

INFORME DE LA COMISIÓN ESPECIAL INVESTIGADORA ENCARGADA DE INVESTIGAR LOS ACTOS DE GOBIERNO RELACIONADOS CON LAS OPERACIONES DE LA SOCIEDAD ANÓNIMA CHILENA, LA POLAR S. A., REFERIDAS A LAS EVENTUALES ACCIONES DE CONTRABANDO Y VENTA DE PRODUCTOS FALSIFICADOS. (CEI 15)

HONORABLE CÁMARA:

La [Comisión Especial Investigadora referida en el epígrafe](#) cumple con emitir su informe –según la competencia que le fuera asignada por acuerdo de la Cámara de Diputados– planteando las conclusiones y recomendaciones que al final se consignan.

De conformidad con lo prescrito en el artículo 318 del Reglamento de la Corporación, corresponde consignar lo siguiente:

I.- COMPETENCIA DE LA COMISIÓN AL TENOR DEL ACUERDO DE LA CÁMARA QUE ORDENÓ SU CREACIÓN.

Creación de la Comisión.

Por [oficio N°17.948](#), de 12 de diciembre de 2022, del Secretario General de la Corporación, se informó que la Cámara de Diputados, en sesión de esa fecha, y en virtud de lo dispuesto en los artículos 52, N° 1, letra c) de la Constitución Política de la República de Chile; 53 de la ley N° 18.918, Orgánica Constitucional del Congreso Nacional, y 313 y siguientes del reglamento de la Corporación, prestó su aprobación a una [solicitud presentada por 68 diputadas y diputados](#), para crear una Comisión Especial Investigadora, con el objeto de investigar los actos del Gobierno realizados por el Servicio Nacional de Aduanas; Servicio Nacional del Consumidor; Policía de Investigaciones de Chile; Unidad de Análisis Financiero y Servicio de Impuestos Internos; relacionados con las operaciones de la empresa La Polar S.A. y otras, relativas al eventual contrabando y venta de productos falsificados en Chile, así como las eventuales afectaciones a los consumidores; sin perjuicio de los demás organismos que resulten competentes. **(CEI 15)**

Para estos efectos, la Comisión tendrá un plazo de 90 días para cumplir con su cometido, pudiendo sesionar en cualquier parte del territorio nacional.

A petición de esta Comisión Especial Investigadora, por [oficio N°18.534](#), de 4 de julio de 2023, se informó que la Sala acordó prorrogar el plazo de su término por 30 días, hasta el 28 de agosto de 2023, adicionando el plazo reglamentario de 15 días.

Integración y presidencia de la Comisión

Mediante [oficio N°18.175](#), de 22 de marzo de 2023, la Corporación acordó [integrar](#) la Comisión con las y los siguientes señores diputados y diputadas:

BORIS BARRERA MORENO
RICARDO CIFUENTES LILLO
SARA CONCHA SMITH
JOAQUÍN LAVÍN INFANTE
DANIEL MANOUCHEHRI LOBOS
JAVIERA MORALES ALVARADO
CAMILA MUSANTE MÜLLER
CAMILA ROJAS VALDERRAMA
AGUSTÍN ROMERO LEIVA



Firmado electrónicamente

<https://extranet.camara.cl/verificardoc>

Código de verificación: 9F6C6DEE30E79D47

RUBÉN OYARZO FIGUEROA
MARCIA RAPHAEL MORA
FRANK SAUERBAUM MUÑOZ
FLOR WEISSE NOVOA

Se deja constancia del reemplazo permanente de la diputada señora María Francisca Bello y del diputado señor Jaime Sáez por las diputadas señoras Camila Rojas y Javiera Morales, respectivamente. Asimismo, del reemplazo permanente al diputado señor Frank Sauerbaum por la diputada doña Catalina Del Real y finalmente del reemplazo permanente de la diputada doña Marcia Raphael por el diputado señor Christian Matheson.¹

Durante la sesión constitutiva de esta Comisión Especial Investigadora, celebrada el día 4 de abril de 2023, se eligió, por unanimidad, como su Presidente al diputado señor **DANIEL MANOUCHEHRI LOBOS**.

Actuó como abogado secretario don Álvaro Halabí Diuana; como abogada ayudante, doña Carolina Salas Prüssing y como secretaria ejecutiva, doña Luz Barrientos Rivadeneira.

II.- RELACIÓN DEL TRABAJO DESARROLLADO POR LA COMISIÓN EN EL CUMPLIMIENTO DE SU COMETIDO.

1) Sesiones celebradas y personas escuchadas.

La Comisión celebró 12 sesiones, incluida la constitutiva.

Durante el transcurso de esta investigación, la Comisión contó con la asistencia, testimonio y colaboración de las siguientes personas:

El Director de la Unidad de Análisis Financiero del Ministerio de Hacienda, UAF, señor Carlos Pavez.

El Subdirector Jurídico del Servicio de Impuestos Internos, señor Marcelo Freyhoffer.

La Directora Nacional del Servicio Nacional de Aduanas, señora Alejandra Arriaza, de la Subdirectora Jurídica (S), señora María Jazmín Rodríguez, quienes asistieron junto al Jefe (S) del Departamento de Control de Tráfico Ilícito, señor Carlos Escudero.

El Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor, SERNAC, señor Andrés Herrera, quien concurrió junto al Subdirector Jurídico, señor Edison Orellana y a la asesora jurídica, legislativa y de relacionamiento internacional, señora María Catalina Giruado.

El Director General de la Policía de Investigaciones de Chile, señor Sergio Muñoz, quien concurrió junto al Prefecto Inspector, señor Leonel Fuentes, y a los Comisarios señora María Dolores Venegas y señor Alejandro Dobbs.

¹Que se dan [cuenta](#) en la sesión constitutiva N° 1, de 4 de abril de 2023.

El Directora Nacional del Instituto Nacional de Propiedad Intelectual, INAPI, señora Loreto Bresky, quien asistió junto a la Subdirectora de Marcas, señora Gabriela Alegría.

El abogado de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios, CONADECUS, señor Antonio Olivares y de la Encargada de Conadecus de la Quinta Región, señora Yohana Calderón.

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.

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 Director de la Unidad de Especialidad en Delitos Económicos, Medioambientales, Cibercrimitos y Lavado de Activos Asociados del Ministerio Público, señor Mauricio Fernández.

El abogado especialista en derecho penal, señor Andrés Sepúlveda.

El representante de la marca Under Armour, señor Aaron Aguilar.

Se consigna lo siguiente en relación con excusas de no asistencia a esta Comisión tanto del señor Ministro de Hacienda como de la empresa La Polar y de representantes de marcas.

El Ministro de Hacienda, don Mario Marcel: mediante dos oficios, de fechas 27 de julio y 2 de agosto de 2023, se le citó a sesiones secretas de martes 1 y 8 de agosto de 2023 respectivamente, para que informara sobre antecedentes que, en carácter de secretos, posee el Servicio de Impuestos Internos (y que ese Servicio le remitiera en su oportunidad al señor Ministro), A través de dos notas de su jefa de gabinete, señora Tania Vargas, excusa su inasistencia a ambas sesiones, debido a compromisos impostergables contraídos con anterioridad, e indica que enviará “la información solicitada mediante Oficio Secreto, según fuera remitida al Ministro de Hacienda por el Director Nacional del Servicio de Impuestos Internos, SII, señor Hernán Frigolett, mediante Oficio SECRETO N°40, de 22 de junio de 2023”, respuesta que se contiene en oficio reservado N° 18 que, en carácter reservado, fue remitido por el señor Ministro de Hacienda a esta Comisión.

Empresa La Polar S.A: con fecha 12 de julio de 2023, se invitó a la sesión del martes 25 de julio de 2023 a su Gerente General, señor Manuel Severín. El abogado señor Jaime Winter, excusa la asistencia del señor Severín, “por existir una investigación penal en curso, se ve obligado a declinar la invitación y continuar con la causa judicial.”.

Empresa Levi's: con fecha 11 de agosto de 2023 se invitó a la sesión del martes 22 de agosto de 2023, al representante de la marca Levi's, señor Ignacio Martínez quien se excusó de asistir a la referida sesión, ya que “existen actualmente causas vigentes que involucran a ambas partes en este asunto.”.

Empresa Adidas: con fecha 11 de agosto de 2023, se invitó a la sesión del martes 22 de agosto de 2023, a los señores Rodrigo Anguita y Matías Valenzuela, representantes de la Empresa Adidas y se les remitió invitación por *whatsapp* y no hubo

respuesta. Asimismo, el mismo 11 de agosto se invitó a la sesión del martes 22 de agosto, al representante de la Empresa Adidas, abogado señor Francisco Carey, quien se excusó indicando problemas personales.

2) Lo sustancial de los documentos recibidos.

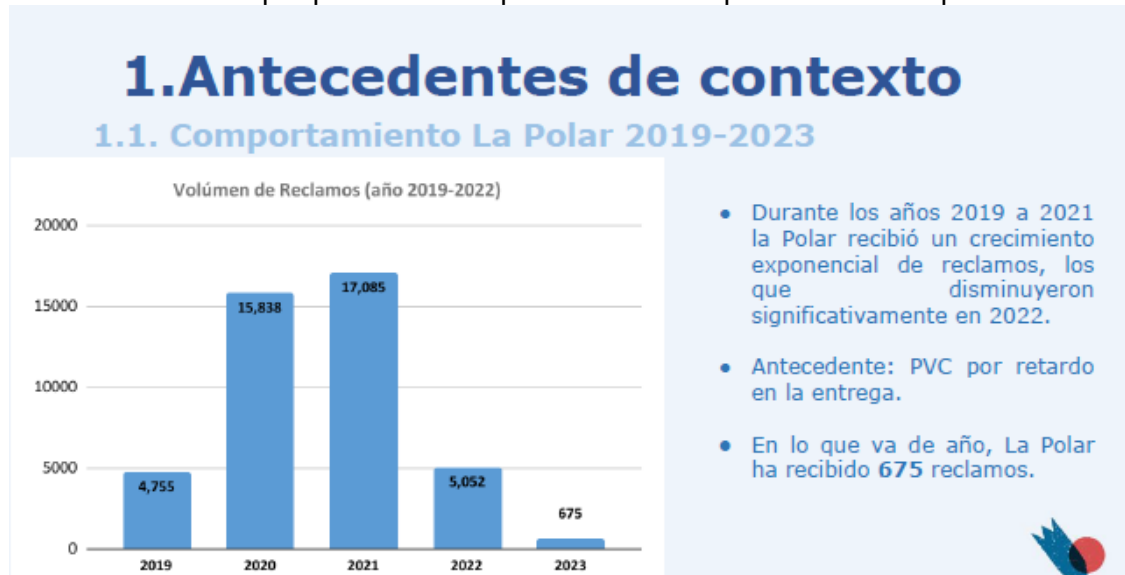
La Comisión acordó el despacho de diversos oficios sobre materias relacionadas con su investigación, los que se consideran con indicación de si hubo o no respuesta, y que se [adjuntan digitalmente](#), para su consideración y conocimiento.²

III. LO SUSTANCIAL DE LO EXPUESTO POR LAS PERSONAS ESCUCHADAS EN RELACIÓN CON LAS MATERIAS INVESTIGADAS.

Con el propósito de otorgar una mejor comprensión del desarrollo de la investigación encomendada a esta Comisión, se ha estimado pertinente sintetizar las opiniones e intervenciones de las personas citadas e invitadas, que a continuación se exponen:

Don **Andrés Herrera, Director Nacional del Servicio Nacional del Consumidor**, puntualizó su exposición en los antecedentes preliminares que dieron origen a las acciones realizadas por el Sernac, así como las situaciones que han acontecido recientemente.

