lo tanto deben liberar la mercadería. El titular no lo hace, porque tiene recursos limitados, no tiene recursos infinitos. Entonces, el fabricante es victimizado como tres veces, porque no solo lo falsifican y su reputación se destruye, sino que también debe gastar plata en comprar productos falsificados; demostrar con pericia y laboratorio que estos no cumplen con el estándar del propio titular, comparado con un producto original, y hacerse cargo del almacenamiento y que, ojalá, se destruyan los productos, en cuyo caso también debe hacerse cargo de costear la destrucción.

En cuanto a la suspensión de fronteras, Chile, gracias a la reforma que se implementó hace un par de años -me refiero a la

ley que regula las facultades del Servicio Nacional de Aduanas, ya tiene 10 días de suspensión de falsificación. A nivel internacional, el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA) propone extender ese plazo para alcanzar a preparar las acciones. Sobre todo cuando son marcas internacionales, la toma de decisiones no es tan rápida como se quisiera.

El Servicio Nacional de Aduanas cuenta con un sistema electrónico de notificación de la suspensión a los titulares, que hace expedito el tema y es ejemplar a nivel no solo regional, sino también internacional. Asimismo, el Servicio asume riesgos y presenta querellas, aun cuando no está facultado para hacerlo en materia de propiedad intelectual, sino que busca otros delitos concurrentes como el de contrabando. Por lo tanto, se preocupa de querellarse y también está presente en los pocos casos que llegan a juicio. Habitualmente, estos se resuelven por salidas alternativas, para pedir que se ordene la destrucción de los productos. De lo contrario, el Servicio Nacional de Aduanas se queda con sus bodegas llenas de productos falsificados, los cuales, si no se destruyen, no tiene cómo deshacerse de ellos.

Respecto del territorio nacional, tenemos la cuestión de la acción privada del titular. Si el titular no acciona, el Ministerio Público queda atado de manos, al igual como la Policía de Investigaciones y Carabineros, aunque sean casos flagrantes. Tanto Carabineros como la Policía de Investigaciones tienen áreas especializadas en propiedad intelectual, lo que demuestra que hay preocupación a nivel de quienes están a cargo del respeto y observancia de estos derechos. También, el Ministerio Público tiene una división encargada de delitos económicos a nivel central, donde se incorpora la propiedad intelectual.

En relación con las importaciones paralelas, solo para reforzar la idea que desarrollaba anteriormente, desde la perspectiva legal y de construcción que se ha hecho por nuestro país, se resolvió hace más de quince años que esto fuera agotamiento internacional. Esto tiene elementos positivos,

pero también algunos que pueden crear ciertos riesgos. Asimismo, lleva a la existencia de zonas grises, a mercados en que no es claro si se trata de productos que son adquiridos por medios legítimos, si son productos derechamente falsificados o que se mezclen unos y otros.

En ese sentido, proponemos que cada país sea libre de establecer el régimen de agotamiento que mejor se ajuste a sus políticas públicas, pero creemos que, aunque exista agotamiento internacional, debieran establecerse ciertas excepciones a este agotamiento. Por ejemplo, cuando existan diferencias sustanciales en la materialidad de los productos que han sido autorizados por la marca, es decir, en los casos en que es evidente que el producto no cumple ningún estándar ni aun de segunda calidad. Es curiosa esa denominación, porque las marcas, en general, no favorecen la distribución de productos que están bajo los estándares mínimos de calidad de su marca. Por lo tanto, es una materia en la que se podría seguir avanzando.

Para ir cerrando, nuestra experiencia a nivel internacional es que, para abordar este fenómeno, se requiere colaboración público-privada continua y en la que debiera haber permanente conversación. Creemos que esto existe en nuestro país, pero debería reforzarse.

En general, esta colaboración ha sido bien centrada o coordinada por la Cámara Nacional de Comercio, en que agradecemos ser parte invitada también, pero creemos que puede haber un rol mucho más fuerte y activo de todos los órganos del Estado.

También se requiere cooperación y coordinación transfronteriza, es decir, normas que estén armonizadas a nivel regional y global. Finalmente, que nuestras autoridades que están a cargo de la elaboración de las políticas públicas, a través de nuestras leyes, puedan ir revisando y revisitando conforme con los datos y resultados de las políticas que se promueven, pero también recogiendo las nuevas realidades.

Creemos que la piratería con el fenómeno de *e-commerce* solo se ha agravado. Va a seguir creciendo y se requiere que las

plataformas tengan una mejor regulación que proteja al consumidor y también a quienes, como pymes y empresas fabricantes, están obligadas a utilizar estos medios.