Como información de contexto exhibió un gráfico con el comportamiento en materia de reclamos que ha tenido La Polar desde 2019 hasta la fecha, en el que se constata que entre los años 2020 y 2021 hubo un *peak* muy importante de reclamos recibidos por el Sernac, alrededor de 16.000 como promedio en ambos años, los que tuvieron su origen en transacciones electrónicas realizadas por los consumidores y en incumplimientos por parte de La Polar en materia de entrega, así como acciones de cancelación unilateral por parte de la empresa de las compras efectuadas por ese medio.



Hizo presente que ese *peak* de reclamos, más otros antecedentes, dieron origen a un procedimiento voluntario colectivo de parte del Servicio Nacional del Consumidor el año 2022, que concluyó de manera frustrada en septiembre del mismo año, pues La Polar no dio solución alguna a los casos, que eran muchísimos, por lo que el Servicio se encuentra analizando las posibles acciones a seguir.

²Tanto las actas como los oficios enviados y documentos recibidos se encuentran a disposición de las señoras y señores diputados tanto en la [pagina web](#) de la Comisión Especial Investigadora.

Continuó relatando que entre los años 2022 y 2023 bajó sustancialmente el número de reclamos, como resultado de una cierta vuelta a la normalidad; sin embargo, advirtió, la Polar se mantuvo como el cuarto proveedor más reclamado en el ámbito del *retail*, con 5.052 reclamos presentados el año 2022 y 675 en lo que ha transcurrido de este año 2023.



Observó que, en el caso de Falabella, que tiene un número considerable de reclamos, ellos se concentran no solo Falabella *retail*, sino también el canal electrónico de Falabella y de Linio.



En lo relativo a las materias o categorías más reclamadas por parte de los consumidores, indicó que, en el caso de La Polar, específicamente en 2022, figuran el retardo en la entrega de lo comprado, pero también productos defectuosos, incumplimiento de la garantía legal, temas contractuales y entrega de productos que no correspondían al adquirido o comprado.

Hizo presente que dentro de las categorías de reclamos que están incorporadas en la sistematización no existe una específica para venta de productos

falsos o falsificados, por lo que se debió aplicar un filtro para llegar al número total de reclamos ingresados por esa causa.



Destacó que en 2023 La Polar alcanza 675 reclamos, entre los cuales el retardo en la entrega se mantiene como la categoría más reclamada, pero se ha incorporado también la rotulación alterada o falsa y se mantienen las demás categorías referidas al incumplimiento de la garantía legal, temas de formalidades, ejecución del contrato y otras.

Recordó que la historia de La Polar no es reciente, pues el Sernac inició acciones contra esta empresa tras el conocido caso de las repactaciones unilaterales durante el año 2011, lo que dio origen a una demanda colectiva presentada por el Servicio ante el Primer Juzgado Civil de Santiago y que finalizó con un acuerdo compensatorio que benefició a miles de personas.

Agregó que en 2017 el Sernac presentó otra demanda colectiva contra La Polar, con ocasión de la migración de cientos de clientes a la nueva tarjeta La Polar Visa, el refinanciamiento unilateral de las deudas de los consumidores y la falta de información acerca de lo que significaba la adquisición de esa nueva tarjeta de crédito. Resaltó que la mayoría de los consumidores pensaba que se trataba simplemente de un cambio de plástico, pero, lamentó, La Polar no informó que había un refinanciamiento de las deudas de los consumidores, asociado a la migración de una tarjeta a otra. Preciso que esta causa se encuentra aún en la Corte de Apelaciones de Santiago, donde se discute el fondo del asunto, con ocasión de apelaciones presentadas por ambas partes.

Agregó luego que desde 2020 a la fecha, el Sernac ha deducido 42 denuncias infraccionales en contra de La Polar, que han dado origen a los denominados juicios de interés general, en que se persigue la imposición de multas a La Polar por distintos incumplimientos que afectan a la generalidad de los consumidores. Detalló que el motivo principal de estos juicios es el incumplimiento de los distintos términos y modalidades de los contratos celebrados, sobre todo por contravención al derecho de la información veraz y oportuna, es decir, que La Polar no provee información adecuada a los consumidores.

Casos de venta de productos falsificados.

Se detuvo luego en el caso de la venta de productos falsificados, cuyos antecedentes Sernac tuvo a la vista al dar origen a una investigación en noviembre de 2022. Recordó que por esos días hubo una alerta comunicacional, a partir de una denuncia por parte de la marca Under Armour, por la presunta venta de ropa falsificada y la incautación por parte de Carabineros de ocho bodegas de La Polar.

Exhibió artículos de prensa para recordar que La Polar defendió desde un comienzo la originalidad de los productos, y no solo públicamente, sino también en sede judicial. Recalcó que la empresa ha reafirmado hace pocas semanas que los hechos en que se fundamentaba la investigación del Sernac son completamente falsos y que no existen antecedentes que permitan concluir que los productos no son originales.

Relató que, como producto de aquello, el Sernac requirió a La Polar dos conjuntos de informaciones, mediante oficios de 22 y 25 de noviembre de 2022, para recabar antecedentes generales sobre las denuncias y requerir documentos que acreditara la comprobabilidad de las prendas que estaba comercializando.

Presentó entonces la solución que la empresa publicó para sus consumidores respecto de algunos reclamos, pidiéndoles que, ante una denuncia o reclamo por la venta de presunta ropa falsificada, se concurriera a la tienda con la boleta y el producto. Observó que, aunque entonces la empresa acogió parcialmente el reclamo, rechazó categóricamente la imputación sobre la supuesta no originalidad; es decir, arguyó, le permitió el cambio del producto, pero igualmente reafirmó en la respuesta al reclamo que era falsa la imputación de no originalidad.

Precisó que en la respuesta al Oficio N° 8.113 de 22 de noviembre, enviada por la empresa al Sernac, particularmente sobre Under Armour, La Polar declaró que las unidades vendidas desde 2020 a diciembre de 2022, fecha de la respuesta, alcanzarían a 19.711 prendas. Para el caso de Columbia, las prendas llegarían 4.500 unidades desde 2020 a la fecha.

| Prenda | Venta | Unidades | Precio Promedio |
|----------------------|-------------------|-----------------|------------------|
| Pantalon Dep | \$ 39,066 | \$ 2,765 | \$ 16.813 |
| Polera Dep | \$ 8,213 | \$ 1,388 | \$ 7.042 |
| Poleron Dep | \$ 38,662 | \$ 2,763 | \$ 16.651 |
| Pantalon Deportivo | \$ 20,799 | \$ 1,486 | \$ 16.656 |
| Polera Deportiva | \$ 291 | \$ 50 | \$ 6.925 |
| Total general | \$ 107,031 | \$ 8,452 | \$ 15.069 |

Agregó que en lo que respecta a Under Armour, habría ventas totales por \$280 millones, aproximadamente, y en el caso de Columbia ventas por \$105 millones. Consideró estas cifras como un antecedente importante para cuantificar el universo de consumidores potencialmente afectados, aunque en el hecho esencial que presentó La Polar a la Comisión para el Mercado Financiero, refirió solamente tres contenedores, que representarían el 2,03% de las ventas totales de esas marcas.

Señaló que, considerando todos estos antecedentes, el Sernac citó a declarar no solo a los representantes de La Polar, sino también a los de Forus, de Columbia y de Adidas, quienes concurrieron el 1 de diciembre de 2022. Recordó que, en esa declaración, aparte de los antecedentes que proporcionaron las marcas y su distribuidor Forus, La Polar no entregó antecedentes concretos sobre una supuesta investigación que estaría haciendo sobre la originalidad de sus productos y reafirmó que ellos contaban con los sellos de originalidad correspondientes.

Ahora bien, acotó, el Servicio aplicó una serie de filtros a su base de reclamos y pudo detectar que entre 2022 hasta hoy, se han ingresado al servicio a lo menos 499 reclamos. Precisó que los filtros aplicados fueron las palabras “imitación”, “falso” o “falsificado”, que darían cuenta de reclamos de consumidores por esta materia. Sin embargo, advirtió, ese número podría ser exponencialmente mayor, si se aplicaran otros filtros, tales como “no original” u “originalidad”.

Subrayó que La Polar tiene el número más alto de reclamos, seguido por Falabella e Hites, con números bastante más bajos.

Reclamos por productos falsificados durante 2022

| PROVEEDOR | 2022 |
|--|------------|
| LA POLAR | 362 |
| FALABELLA.COM - LINIO | 30 |
| HITES | 8 |
| RIPLEY | 6 |
| PARIS | 8 |
| FORUS | 3 |
| CORONA | 2 |
| FALABELLA | 2 |
| TIENDAS BLOCK - REALKICKS - BLOCKSTORE - VENTAS INTERNET | 1 |
| ABCDIN | 1 |
| IMPORTADORA BERLIN SPA | 1 |
| UNDERU | 1 |
| Komax S.A. | 1 |
| LEVIS | 1 |
| DAFITI | 1 |
| ADIDAS CHILE | 1 |
| PROSURF - INSIDE - VOLCOM | 1 |
| SHOPEE | 1 |
| SUPLETECH | 1 |
| TOTAL | 432 |

Se detuvo luego en un par de reclamos ingresados en el sistema del Sernac, en el primero de los cuales, del 6 de diciembre de 2022, se hace referencia a que la ropa es de un algodón muy delgado, que no tiene etiqueta que identifique la marca, presenta costuras descocidas, y que de acuerdo con lo informado al parecer estos productos no serían originales de la marca Tommy Hilfiger. Es decir, advierte, hay otra marca que también se está considerando por parte del consumidor.

En otro reclamo, del 7 de diciembre, una consumidora hizo referencia a la marca de zapatillas Skechers, porque no tendría el estándar de calidad exigido; agregando así otra marca que potencialmente podrían estar comercializándose en un carácter de no original.

Indicó que el 2 de diciembre de 2022 el Sernac realizó una fiscalización presencial y digital (remota) en dependencias de Santiago y Concepción de La Polar, con el objeto de revisar la información que estaba proveyendo la empresa respecto del modelo de negocios *off-price* o mediante la campaña “Súper precios” o “Súper marcas”, que es la forma de comercialización de esas prendas.

Relató que esa fiscalización evidenció que los conceptos de “Súper Marcas” o “Súper Precios” y “Outlet” no están en ningún caso informados a los consumidores ni tampoco se detallaba en qué consistían, cuál era el alcance de los productos vendidos bajo esa modalidad y cuáles eran las características de las prendas. Es decir, acotó, si eran prendas de segunda selección o saldos remanentes de otras

temporadas. Subrayó que, hasta el día de hoy, nada de eso se informa a los consumidores.

Relató luego que ha habido una coordinación institucional con el Servicio Nacional de Aduanas, cuya directora informó al Sernac que en este caso de presunta internación de productos falsificados, siendo la acción de propiedad industrial de carácter privado, Aduanas, lo que hace es suspender por cinco días el ingreso de los productos y notificar al titular de la marca, quien debe hacerse parte en ese procedimiento, y dependiendo de la oposición que ejerza, se suspende definitivamente la internación, pudiendo Aduanas y la marca querellarse por contrabando. Acotó que, si el privado no se hace parte del proceso, Aduanas no tiene facultades para retener el despacho.

Explicó que cuando se trata de productos manifiestamente falsos, Aduanas dispone la suspensión del ingreso de los productos e interpone la querrela por contrabando.

Destacó luego que, sobre la base en esos antecedentes, el 13 de diciembre de 2022 el Sernac interpuso una demanda colectiva en contra de La Polar y, afirmó, a la luz de los antecedentes la entidad tenía razón.

Precisó que el servicio levantó tres hipótesis distintas. Primero, que a la fecha de la interposición de la demanda era un hecho público, notorio y no cuestionable, que respecto de la marca Columbia, había una declaración explícita de La Polar mediante escritura pública, en relación con que estaba comercializando, al menos desde 2020, prendas no originales o falsas.

Segundo, que respecto de las demás marcas se contaba con presunciones fundadas de que estaba ocurriendo algo similar, lo que sería objeto de investigación durante el curso del juicio.

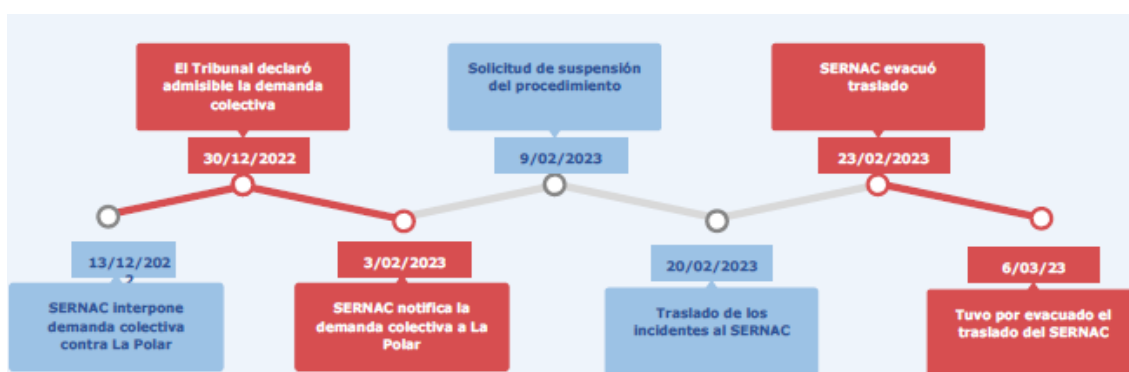
Y como tercera hipótesis destacó que la situación de no informar adecuadamente aspectos vinculados al modelo *off-price outlet*, relacionado con la campaña Súper Marcas y Súper Precios, en términos de no definir el alcance de los productos que estaba vendiendo ni cuáles eran las condiciones en que lo hacía.

Subrayó que, desde el punto de vista estricto de la ley del consumidor, se estaría en presencia de, al menos, cuatro conductas infractoras de la ley. Primero la omisión deliberada de información veraz y oportuna a los consumidores, que ya es una situación grave, y luego el incumplimiento de los términos y condiciones ofrecidas por parte de La Polar, en el sentido de estar vendiendo ropa o productos de vestuario que no correspondían a las marcas ofrecidas. Agregó como tercera la falta evidente a su deber de profesionalidad, en el sentido de no aplicar el debido cuidado y diligencia necesarios por una empresa que se denomina como una de las grandes del *retail* y, por último, la publicidad engañosa y la falta de comprobabilidad de los productos que estaba comercializando.

Por todo ello, acotó, el Sernac solicitó en su demanda colectiva ante el tribunal multas por 3.000 UTM por cada uno de los consumidores afectados. Todo ello, recalcó, sin perjuicio de las indemnizaciones, restituciones y compensaciones a que haya lugar, incluyendo el daño moral de los consumidores.

| Artículo Infringido | Multa |
|--|------------------|
| Artículo 3 inciso 1º letra b) en relación al artículo 14, ambos de la LPDC | 300 UTM |
| Artículo 12 de la LPDC | 300 UTM |
| Artículo 12 A de la LPDC | 300 UTM |
| Artículo 23 de la LPDC | 300 UTM |
| Artículo 28 letra c) de la LPDC | 1.500 UTM |
| Artículo 33 inciso primero | 300 UTM |
| Monto total de multas a aplicar: | 3.000 UTM |

Se detuvo posteriormente a describir la situación actual del procedimiento, criticando la actitud dilatoria por parte de La Polar en la tramitación de la demanda colectiva.



Relató que el Servicio Interpuso la demanda colectiva el 13 de diciembre, la que se notificó luego de declararse admisible en febrero del 2023. Cuestionó que el 9 de febrero de 2023, La Polar no solo no contestara la demanda ni se abocara al fondo, sino que solicitara la suspensión del procedimiento colectivo a la espera de las resultados de las querellas que están pendientes por materia de contrabando y otras denuncias en materia de propiedad industrial.

La Polar también cuestionó la admisibilidad de la demanda, lo que según el Sernac estaría absolutamente demostrado en los antecedentes presentados. Recalcó que la empresa ha efectuado actividades puramente dilatorias y citó la presentación que efectuó el 9 de febrero, expresando: “Dicho sea de paso y por no ser materia de esta solicitud, baste decir por ahora, que la imputación que nos hace el Sernac no es efectiva y la negamos de plano, pues La Polar cuenta con todos los documentos y certificados que eliminan todo asomo de duda acerca del carácter regular y auténtico de las prendas, materia que se encuentra en la actual investigación penal y será allí entonces donde se acompañarán todas y cada una de las pruebas que acreditan fehacientemente que La Polar no incurrió en ilícito alguno en relación al origen y autenticidad de las prendas.”.

El director del Sernac se preguntó entonces quién podría creerle a La Polar y aseveró que la institución está a la espera de la resolución del 30° Juzgado Civil de Santiago, que está conociendo de esta materia, pues aún no se ha entrado al fondo del asunto por causa de la dilación que está realizando La Polar.

Narró que, con posterioridad a esa tramitación y la interposición de la demanda, los reclamos ingresados en 2023 con ocasión de la eventual venta de ropa falsificada en La Polar ya suman 137 casos.

Reclamos por productos falsificados durante el año 2023

| PROVEEDOR | VOLUMEN |
|-------------------------|------------|
| LA POLAR | 137 |
| RIPLEY | 9 |
| HITES | 5 |
| FALABELLA | 5 |
| PARIS | 3 |
| WOLFIE CHILE | 1 |
| MULTITIENDA SAN ANTONIO | 1 |
| CORONA | 1 |
| TOTAL | 162 |

Reiteró que en el hecho esencial informado a la Comisión para el Mercado Financiero la empresa hizo referencia a una supuesta exhaustiva investigación que se habría hecho en Chile y Pakistán. Con ocasión de esa investigación, que no fue informada al Sernac, refirió que los hechos serían casos puntuales que representarían el 0,16% de las ventas anuales de La Polar y el 2,03% de los productos que comercializa a través de la campaña Súper Marcas a Súper Precios.

El director del Sernac insistió en que no es posible creerle a La Polar, pues hace pocas semanas sostenía que no había ningún tipo de problema en la naturaleza original de los productos que estaba vendiendo, pero ahora declara que efectuó una exhaustiva investigación de la cual nunca hubo noticias.

Por otro lado, arguyó, en el hecho esencial, la empresa ofreció los mismos criterios y versiones que entregó con ocasión de un acuerdo celebrado en enero de 2021 con Columbia, afirmando que estaría actuando de buena fe, bajo la creencia de que los productos que habría adquirido serían originales. El director del Sernac criticó, sin embargo, que tratándose de la explotación de un nuevo modelo de negocios, lo menos que puede exigirse a una empresa de esa categoría es que aplique la debida diligencia, el cuidado y el deber de profesionalidad. Adicionó que lo más grave, es que en ese hecho esencial no solo La Polar se considera una víctima, sino que también refiere acuerdos totales y plenos con otras empresas de las cuales el Sernac no ha tenido noticia alguna.

Acusó que aquí no solo hay responsabilidad de La Polar, sino también de empresas como Under Armour y Adidas, que celebran acuerdos que aparentemente serían confidenciales y respecto de los cuales el Sernac no tiene acceso. Manifestó que tampoco se hace referencia alguna a las compensaciones a que tienen derecho los consumidores y solo se anuncian acciones en contra de dos importadoras, Global Brands y Kiki Imports, vinculadas a familias de otro *retail* del país. Aseguró que quedaría claro que no existe voluntad de La Polar de hacerse cargo de las compensaciones en favor de los consumidores.

Relató que, como acciones complementarias, el Sernac ya había oficiado, en diciembre del año pasado, a otras empresas del *retail*, como Hites y Falabella, con ocasión de algunos reclamos en materia de perfumes o productos de marcas reconocidas. Al respecto, Hites respondió que se trataba de ventas informadas de productos de segunda selección.