Para finalizar, podemos poner a su disposición algunas leyes modelos que establecen los estándares regulatorios sobre observancia y respeto de la propiedad intelectual, que es la forma en que colaboramos a nivel europeo, tanto a nivel regional como nacional, y también en otros países de la región en que este diálogo, como el que se ha tenido en la Cámara de Diputados, se realiza de manera continua.

Muchas gracias, y pido disculpas si me excedí en el tiempo.

El señor **MANOUCHEHRI** (Presidente).- Muchas gracias, señora Carolina Belmar.

Después abriremos un tiempo para formular preguntas a ambos invitados.

Tiene la palabra el señor Stefan Larenas.

El señor **LARENAS** (presidente de Organización de Consumidores y Usuarios).- Señor Presidente, muchas gracias por la invitación.

Como organización de consumidores, estamos sumamente preocupados por este tema, porque no solo ha sido un impacto público, sino que también ha traído otro tipo de situaciones que queremos mencionar, como ciertos vacíos legales y situaciones que se puedan producir a futuro.

A nosotros nos interesa fundamentalmente la forma de mirar hacia el futuro y cómo prevenir esto, porque lo que está hecho, hecho está.

Hoy, los tribunales tienen la palabra, el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) tiene la palabra y nosotros sabemos que ha habido situaciones con la falsificación de prendas en que se han culpado mutuamente. Por lo tanto, esos temas jurídicos los tiene que resolver el tribunal, más allá del momento en que han sucedido, sobre todo, cuando primero dicen que no y luego dicen que sí ante la Comisión para el Mercado Financiero (CMF). Entonces, frente a eso, el tribunal tiene que definir.

Fundamentalmente, nos interesa hablar de cuestiones a futuro

como, por ejemplo, los mecanismos preventivos que existen y que, incluso, están regulados por el Sernac, que son los programas de cumplimiento o *compliance*. Es decir, esto, que contempla la participación de terceros, es un proceso auditable y auditado para prevenir determinadas situaciones. En este caso, poniéndonos en la situación hipotética de si hubiera existido un buen plan de cumplimiento, seguramente podría haberse verificado, en la trazabilidad de los documentos, que garanticen la autenticidad de los productos. Se hubiesen prevenido los altercados entre los consumidores y las empresas dueñas de las marcas.

Lo primero es subrayar que nosotros pensamos que los programas de cumplimiento han cumplido. Hay algunas empresas que tienen en el corazón mismo de sus prestaciones los programas de cumplimiento, que siempre tienen que estar con un tercero que sea capaz de auditar para prevenir cualquier tipo de parcialidad. Este es un tema de transparencia proactiva, así lo hizo el Sernac, rescatando el artículo 33 de la ley del consumidor; ha trabajado por la vía reglamentaria.

Entonces, aquí nos encontramos con una cosa que a las señoras y señores legisladores les puede parecer importante. No tenemos un sistema de comprobabilidad que entreguen las empresas previo a que formen parte de este mercado de la información. ¿Qué quiere decir un registro de comprobabilidad? O sea, yo puedo decir cualquier cosa, puedo decir que los precios van a ser más baratos para siempre. Nunca voy a cambiar el precio, en toda la vida, en toda mi existencia. Parece absurdo ¿no? Absolutamente inviable. Pero esto existe: "Precios bajos siempre". Estoy poniendo el ejemplo que aparece todos los días. Y hay otros, que tienen que ver con la comprobabilidad de lo que yo estoy -la tienda en este caso- promoviendo. Quiero vender un blue jeans Levis, y quiero comprobar. Entonces, no hay aquí temas de segunda selección. Porque hay modelos de negocio que permiten este tipo de situaciones, lo cual tiene que ver con segunda selección y una política que hoy está comprobada que puede ser viable. El problema es cuando esto no se puede comprobar. Entonces, tenemos un problema que, incluso,

fue discusión en el decreto ley N°211, a propósito de la ley de la libre competencia donde está la figura penal.

Nosotros salimos del problema de la prevención. La prevención y el cumplimiento no se hicieron, esperamos que se pueda hacer. Lo mismo con la comprobabilidad. No hay un registro, pero se puede hacer.