Respondiendo luego consultas de los integrantes de la comisión investigadora, explicó que el modelo de negocios de La Polar, denominado *off-price* u *outlet*, supone la utilización de canales indirectos de importación y no la compra directa a los distribuidores oficiales de las marcas en el país, y esos, que son modelos que están explotados de una manera mucho más profesional en otras partes del mundo, es lo que ha ocurrido en este caso. Es decir, detalló, se trata de importadores y productores de

prendas originales que supuestamente habrían sido autorizados para tal efecto por las marcas titulares.

Aclaró que los distribuidores oficiales de estas marcas, o de otros productos, pueden garantizar fehacientemente que estos son originales. Pero observó que en este caso habría una figura que, en principio, sería lícita, en cuanto a la importación directa por parte de proveedores y de importadores al país de ropas de marca.

Agregó que existe también una responsabilidad de las marcas que, por estrategias comerciales o por otras razones, no se oponen a productos que son presuntamente falsificados.

Por lo tanto, señaló, cuando se recomienda que exista una certificación de los distribuidores oficiales, lo cierto es que si se explota este modelo de negocio en que se interna directamente, los distribuidores oficiales no tienen nada que decir, porque hay una importación bajo una figura lícita si se hace bajo ciertos parámetros.

Desde el punto de vista del resto del *retail*, indicó que el Sernac está iniciando una investigación, pero no se dispone aún de antecedentes suficientes para presumir que existen situaciones similares a la de La Polar. Por ello se encuentran requiriendo información a otros *retail* y se citará a declarar a las empresas que también celebraron estos acuerdos con La Polar.

Aseveró que en el caso de La Polar se solicitará al tribunal medidas como el cese de cobros a las personas que compraron a crédito, que todavía están pagando cuotas de productos que pudieran ser falsos o no originales.

También se encuentran evaluando otras medidas para que La Polar compense a los consumidores y se ha iniciado una investigación para determinar si esa conducta se ha masificado hacia otras áreas y otras empresas del *retail*.

Finalmente, se comprometió a realizar un trabajo mancomunado con Inapi y Aduanas para abordar la problemática de la internación de vestuario de marca.

Doña Loreto Bresky, Directora Nacional del Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INAPI), abordó su exposición en la presentación del sistema de propiedad industrial, específicamente respecto del registro de marcas comerciales.

Comenzó explicando que la propiedad intelectual es un conjunto de derechos legales que resultan de la actividad intelectual en el campo industrial, científico, literario y artístico, que generan dos subconjuntos: los derechos de autor, regulados por la ley N°17.336, y la propiedad industrial, regulada por la ley N°19.039.

Señaló luego que los derechos de autor están vinculados a la creación humana y comprenden los derechos de autor propiamente tales y los derechos conexos, que son instrumentos jurídicos a través de los cuales se respetan y protegen los derechos de los creadores sobre sus obras literarias, fílmicas, fotográficas, escultóricas, pictóricas, etcétera. Precisó que esta materia se encuentra regulada por el Departamento de Derechos Intelectuales (DDI), que forma parte del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio.

Por otra parte, prosiguió, como un segundo subconjunto de la propiedad intelectual está la propiedad industrial, entendida en una acepción amplia, pues

no solo apunta a la industria y el comercio, sino también al dominio de las industrias agrícolas y extractivas de todos los productos fabricados o naturales, como vinos, granos, hojas de tabaco, frutos animales, minerales, aguas minerales, cervezas, flores y harinas.

Detalló que la propiedad industrial comprende las marcas, las patentes, los diseños, los modelos de utilidad, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.

Explicó luego que el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (Inapi) es un organismo de carácter técnico y jurídico encargado de la administración y atención de los servicios de la propiedad industrial, conforme con lo dispuesto en las leyes sobre la materia. Resaltó que una de sus principales funciones, el *core* de su servicio, es ser el encargado de todas las actuaciones administrativas relativas al reconocimiento y vigencia de la protección registral otorgada a la propiedad industrial y, en este caso específico, a las marcas.

Respecto de las marcas comerciales, afirmó que actualmente se dispone de una nueva definición, pues en 2022 se modificó la ley de propiedad industrial, armonizándola y modernizándola. Detalló que el artículo 19 de la ley N° 19.039, refundida en 2022, define marca comercial como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Destacó que la palabra “distinguir” es muy relevante en esa definición y agregó que tales signos pueden consistir en palabras, incluidos los nombres de las personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como cualquier combinación de estos signos.

Acotó que la norma dispone que el derecho de las marcas nace con su registro, que es parte importante del proceso porque puede haber un signo que identifique productos y servicios que no necesariamente sea una marca registrada y, por tanto, no surgen derechos y obligaciones respecto de ese signo. Observó que ello es diferente en el derecho de autor, donde el solo hecho de la creación hace surgir derechos.

Entonces, reiteró, una vez que se obtiene el registro de una determinada marca, se adquieren derechos exclusivos y excluyentes, pues se impide que cualquier tercero utilice sin el consentimiento del titular del registro marcario, en el curso de las operaciones comerciales, signos idénticos o similares para los mismos productos o servicios para los cuales ha sido registrada dicha marca. Con ello se busca evitar confusiones en el servicio a los consumidores, quienes deben, al identificar ese producto o ese servicio, esa marca que ha sido registrada, tener claridad respecto de la calidad de ese determinado producto, que es original.

Agregó que se adquiere también un derecho positivo que es la exclusividad, pues la marca se ha conferido para distinguir los productos o servicios comprendidos en el registro en forma exclusiva. Resaltó que nadie más que el titular de ese registro puede utilizarlo, salvo que él mismo, y mediante una licencia o autorización, permita que terceros la utilicen en el mercado.

Indicó que, ante ese derecho de exclusividad, el artículo N° 28 de la ley de propiedad industrial establece tres hipótesis sobre las cuales se producen infracciones marcarias. La primera es el uso malicioso con fines comerciales de una marca igual o semejante a otra ya inscrita para los mismos productos o servicios relacionados con aquella marca comercial.

La segunda también sanciona el uso malicioso, con fines comerciales, de una marca no inscrita, caducada o anulada. Explicó que en este caso se identifica como si estuviera registrada, en circunstancias de que no lo está, y utiliza el símbolo de una R en un círculo o las letras M.R., aunque no está registrada.

Y la tercera sanciona el uso con fines comerciales de envases o embalajes que lleven una marca registrada sin tener derecho a usarla y sin que la marca haya sido previamente borrada. Ejemplificó la comercialización con el envase de una marca comercial un café que no corresponde, por lo que el consumidor, al ver ese envase entenderá que está adquiriendo y consumiendo esa marca, en circunstancias de que el producto que contiene en su interior es otro. Y luego refirió como otro ejemplo el caso de los perfumes.

Comentó que al modificarse la ley N° 19.039 de propiedad industrial el año 2022, se tipificó en el artículo 28 bis el delito de falsificación de marcas, describiendo las conductas de falsificación de una marca registrada para los mismos productos y servicios, y la fabricación, introducción o tenencia para comercializar de objetos que ostenten falsificaciones de marcas ya registradas para los mismos productos o servicios, con fines de lucro y para su distribución comercial. Exhibió entonces una gráfica con dos carteras de la marca Hermès, una original y la otra no, por lo que existía falsificación.

Abordó luego el tema del agotamiento del derecho exclusivo del titular de la marca, señalando que el derecho que confiere el registro de la marca no faculta a su titular a prohibir a terceros el uso de esta, respecto de los productos legítimamente comercializados en cualquier país con esa marca por dicho titular o con su consentimiento expreso.

Precisó que este es el caso de las importaciones paralelas, que son permitidas bajo nuestro sistema, lo que significa que, si se compra en el mercado, incluso local, un producto original, y se vuelve a colocar en el mercado, ello estaría autorizado conforme nuestro sistema legal. Recalcó, sin embargo, que debe tratarse de productos originales, pues de lo contrario se produciría una de las infracciones comentadas anteriormente.

Al responder consultas de varias señoras y señores diputados, explicó que, aunque haya pequeñas y leves modificaciones en un producto, igualmente existe un delito de falsificación respecto del producto. Indicó que el titular de la marca analiza diversos detalles del producto para determinar si efectivamente está ante un producto original o si es un producto original que fue importado paralelamente. Opinó que, comercialmente y sobre todo con productos de lujo, las importaciones paralelas son más complejas y, por ello, es más probable que se produzca una falsificación.

Agregó que esas pequeñas modificaciones habilitan al titular para que se produzca la infracción, porque igualmente existe una falsificación. Sin embargo, advirtió, debe haber un análisis por parte de un juez, porque puede haber un diseño que sea evocativo, pero que se trate de un producto distinto.

Declinó, ante otra pregunta, referirse al caso específico de La Polar y la posible aplicación de la figura del artículo 28 bis, letra b), pues afirmó carecer de competencia para hacerlo, en tanto la función de Inapi es meramente registral. Insistió en que, como directora del Inapi, no contaba con competencias para pronunciarse sobre la originalidad de un producto, ni para determinar si existe una infracción marcaria.

En lo relativo a la coordinación de Inapi con Aduanas al momento del ingreso de productos importados que pueden ser calificados como falsificados, respondió que, aun cuando el Instituto no tiene competencia respecto de temas de observancia, dado que el sistema de propiedad industrial y el registro marcario son importantes, y se debe generar un ecosistema correcto dentro del mercado, Inapi trabaja en conjunto con Aduanas, con la Cámara de Comercio y con otros organismos en una

mesa de observancia, donde se impulsan políticas públicas orientadas a mejorar el sistema.

Precisó que una de ellas es una coordinación efectiva con Aduanas, a cuyos funcionarios les realizan capacitaciones en conjunto con los principales representantes de marcas.

Relató que cuando Aduanas recibe *containers* ante los cuales presenta dudas respecto de la legitimidad de algún producto o de alguna marca estampada en un artículo, verifica la titularidad de ese registro marcario en la base de datos del Inapi o con funcionarios del Instituto, para determinar si efectivamente están registradas en Chile, quién es su titular y quién es el representante.

Resaltó que la importancia de contactar al representante radica en que éste puede gatillar medidas de frontera que signifiquen dejar en *hall* su ingreso a un puerto, para verificar si se trata de productos originales y si se pueden iniciar acciones de observancia en caso de que no sean originales. De lo contrario, se liberan los productos.

Por lo tanto, concluyó, la coordinación consiste en entregar información a Aduanas para que puedan correctamente gatillar medidas de frontera en torno a determinados productos.

En relación con la coordinación con los titulares de marca una vez que el registro se obtiene y la marca empieza a funcionar en nuestro mercado, señaló que el Inapi no cuenta con atribuciones de observancia ni de fiscalización de oficio para determinar si podrían ser falsificados. Insistió en que el Instituto no tiene la obligación ni tampoco es su función gatillar notificaciones a los titulares de los registros marcarios.

Precisó que existe una unidad al interior del Inapi, denominada Departamento de Políticas Públicas, Internacional y Legislativo, dentro de la cual se dispone de un equipo integrado por cuatro personas y una funcionaria, que trabaja coordinadamente con Aduanas.

Lo anterior, aclaró es sin perjuicio de que la subdirección de Marcas también coordina al Inapi con distintas entidades y agencias, como el Instituto de Nutrición y Tecnología de los Alimentos (INTA), con el objetivo de representar las principales marcas de titulares extranjeros en el tema de la piratería y de la falsificación. Citó también a la Asociación Chilena de la Propiedad Intelectual (Achipi), la Asociación Iberoamericana de la Propiedad Intelectual (Asipi) y los distintos *stakeholders*, que levantan también ese tema.

Doña **Gabriela Alegría, Subdirectora de Marcas** expuso que, a nivel operativo y en lo relacionado con la coordinación con Aduanas, la Dirección de Marcas Comerciales tiene un departamento de Marcas Registradas, con tres funcionarios trabajando coordinadamente con el representante que está en la mesa de observancia, para permitir el acceso a los funcionarios de Aduanas a las bases de datos del Inapi.

Destacó la existencia de un convenio mediante el cual Aduanas puede acceder a la base de datos y verificar el titular actual de las marcas cuyas mercancías podrían haber sido suspendidas en el despacho y ante lo cual se cuenta con diez días para que el titular de la marca presente las acciones legales.

Coincidió con los integrantes de la Comisión Investigadora en que la marca tiene una función social de identificación que da una fe en el mercado de que ese producto que se está adquiriendo tiene determinadas características y calidades, y que motivan en el mercado, probablemente, un determinado precio.

Por eso, resaltó, al obtener un registro marcario, el titular adquiere derechos exclusivos y excluyentes, y el consumidor tiene la tranquilidad de que aquello que está adquiriendo es lo que se señala. Consideró importante distinguir esa función de mercado y consumidor que tiene la marca, independientemente de las competencias que pueda tener el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac).

Por ello, arguyó, su exposición se focalizó en las observaciones e infracciones que pueden existir desde el punto de vista marcario, en esa función que tiene la marca como un elemento que permite a los consumidores entender y adquirir aquellos productos que corresponden al titular original o a quien ha sido licenciado para la fabricación o comercialización de un determinado producto.

Pero también destacó lo relativo a las importaciones paralelas, porque pudo haberse producido una infracción desde el punto de vista de la protección al consumidor, una falsificación según lo contempla el artículo 28 a) de la ley N°19.039, o bien se pudo generar un agotamiento del derecho exclusivo del titular de la marca por las importaciones paralelas.

Dijo que, por lo publicado en la prensa y las declaraciones de los representantes de La Polar, el caso se trataría de importaciones paralelas cuyo comercializador o *trader* les habría entregado productos no originales.

Ante una pregunta sobre eventuales aumentos de competencias para el Inapi, aseguró que no era necesario, pues ello significaría asumir una responsabilidad respecto de todo el mercado, con un costo país muy grande al exigir fiscalizadores en cada una de las regiones. Consideró que las prioridades de fiscalización deberían estar radicadas en otras materias y no en la titularidad de los registros marcarios. Adicionó que esta materia se trata de una acción penal mixta, pues la acciona el privado y no se puede iniciar de oficio, de modo que siempre será el titular afectado, independientemente de que también se vea afectado el consumidor, quien inicie la acción. Y finalmente reiteró que, una vez que los productos están en el mercado, ya no son resorte de Aduanas porque están circulando, es decir, ya están en los *retailers* y escapan a su competencia.

Don Antonio Olivares, abogado de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (CONADECUS) informó acerca de las medidas judiciales implementadas por Conadecus, la información recabada a propósito del caso y los resultados de algunas investigaciones efectuadas.

Admitió que, al igual que la mayoría de las personas, Conadecus tomó conocimiento del caso La Polar por notas de prensa, las que informaron de una incautación realizada por parte de Carabineros en noviembre de 2022, a propósito de una denuncia presentada el 24 de octubre por Under Armour ante una posible venta de ropa falsificada por parte de La Polar.

Recordó que con posterioridad se informó de la existencia de otras denuncias presentadas, tales como las de Adidas, el 21 de septiembre, y Wrangler, el 10 de enero de 2023, así como de tres querellas del Servicio Nacional de Aduanas, acompañadas de imágenes de ropa falsificada de distintas marcas o prendas que no tenían correlación con lo que se encontraba inscrito por parte del distribuidor oficial.

Agregó que más tarde se tomó conocimiento de que en enero de 2021 ya se había celebrado una transacción entre La Polar y Columbia, originada por una denuncia presentada por Columbia en contra de La Polar, y en la que se exponía la venta

de ropa falsificada. En esa oportunidad las partes llegaron a un acuerdo por el cual se destruyó la ropa cuestionada.

Advirtió que, en el caso actual, la primera defensa pública de La Polar se basó en que los productos eran originales y que no había problemas en su cadena de adquisición, respuesta que fue publicada tras las imputaciones emanadas de la ciudadanía, los medios de comunicación, las asociaciones de consumidores y el Sernac.

Detalló que en esa declaración la empresa afirmó que los productos que vende responden a un modelo *off Price* o *outlet*, es decir, comercializar ropa de baja calidad, de segunda selección o que viene con ciertos desperfectos, pero que son originales de las marcas y pueden venderse a un precio más económico.

Explicó que el *retail* vende habitualmente productos de primera selección, pero en el modelo *outlet* se puede encontrar artículos con deficiencias, lo que permitiría a los consumidores acceder a precios rebajados. Acotó que, como ese sería el modelo de negocio de La Polar, se justificaría que los consumidores señalen que los productos tienen algún tipo de desperfecto o que no son originales.

Indicó que el modelo de negocio *outlet* con que se defiende La Polar, forma parte de la campaña comunicacional denominada “Super Marcas” y “Super Precios”, la que induciría a los consumidores a adquirir esos bienes, pues se trataría de ropa de marca, pero a precios rebajados.


Señaló que, al revisar las memorias de La Polar de los años 2020, 2021 y 2022, se advierte que ese modelo comenzó en 2020 y tiene relación con distintas marcas internacionales de ropa conocida, tales como Adidas, Calvin Klein, Nike, Náutica, Victoria's Secret, Dockers, Tommy Hilfiger, Under Armour, Wrangler, entre otras.

Relató que, sin embargo, en Conadecus comenzaron a recibir en su plataforma reclamos de los consumidores, señalando que había problemas con la ropa que habían adquirido y que las noticias publicadas por la televisión eran coherentes con lo que podían constatar en los productos que adquirieron. Exhibió entonces dos reclamos de personas que compraron bienes durante 2022 y señalan que se distanciaban de lo que vendían los otros *retail* en cuanto a la calidad, símbolos, insignias y etiquetas de la ropa, lo que daría cuenta, a lo menos, que el producto era de baja calidad.

Los reclamos de los consumidores

*“Hola, espero se encuentren bien. Mi nombre es Marco Encina, quisiera comentarles que el día 30 de marzo, del presente año, hice una compra de varias cosas por internet, una de ellas era una chaqueta Levis, al llegar la revisé y comparé con otras que tengo y era totalmente diferente, hasta los cortes de la tela eran inexactos, pero pensé que tal vez era de otra procedencia. El tema es que viendo las noticias me enteré del tema de la falsificación de productos de esta tienda y todo concuerda con que el producto que compré es falsificado. Quiero saber que puedo hacer, sé que ya pasó mucho tiempo, pero tengo la boleta y el producto, quisiera saber si puedo hacer algo al respecto”. **Reclamo realizado por el consumidor don Marco Encina Mella, en relación a las compras de jeans Levi's en La Polar.***

*“el 13 de oct. compre 2 jeans de la marca Levis, de los cuales tengo serias dudas de que sean reales. los compare con otros comprados en tienda Levis, costuras, botones, terminaciones y materiales no son iguales, siendo que son mismo modelo de jeans. Los jeans no han sido usados y se encuentra con todas sus etiquetas y precios. Mi denuncia también aparece en reportaje de Mega”. **Reclamo realizado por la consumidora María José Vargas Zumaran en relación a las compras de jeans Levi's en La Polar.***



CONADECUS
CORPORACIÓN NACIONAL DE CONSUMIDORES Y USUARIOS


Ante esos reclamos, Conadecus decidió constatar la situación en las tiendas de La Polar, en compañía de un notario público, adquiriendo y revisando la ropa que se estaba vendiendo y que hoy se encuentra bajo la custodia del notario.

Detalló que a esa fecha, dos o tres semanas de haberse hecho público el caso, solo se pudo encontrar prendas de las marcas Levi's y Under Armour, advirtiendo que las primeras tenían un timbre con la expresión "irregular", la que, de acuerdo con información de la propia de la marca internacional, es la que expresión usada cuando la ropa sale con algún tipo de defecto de fábrica.

Con esa información, Conadecus decidió iniciar acciones judiciales, optando por interponer una medida prejudicial en sede civil, solicitando a La Polar que entregara determinados documentos, indispensables para que la corporación presentara su demanda colectiva. Explicó que Conadecus no demandó directamente en sede colectiva, pues recién estaba conociendo los antecedentes.

La medida prejudicial iniciada por Conadecus

1. Documentos que acrediten la autorización de la marca para venta de sus productos.
2. Documentos que muestran la cadena productiva de adquisición hasta su destino en la polar, con todos los intermediarios.
3. Copia de las actas de las sesiones de directorio en que se decidió esta forma de operar.
4. Y la manera en que informaron a los consumidores que los productos vendidos son de segunda selección, saldos de stock, o que responden a este modelo off price



Admitió que esa medida les separó de las acciones efectuadas por el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), entidad que unos días antes había interpuesto una demanda colectiva, pues Conadecus priorizó iniciar una demanda colectiva con el resultado de la medida prejudicial tramitada, es decir, con la solicitud de la documentación a la empresa. Detalló que esa información apuntó a obtener los documentos que acreditaran la autorización de la marca para vender sus productos; y la cadena productiva de la tienda, desde el fabricante, los intermediarios, las internaciones de aduana, los consignatarios, hasta que llegaran a manos de La Polar. Además, se requirió copia de las sesiones de directorio de La Polar en las que se adoptó la decisión de vender a través ese modelo de negocio y la manera en que informaron a los consumidores que los productos serían de segunda selección, o que responderían al modelo *outlet*, que era la principal defensa que aducía La Polar hasta ese momento.