Ahora, ¿qué ha pasado en este caso, y que puede pasar en otros casos, mientras no tengamos una fortaleza legislativa? Cuando se dictó la ley del consumidor, el delito de estafa desapareció. Entonces, para hacer el delito de estafa -porque aquí se está estafando no solamente la fe pública, sino también el bolsillo- hay que recurrir a lo penal, y con todo lo que eso significa. Entonces, ¿por qué no incorporar la figura de estafa en la ley del consumidor? Eso también ha sucedido en materia de usura.

Frente a estos casos de defraudaciones masivas a los consumidores, debería existir una responsabilidad penal del gerente de la empresa. No sé, eso perfectamente puede inspirarse en toda la discusión que ha habido sobre el decreto ley N°211 de la libre competencia.

Para concluir, tenemos el viejo problema que se presenta siempre cuando usted lleva la causa a un tribunal. Pero, ¿dónde está el documento que acredita que usted compró, en este caso, en La Polar? ¿Dónde está el documento que acredita que usted compró en la farmacia equis? Eso no tiene mucho sustento, parece ilógico. Entonces, muchos consumidores no tienen la boleta, dados los años transcurridos. Por eso, se debería otorgar facilidades a los consumidores defraudados, porque lo que hace el tribunal es aplicar la ley. De manera que, llegado el caso, ¿cómo comprueba el juez que usted compró? Con la boleta. Con ella define si hay vínculo contractual o no.

Con una de las empresas coludidas, la SCA, todavía estamos en el tema por la acreditación de la comprobación. O sea, nadie tiene la boleta de la compra del papel Confort de hace cinco o seis años, no tiene mucho sentido.

Hay muchos desafíos legislativos que yo los podría resumir en: un registro de comprobabilidad de las aseveraciones

públicas, una figura que contemple la arista penal en la ley del consumidor, que se extinguió, y pensar qué se puede hacer en las defraudaciones masivas con lo que se llama la boleta, los recibos, etcétera.

Frente a esto, eso es lo que nosotros teníamos que decir. Nos interesa mirar para el frente, mirar para adelante y ver, sobre todo, cómo funcionan en otras latitudes, y en Chile también, los programas de cumplimiento que, en definitiva, son un mecanismo preventivo efectivo.

Muchas gracias por escucharme.

El señor **MANOUCHEHRI** (Presidente).- Muchas gracias, Señor Larenas. Siempre será un agrado escuchar a los consumidores en estas materias.

A continuación, abriremos una ronda de preguntas.

Tiene la palabra la diputada Flor Weisse.

La señora **WEISSE** (doña Flor).- Señor Presidente, quiero consultar a la directora del INTA sobre la alusión que hizo al 18 o 22 por ciento del PIB, y también sobre la cantidad de empleos y de las marcas, cuando habla de aquellos que trabajan con marcas, o algo así entiendo. O sea, todos los artículos tienen marcas; no sé cómo distinguen entre las marcas o qué tipo de marcas. ¿Se refieren a las transnacionales? ¿Las más conocidas? Porque puede haber algunas que son las más conocidas y que son las que se falsifican. Pero todo lo que se vende tiene marca. O sea, no sé si todo, pero la mayoría tiene etiqueta y un registro. Me imagino que están registradas como tal, más allá del grado de conocimiento del mercado que abarquen.

En primer lugar, a qué se refiere cuando habla de marcas.

En segundo lugar, cuando decía que el titular tiene que accionar los costos, cuando entran por la Aduana. Así entendí, en relación con La Polar, que corresponde al titular, al dueño de la marca. Justo está aquí el representante de los consumidores y pensé que cuando usted dijo "titular", yo lo relacioné con el consumidor. O sea, son dos cosas distintas: una es el daño al dueño de la marca y otra es al consumidor, y ahí no sé si opera el mismo sistema.

Bueno, no vamos a poder entrar en el detalle ahora, pero usted menciona muchas cosas legislativas para que el consumidor aplique y, finalmente, sea reparado. Ahí, ustedes, se refieren netamente a la empresa dueña de la marca, a la propiedad intelectual, pero me queda la duda con el consumidor. Algo alcancé a escuchar sobre eso, porque estaba en otra comisión.

El señor **MANOUCHEHRI** (Presidente).- Tiene la palabra la diputada Sara Concha.

La señora **CONCHA** (doña Sara).- Señor Presidente, la expositora del INTA se refirió a la falsificación de ciertos productos y hoy hablamos sobre el problema en La Polar, donde en su mayoría se trata de prendas de vestir y otros artículos. Pero ella también se refirió a los juguetes, repuestos de aviones, medicamentos, etcétera. Entonces estamos ante hechos gravísimos que también ponen en riesgo la vida de las personas.