Indicó que la empresa entregó en su respuesta a Conadecus una gran cantidad de documentos, aunque observó que dentro del primer grupo no se adjuntó autorización de las marcas para vender sus productos, sino solo cartas de indemnidad de los fabricantes internacionales, en las que, supuestamente, declaraban que los productos eran originales.

Sin embargo, cuestionó, deliberadamente se omitieron las actas de directorio en las que se acordó operar con el modelo *outlet* y tampoco se presentó el

mecanismo con que informaron a los consumidores, de forma previa, que estaban operando con este modelo *off price*, es decir, que la ropa que vendían no era de primera selección ni de temporada.

Refirió que, con posterioridad, el tribunal dio curso a la medida judicial y el 4 de enero de 2023 se realizaron las audiencias de exhibición. Presentó entonces imágenes de algunos de los documentos obtenidos por Conadecus y que hoy son públicas, porque se incorporaron en la demanda colectiva, deteniéndose en artículos enviados por un fabricante que evidencian la adquisición de productos Adidas y Nike, pero que en su parte inferior señalan que se trata de lotes sobrantes, de calidad y calce irregular.

Criticó que La Polar no comunicara a sus clientes que los productos que vendía tenían esos defectos, dado que no se observó evidencia alguna de que lo haya informado, como tampoco publicó que su modo de operar se basaba en el modelo *outlet*.

Recordó que, paralelamente y como una medida para enfrentar las acusaciones, en noviembre de 2022 La Polar presentó una demanda por competencia desleal en contra Forus y Under Armour, causa que hoy se encuentra cerrada pero que permitió conocer nuevos antecedentes. Señaló que en su contestación Under Armour analizó las mismas facturas que La Polar presentara a Conadecus, y advirtió que esas facturas no cumplían con los estándares de la marca y que serían, en consecuencia, documentos falsificados.

En el análisis de los proveedores y la cadena productiva de La Polar, la empresa relató que el titular de la marca encargaba a un fabricante que confeccionara determinado vestuario, un proveedor GMG de Pakistán, y luego Global Brands Group, de Panamá, actuaba como intermediario hasta llegar a La Polar. Advirtió, sin embargo, que esas empresas no tienen movimientos desde hace varios años; GMG prácticamente no existe y Global Brands sería una empresa artificiosa, integrada por una compañía nacional que actúa de consignatario en Chile de los mismos productos de La Polar. Resaltó que el fabricante Masood no tendría autorización de Under Armour para confeccionar su ropa desde 2016; sin embargo, La Polar aseguró que le estaría adquiriendo productos de esa marca desde 2020.

Aseveró luego que le llamaba la atención que el 14 de abril pasado La Polar informara en un hecho esencial a la Comisión para el Mercado Financiero que parte de los productos que habían llegado a su cadena de ventas, eran falsificados.

Asimismo, le sorprendía que La Polar llegara a dos acuerdos. El primero con Columbia, del cual los consumidores no tenían conocimiento y podrían estar afectados sus derechos. Y el segundo, este nuevo acuerdo del juicio por competencia desleal, que termina en un acuerdo que tampoco es público, porque no se presenta en el juicio.

Con todos estos antecedentes, más el resultado de la medida prejudicial de Conadecus, se dio origen a la demanda colectiva presentada el 28 de abril de 2023 ante el 9° Juzgado Civil de Santiago, en la que se imputó tres supuestos infraccionales. El primero, por vender y ofrecer al público productos falsificados de distintas marcas, es decir, productos que no fueron fabricados por las marcas o empresas de las que dan cuenta estos productos. Esto incluye, a los menos, a las marcas Adidas, Calvin Klein, Nike, Náutica, Victoria's Secret, Levi's, Dockers, Tommy Hilfiger, Under Armour y Wrangler. Probablemente, estimó, son todas las que responden a la campaña publicitaria Súper Marcas Súper Precios.

El segundo, por vender y comercializar productos de segunda selección, saldos de *stock*, temporadas anteriores, de baja calidad o con deficiencias, sin informar de estas características esenciales y básicas a los consumidores de forma previa a la celebración del contrato. Criticó que el consumidor creyera que compra un producto que es de temporada, pero en realidad adquiere un producto deficiente y que, si las facturas que entregó La Polar acreditan que los productos son reales y originales, entonces era de segunda selección, lo cual nunca se informó.

Y el tercero, por incurrir en publicidad falsa o engañosa dirigida a los consumidores con el fin de inducirlos a adquirir productos que serían falsos. Reiteró que la campaña comunicacional “Super Marcas” y “Super Precios” llevó al consumidor a creer que estaba adquiriendo productos de temporada y productos originales.

Agregó que, si se sancionara por cada una de esas infracciones, se estaría solicitando 2.000 UTM por cada consumidor afectado, en tanto se vería afectado el derecho a la información veraz y oportuna en los términos y condiciones contratados por los consumidores, el deber de informar cuando los productos son de segunda selección, el deber de profesionalidad y la proscripción de la publicidad engañosa.

Al responder diversas consultas formuladas por los integrantes de la comisión investigadora, resaltó que la modificación de la ley del consumidor mediante la ley N° 21.081 fortaleció al Servicio Nacional del Consumidor y le concedió facultades fiscalizadoras, lo que le permite actualmente citar a los representantes de las empresas, asistir a las tiendas comerciales y contar con ministros de fe que puedan tomar conocimiento o requerir antecedentes respecto de lo que está ocurriendo en ellas.

Refirió que en este caso el Sernac presentó una demanda colectiva en menos de un mes desde que se conocieron públicamente los hechos, pero que sus actuaciones de fiscalización consistieron solo en citar a los representantes de las marcas y de La Polar. Al respecto, opinó que el Sernac podría haber hecho un poco más, como asistir a las tiendas comerciales, reconocer y revisar la ropa, y levantar información, que fue lo que hizo Conadecus con la asistencia de un notario. Aclaró que su corporación es una organización privada y, por lo tanto, no cuenta con facultades como las del Sernac, entidad que, reiteró, podría haber aplicado algunas acciones de fiscalización más robustas. Recalcó que, dado que las respuestas que entregó el representante de La Polar no fueron útiles, resultará relevante lo que se haya hecho en la fase judicial.

En relación con las actuaciones del Servicio Nacional de Aduanas, destacó la presentación de querrelas que servirán también para recabar antecedentes y se sumarán a las denuncias presentadas por las marcas, con lo que con ello la investigación debería determinar si los productos son falsos. Observó que La Polar, salvo el hecho esencial que reduce a tres *containers* específicos el problema, continúa afirmando que el resto de los productos son originales. Sostuvo, por ello, que lo que se puede hacer en el área penal, junto con la actuación del Ministerio Público, será determinante para decidir si los productos son reales.

En cuanto a la eventual existencia de trabas legales en los procedimientos, afirmó que ello ocurre siempre, pues el procedimiento colectivo es extenso y con el problema de que, para entregarle una respuesta al consumidor y esperar una sentencia de la Corte Suprema, se debe presentar una demanda colectiva, lo que significa un periodo de seis o siete años de tramitación y que el consumidor sienta por ello defraudada su expectativa. Explicó que, si no hay un acuerdo con la empresa para compensar al consumidor, la respuesta no llegará rápido, pues esperar un fallo de la Corte de Suprema puede ser un proceso lento, a pesar de que se han hecho modificaciones para hacerlo más ágil.

Adicionó que otro problema del procedimiento es la carga de la prueba, pues los consumidores afectados deben probar todos los hechos en relación con la infracción. Resaltó que se produce aquí una disparidad en la relación, ya que el proveedor, la parte fuerte en la relación, tiene todos los antecedentes del consumidor y en torno a la infracción que cometió, mientras el consumidor, que es la parte débil, mantiene una desigualdad procesal. Ejemplificó que, aunque hoy las asociaciones han avanzado en especializarse y disponen de una buena capacidad de litigación compleja, aunque cincuenta consumidores se reunieran para hacer una demanda colectiva, probablemente tampoco estarán en igualdad con un proveedor desde el punto de vista procesal.

Aseguró que también han recibido algunos reclamos de otras cadenas, destacando el caso de Hites, porque probablemente existe un proveedor intermediario que está vinculado a una parte de esa familia y habría sido abastecedor de la tienda. Precisó que Conadecus se ha presentado en esas tiendas, pero hasta el momento no ha encontrado antecedentes que validen el caso. Acotó que Hites declaró que vende productos de segunda selección, situación que habría informado a los consumidores, información que Conadecus está tratando de constatar.

Aclaró, sin embargo, que los reclamos en contra de otros *retail* son menos que en el caso de La Polar, y citó la situación de un consumidor que compró un producto de la marca Fox en Cencosud y que, a su parecer, tenía ciertos defectos. El cliente le consultó a Fox y le envió copias del producto, pero la empresa le respondió que nunca ha fabricado en Perú, según se indicaba en la etiqueta del producto. Arguyó, entonces, que podría ser que el caso La Polar deje a la vista que esto está ocurriendo en mayor medida en el *retail*. Pero reiteró luego que los mayores reclamos se concentran actualmente en La Polar.

Observó que un problema reciente es que las empresas de *retail* están migrando a un sistema de Marketplace, en el que ofrecen productos y comunican a consumidores con los proveedores. Resaltó que, en ese caso, si no están los debidos controles podría permitirse que alguien que vende ropa falsificada lograra integrarse dentro de las plataformas del gran *retail*.

Respecto de la antigüedad con que podrían estar vendiéndose estos productos, Conadecus estima que comenzó en 2020, esto es, con el inicio de la campaña publicitaria “Super Marcas” y “Super Precios”, ofreciendo productos de marca, pero a bajo precio, que son los que posteriormente se han ido denunciando por los consumidores. Precisó que si la práctica comenzó desde el inicio de la campaña es algo que desconoce, pero lo cierto es que se enmarca en esta campaña. Aclaró, sin embargo, que no existiría problema con el plazo de prescripción, porque es una situación que está ocurriendo continuamente.

En materia de acciones civiles, esto es, de las indemnizaciones a los consumidores, indicó que Conadecus está demandando por cinco años hacia atrás, es decir, desde lo que podría haber ocurrido a contar de 2018, aunque admitió que ello se determinará tras los procedimientos asociados a las demandas colectivas del Servicio Nacional al Consumidor (Sernac) y la de la Corporación Nacional de Consumidores y Usuarios (Conadecus). La imputación específica, precisó, es a partir de la campaña iniciada en 2020.

Aunque reconoció que La Polar ha señalado que fue estafada por proveedores internacionales con sede en Pakistán, alegó que algo que no puede salvar a esta empresa es que debe observar un deber de profesionalidad. Arguyó que La Polar opera hace cien años en el país, desarrollando un negocio de venta de ropa que se ha ido sofisticando en el tiempo. Actualmente es una sociedad anónima grande e importante en nuestro país, y el deber de profesionalidad los obliga a comprobar o verificar que los productos que adquirieren sean originales, pues si lo incumplen afectan al consumidor.

Agregó enseguida que la ley de propiedad intelectual o industrial permite efectuar importaciones paralelas, es decir, importar productos de marca que hayan salido a la venta por esa marca en otros países. Pero en este caso son las empresas que fabrican, las titulares de la marca internacional, las que denuncian que los productos comercializados por La Polar son falsos y que no fueron adquiridos en una cadena de su mercado. Por ello, insistió, no es un problema entre la marca y alguien que esté importando en paralelo para vender más barato, sino que es un problema de un producto que no es original porque no salió de la fábrica de ese proveedor.

Manifestó desconocer otros casos masivos en que una empresa del *retail* establecida haya vendido productos falsos, aunque admitió que ello es algo que ocurre siempre, ejemplificando que el consumidor que compra a un vendedor ambulante en la calle sabe que está adquiriendo una copia falsificada de un producto, cuya marca exclusiva está inscrita en alguna parte. Pero en este caso se trata de una empresa establecida que con ello destruye la fe pública, pues la gente confía en el comercio. Aseguró que Conadecus siempre defiende que los consumidores compren en el comercio establecido, pero hoy se encuentran con que adquirieron productos que podrían ser falsos, situación que no es admisible dentro del mercado.

En materia de propuestas de mejoramiento que podría generar Conadecus, apuntó a la generación de obligaciones a los proveedores respecto de entregar información que permita una adecuada trazabilidad de los productos fabricados. Cuestionó que hoy el consumidor no sea capaz de distinguir una prenda falsa de una original, más allá de que pueda observar defectos o tener una etiqueta de "Irregular". Incluso advirtió que el órgano fiscalizador, en este caso el Servicio Nacional del Consumidor, tampoco podría hacerlo, pues actualmente solo puede identificar su originalidad la propia marca, que es la que instala sellos que le permiten corroborar que el producto salió de su producción, de qué fábrica lo hizo y a qué lote pertenece.

Opinó que esa información debería estandarizarse, de modo de permitir la trazabilidad a partir de un número y facilitar la comprobación del origen de los productos, su fecha de fabricación y su pertenencia a una empresa. Aseveró que no debería utilizarse un método tan burdo como colocar etiquetas impresas, que el consumidor y el fiscalizador no pueden identificar o entender.

Sostuvo que esta propuesta podría facilitar a los organismos fiscalizadores la determinación de que los productos no sean falsos, con información incorporada por el proveedor en cada etiqueta.

Doña **Carolina Belmar, Directora de la Asociación Internacional de Marcas Para América Latina y el Caribe (INTA)** expuso que la INTA es una asociación creada en 1878, que está orientada al logro de tres objetivos principales: hacer explícito a la comunidad cuál es el valor que tienen las marcas para la construcción de una mejor sociedad; construir una mejor sociedad a través de las marcas, dado su rol tradicional de informar la procedencia; y apoyar la evolución y discusión permanente entre los expertos en propiedad intelectual.

Su sede principal está en Nueva York, pero dispone de oficinas regionales en todos los continentes, incluida una oficina para América Latina y el Caribe abierta en Santiago de Chile durante 2017. La asociación cuenta con cerca de 35.000 miembros, que pertenecen a poco más de 6.400 organizaciones, y está presente en 185 países. En el caso de América Latina, agrupa más de 2.800 miembros, resaltando así la diversidad y cobertura como una riqueza en la toma de decisiones.

Explicó que la propiedad intelectual es una herramienta para el desarrollo de la industria, especialmente de aquella basada en el conocimiento, por lo que la misión de la INTA promueve que el valor agregado de bienes y servicios que generalmente no pueden diferenciarse, lo generen a través de la propiedad intelectual, uno de cuyos elementos es la marca.

Recalcó que la marca tiene varias funciones, pero la esencial es identificar cuál es la procedencia comercial del producto, porque para el consumidor esta es una información relevante y a partir de la cual reconoce que existe un responsable que debe hacerse cargo de la promesa de valor que ofrece ese producto, referida a sus características de calidad, cantidad, precio u otro. Por eso, destacó, es muy importante que la marca sea efectivamente utilizada por quien es el titular.

Reiteró que 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 realiza cotidianamente. Por eso, criticó, cuando se falsifica una marca y el usuario no sabe que está comprando un producto falsificado, quien se afecta por la mala experiencia es no solamente el consumidor, sino también el titular de la marca. El consumidor opinará que “este producto es de mala calidad”, y afectará la importante inversión que hacen las marcas en posicionarse y destacar sus características diferenciadoras frente a sus competidores. Entonces, arguyó, en un mundo globalizado y altamente competitivo, las marcas ayudan a los consumidores a efectuar una mejor toma de decisiones.

Se preguntó luego cuál sería la contribución de las marcas, a lo que respondió afirmando que las marcas proporcionan no solo información relevante a los consumidores, sino que las empresas intensivas en el uso de marcas protegidas y registradas contribuyen también en forma decisiva en el Producto Interno Bruto.

Presentó entonces los datos de un estudio encargado por la INTA a un centro de investigación económica argentino, que consideró diez países de la región latinoamericana, que se llevó a cabo por primera vez en 2017 y se repitió en 2019. Y aunque sus resultados fueron informados ese año, su difusión fue limitada por causa del escenario de pandemia mundial vivido en la época.

Sin embargo, destacó, lo interesante fue que este estudio evidenció la relevancia de las marcas en la importación y exportación, representando el 21% promedio del PIB.

Contribución de las Marcas



Detalló que para el caso de Chile esos resultados fueron más altos y representaron el 18% de la fuerza laboral o empleo formal de calidad, pues los sueldos que recibían los trabajadores de las empresas intensivas en marca eran sustantivamente más altos que los que percibían los empleados que realizaban las mismas labores en empresas que no eran intensivas en el uso de marcas, es decir, que no utilizaban la marca como un instrumento de posicionamiento y valor en sus mercados. Aunque usaran una marca, no la tenían protegida, por lo que no hacían una gestión de diferenciación con su marca.

En cuanto a la falsificación, indicó que el estudio disponible más reciente sobre la materia es de la OCDE, de 2019, y reitera ciertos elementos que la INTA ya había detectado previamente, pero dicho estudio lo hizo mediante una metodología y a través de una institución altamente reconocida, de la cual Chile es miembro.

Indicó que el fenómeno de la falsificación es global, es decir, se trata de un problema que no solo afecta a Chile, por lo que exige soluciones armonizadas y coordinadas entre los diversos países. Aseguró que constituye también un fenómeno transfronterizo y que, particularmente por la pandemia, antes que disminuir, aumentó a través del *e-commerce*, lo que representó nuevos desafíos para los órganos encargados del control en las fronteras y en el mercado interior, a saber, el Servicio Nacional de Aduanas, la Policía de Investigaciones, Carabineros de Chile y las fiscalías.

Agregó que la falsificación es también 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, regulaciones gubernamentales y las medidas prácticas que toman los titulares de marca, están siendo superados por la creatividad de esa industria.

Refirió luego que la falsificación está asociada a otros delitos, recalcando que se trata de un problema grave, condición que ilustró presentando las cantidades de productos transados.

| Sector | Share of counterfeit goods as a percentage of turnover |
|---|--|
| Watches ¹ | 5 |
| Medicine ¹ | 6 |
| Perfumes ² | 5 |
| Aircraft spare parts (SUP) ² | 10 |
| Toys ¹ | 12 |
| Music ² | 33 |
| Video ² | 50 |
| Software ² | 43 |

OECD 2021: USD \$464 mil millones

PIB de Chile en 2021: 317 mil millones

Fuente: Banco Mundial



Aseguró que cada año este negocio mueve entre 1,7 y 4,5 billones de dólares, lo que representa, en cuanto a falsificación, la décima parte y es equivalente a lo que produce la mayor economía del mundo.

Alegó que esta práctica es asimismo responsable de la pérdida de 2,5 millones de puestos de trabajo, pues en la medida en que las empresas dejan de vender y de que su reputación se ve afectada, su crecimiento decrece. Indicó que la falsificación pone en riesgo a las economías basadas en el conocimiento y en la innovación, especialmente las abiertas y globalizadas, como la chilena.