Además, hizo referencia a su experiencia y el trabajo que realizan tanto a nivel nacional como internacional, y de acuerdo con eso mencionó insumos desarrollados tras diversos estudios enfocados a resolver, desde la perspectiva jurídica o legislativa, cómo vamos a enfrentar estos hechos que son gravísimos. Si bien es cierto en el último tiempo esto se ha ido "normalizando", porque cada vez hay más productos falsificados, sería bueno que nos envíe parte de este material. Si no me equivoco, ella dijo que estaba a disposición como insumo, para que lo podamos evaluar, porque, sin duda, tendremos que tomar algún tipo de acción legislativa.

Entonces, me gustaría saber si nos puede hacer llegar estos antecedentes que indicó que estaban a nuestra disposición.

Muchas gracias.

El señor **MANOUCHEHRI** (Presidente).- ¿Tienen antecedentes respecto de si se ha aplicado este *modus operandi* en otros países y si ha afectado a las mismas marcas?

Tiene la palabra la señora Belmar.

La señora **BELMAR**, doña Carolina (directora de Asociación Internacional de Marcas para América Latina y el Caribe).- Señor Presidente, efectivamente, esto se repite en otras partes, lo cual ha llevado a que se revisen y modifiquen normas

existentes, o se complementen, si usted quiere, dada la perspectiva del consumidor.

Por otra parte, estaremos encantados de facilitar a través de la Secretaría los casos que existen, para así aportar al trabajo que realizan, ya que creo que todos estamos en la misma línea.

Finalmente, respecto de lo que me consulta, cuando hablamos de industrias intensivas en marcas, usted tiene razón. Uno siempre usa marcas, pero no todas están protegidas y registradas.

Entonces, cuando hablamos de industrias intensivas en el uso de marcas, nos referimos a las que, efectivamente, tienen un portafolio registrado y protegido de marcas y que, a partir de ese registro, realizan una gestión de posicionamiento de las mismas.

En esas industrias que tienen marcas protegidas registradas sobre una cierta cantidad, tanto nacionales como internacionales -no solo grandes, sino también pequeñas-, se observa este fenómeno de mayor formalidad y lo que nosotros denominamos premio al empleo, es decir, también pagan mejores salarios. En el caso de Chile, es un 21 por ciento superior al que realiza una industria. Es decir, aunque use marca, no la tiene protegida. En el fondo, no hace una gestión de diferenciación con su marca.

Desgraciadamente, en cuanto a las leyes de propiedad intelectual, la protección de las marcas desde una perspectiva de política pública -del interés público comprometido- tiene directa relación con el consumidor, porque es este al que se quiere favorecer, para que pueda saber que está comprando a una marca que representa una cierta calidad y que le debiera responder si surgiera algún problema con los productos.

Por otra parte, vemos que el titular -tanto en Aduanas como en el mercado interno- es quien debe accionar, porque, cuando se incauta algo en las calles, si el titular no persevera, no va a pasar nada, y ese es un costo muy alto para este.

Sé que en esta discusión se ha debatido mucho respecto de que los acuerdos reparatorios son confidenciales, a los que,

en el pasado, generalmente, llegaron los titulares de marca. Esto sucede tanto por una cuestión de oportunidad, por el costo que tiene llegar a juicio -porque el Ministerio Público favorece ese tipo de acuerdos-, y porque el titular, al final del día, intenta manejar costos para que ojalá sea el infractor, es decir, la empresa -en este caso el *retailer*-, la que se haga cargo del costo de bodegaje y de destrucción y se comprometa a no seguir realizando este tipo de acciones. Sin embargo, esta discusión escapa de la capacidad del titular de velar porque se resarza a los consumidores que, en el intertanto, adquirieron productos que eran apócrifos. Desgraciadamente, siento que el consumidor queda fuera porque no tiene la capacidad tampoco para hacerlo.

Hay que señalar que este caso es muy interesante porque, por primera vez, se está abordando de forma importante cuál es la perspectiva del consumidor cuando se habla de falsificación.

El señor **MANOUCHEHRI** (Presidente).- Muchas gracias.

Ofrezco la palabra.

Ofrezco la palabra.

En nombre de la Comisión, agradezco la comparecencia de nuestros invitados.

Es indudable que nuestra legislación tiene una serie de falencias y, por lo mismo, sus aportes serán significativos al momento de recabar todas las medidas que se requieran, para que este tipo de situaciones no se vuelvan a repetir.

Por haber cumplido con su objeto, se levanta la sesión.

-Se levantó la sesión a las 09:50 horas.