- Estadística Medida de Frontera - Suspensiones de despacho por tipo de mercancía

| Tipo de Mercancía | CANTIDAD MERCANCIA (U) | | VAR. PERIODO (%) | VALOR MERCANCIA (US\$) | | VAR. PERIODO (%) |
|------------------------------|------------------------|------------------|------------------|------------------------|-------------------|------------------|
| | Enero - Septiembre | | | Enero - Septiembre | | |
| | 2021 | 2022 | | 2021 | 2022 | |
| JUGUETES | 445.174 | 937.883 | 130,52% | 5.804.529 | 9.697.867 | 67,07% |
| LLAVEROS | 25.802 | 291.329 | 912,82% | 469.062 | 846.399 | 80,43% |
| CALZADO | 288.512 | 195.521 | -32,23% | 11.072.674 | 5.079.187 | -54,13% |
| ACCESORIOS CELULARES | 734.494 | 180.520 | -75,42% | 7.630.653 | 1.828.995 | -76,03% |
| VESTUARIO | 856.620 | 252.311 | -82,22% | 8.423.357 | 3.226.529 | -61,70% |
| JUEGOS DE NAIPES | 49.441 | 108.180 | 138,81% | 248.134 | 769.086 | 209,95% |
| ARTICULOS DE COCINA | 3.964 | 84.012 | 2039,37% | 70.439 | 85.166 | 20,93% |
| ARTICULOS DE ESCRITORIO | 20.566 | 77.761 | 278,30% | 61.449 | 274.462 | 346,65% |
| COSMÉTICOS | 14.435 | 68.016 | 371,19% | 121.036 | 4.743.697 | 3819,24% |
| LOGOS | 4.759 | 36.010 | 656,67% | 4.863 | 10.774 | 121,55% |
| MALETERIA | 38.523 | 33.347 | -19,46% | 952.250 | 475.372 | -50,08% |
| RELOJES | 29.205 | 29.055 | -0,51% | 695.878 | 1.480.105 | 112,70% |
| GORRAS Y GORROS | 21.791 | 22.961 | 5,37% | 330.882 | 277.224 | -16,22% |
| BISUTERÍA | 22.874 | 20.926 | -8,52% | 107.860 | 1.213.643 | 1025,20% |
| ACCESORIOS AUTOMOVIL | 32.090 | 18.551 | -42,19% | 1.083.731 | 181.547 | -83,29% |
| ACCESORIOS CONSOLAS DE JUEGO | 64.941 | 35.354 | -76,36% | 1.674.483 | 703.118 | -58,03% |
| DISFRACES | - | 34.360 | - | - | 222.006 | - |
| BOLSAS Y BOLSOS PLÁSTICOS | 890 | 30.036 | 913,74% | 13.422 | 52.483 | 293,02% |
| CONSOLAS DE JUEGO | 29.469 | 9.360 | -68,34% | 2.375.746 | 443.409 | -81,34% |
| ARTICULOS ELECTRONICOS | 1.890 | 5.292 | 180,00% | 172.928 | 166.537 | -3,70% |
| OTRAS MERCANCIAS | 2.286.956 | 6.664.893 | 191,43% | 14.162.542 | 9.066.958 | -35,98% |
| Grand Total | 4.972.896 | 8.942.978 | 79,83% | 35.475.919 | 40.844.551 | -26,37% |

Fuente: Servicio Nacional de Aduanas

Elaboración: Departamento de Estudios CNC



Sostuvo que, dado que es un fenómeno dinámico y que evoluciona, requiere ser revisado permanentemente, tanto en materia de regulaciones a nivel local, como en 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 se trata de productos relacionados con medicamentos o dispositivos de salud que ponen en riesgo la vida, la salud de las personas y la seguridad. Pero, acotó, también en el caso de falsificación de partes y piezas de automóviles, de aviones, de juguetes destinados a niños, o de piezas de electrodomésticos.

Criticó que quienes están involucrados en la falsificación y la piratería eluden impuestos, porque generalmente hay concurrencia de más de un delito y Aduanas no solo se querrela por propiedad intelectual, sino especialmente por contrabando y delitos relacionados con impuestos. Agregó que tampoco se cumplen normas y estándares laborales y de seguridad social, se destruyen empleos, y se empobrece la sociedad. Desde la perspectiva de los fabricantes, acotó, representa una competencia desleal contra quienes invierten en mejorar e innovar constantemente y que contratan formalmente.

Citando el estudio de la OCDE, señaló que el 2,5% del comercio mundial de 2019 fue con mercaderías falsificadas y pirateadas, y que a consecuencia de la pandemia se cambió el objeto de falsificación, orientándose a medicamentos y dispositivos médicos.

Reflexionó entonces que el comercio en línea nos debería llevar a revisar las normativas y estándares locales para poder perseguir estos delitos, pues la falsificación proyectada para el 2021 superó con creces el PIB esperado para nuestro país.

Detalló que los artículos más falsificados fueron relojes, medicinas, perfumes, partes y piezas de aviones y juguetes, siendo Chile el noveno país como destino de juguetes falsificados, aunque en estadísticas elaboradas por la Cámara Nacional de Comercio, Servicios y Turismo de Chile, esos productos figuraron en el primer lugar.

Consideró relevante destacar que esas tendencias se mantienen en la actualidad, y que cuando ese estudio se actualice, las cifras podrían incrementarse a un porcentaje aún mayor.

Abordó luego las acciones de la INTA en la lucha contra la falsificación y la piratería, destacando en primer lugar su interacción con todos los grandes *retailers* a nivel mundial, fabricantes y plataformas a nivel global, instancia en que se produce un diálogo interesante entre las partes que, aunque hace algunos años se entendía como de intereses contrapuestos, hoy se manifiesta en trabajos de comités para luchar contra las falsificaciones y la piratería.

Como segundo aporte de la INTA, señaló la colaboración en el reforzamiento del concepto que el consumidor debe estar en el centro del debate cuando se habla de la protección de las marcas. Para ello, relató, se discute desde el año pasado en Estados Unidos una modernización de normas para garantizar la compra segura de productos en línea. Asimismo, refirió que el año pasado se promulgó en Suecia una ley que refuerza la protección del consumidor en materia de comercio electrónico; y también en 2022 la Unión Europea promulgó dos normas que establecen un marco conceptual que ya está en vigor a nivel comunitario europeo, con el fin de revisar y mejorar los estándares para proteger a los consumidores y a las empresas que utilizan el comercio electrónico para posicionar sus productos en plataformas o *marketplaces* que tienen posiciones que pueden considerarse abusivas.

Finalmente, prosiguió, cada año el INTA realiza estudios y encarga informes a expertos de diversas materias a nivel mundial, con el fin de sustentar en ellos sus propuestas. A modo de ejemplo mencionó un reporte solicitado a un centro de investigación en economía argentino de alto prestigio, sobre la contribución de las marcas a la sociedad en 2019. Resaltó también la disposición de leyes y capítulos de propiedad intelectual modelo, que pueden servir como directrices para que los tomadores de decisiones y hacedores de políticas públicas puedan mejorar las regulaciones existentes. Ejemplificó que en esos textos se sugiere que los activos que provengan de ilícitos sean

confiscados, que se establezcan excepciones al agotamiento internacional, situar el interés del consumidor en el centro.

Subrayó que la riqueza de la INTA es que representa intereses distintos, de diversas veredas, pero también a todas las regiones del mundo, de manera coordinada.

Respecto del caso particular de La Polar, indicó que existen varios elementos a considerar. Se detuvo, en primer lugar, en el rol que debe tener el titular de las marcas cuando se afectan sus derechos; y luego en el hecho de que carabineros ya había decomisado productos en bodegas en Santiago y no en Aduanas, institución que luego ha suspendido de oficio el despacho de cinco cargamentos. Asimismo, recordó que en marzo de este año la empresa reconoció que algunos *containers* contenían prendas falsificadas y se desistió de la demanda de competencia desleal que había presentado en contra de las marcas.

En este caso, observó, se produjo la concurrencia de varios delitos y no solo contra la propiedad intelectual. Explicó que, desde la perspectiva de La Polar, se puso sobre la mesa el fenómeno de las importaciones paralelas, que tienen que ver con el régimen de agotamiento de los derechos de propiedad intelectual, de las marcas, que establecen las legislaciones. Preciso que en 2009 la legislación chilena estableció el agotamiento internacional de los derechos del titular de marca sobre sus productos, mientras que, en otras regiones, como la Comunidad Económica Europea, se establecieron el agotamiento regional o el agotamiento nacional. Detalló que, si existe un régimen de agotamiento internacional, cualquiera que sea el lugar del mundo donde se compre un cargamento, en un comercio del titular o de un licenciatario autorizado, su derecho se extingue, por lo que el licenciatario del país de destino no tiene capacidad de cobrar regalías o a acusar infracciones.

Acotó que en el caso de los países que tienen un agotamiento nacional, como Estados Unidos y Japón, aunque se compre en un comercio establecido en el exterior, si no ha pagado la licencia ni la autorización del licenciatario o del fabricante local, puede ser tratado como un caso afecto a infracción. Por eso, recalcó, es relevante saber cuál es el sistema que tiene cada país, pues ello afectará la perspectiva del consumidor.

Relató que en 2022 la INTA participó activamente en la discusión sobre el paquete normativo de la Unión Europea sobre los servicios digitales, que se tradujo en dos regulaciones: la ley sobre servicios digitales y la ley sobre mercados digitales. En ambos casos, la asociación envió comentarios e hizo propuestas que representaron la visión global de sus miembros, focalizando la preocupación en cómo se protege tanto al consumidor como al fabricante y a los productores que utilizan las plataformas para comercializar sus productos.

Advirtió que en Chile los *retails* más grandes se han convertido también en *marketplaces*, por lo que tienen un doble rol de permitir no solo la comercialización de distintas marcas en sus tiendas físicas, sino también de servir como espacio de comercialización de productos, de forma similar a como lo hacen Amazon o Mercado Libre.

En lo relativo al rol del titular o propietario de marca en el caso La Polar, afirmó que éste sería el primer caso de relevancia nacional en que puede aplicarse la reforma que el Congreso Nacional aprobó en 2021 y que entró en vigor en mayo de 2022 (Ley N° 21.355), donde se agrava la sanción del delito de falsificación. Recalcó que por primera vez las personas podrían ser sancionadas con penas privativas de libertad de hasta tres años, pues antes era un delito que solo estaba sujeto a multa. Y también podría aplicarse la indemnización compensatoria, de hasta 2.000 UTM; ordenarse por el tribunal

la destrucción de los objetos, y permitirse la distribución benéfica por parte del juez. Sin embargo, observó, todo ello requeriría que el titular accione, condición que hace complejo el caso, pues para que el titular lo haga debe comprar ejemplares falsificados, enviarlos a laboratorios y determinar la infracción para probar que es un producto falsificado, todo lo cual significa pagar pericias. A ello se agrega que, si se decomisan productos dentro del territorio nacional, el titular debe hacerse cargo del almacenamiento y de la destrucción posterior de los productos. En conclusión, afirmó, es un trámite oneroso y si se trata de productos dañinos para el medioambiente, se deben respetar y cumplir las normas sanitarias respectivas, lo que encarece aún más la destrucción.

Por esa razón, arguyó, en muchos casos en que Aduanas suspende una importación, si el titular de la marca no persevera, entonces no se inicia la acción penal y se debe liberar la mercadería. Reiteró que el titular no lo hace porque tiene recursos limitados, terminando así victimizado tres veces, pues la falsificación destruye su reputación y luego debe destinar recursos en comprar productos falsificados, demostrar a través de pericias y laboratorios que los artículos no cumplen con el estándar del titular, comparado con un producto original, almacenarlos y destruirlos.

En cuanto a la suspensión en fronteras, indicó que en Chile el Servicio Nacional de Aduanas puede disponer la suspensión de falsificación por diez días, aunque el INTA propuso extender ese plazo para que el titular alcance a preparar las acciones, especialmente en el caso de marcas internacionales, en que la toma de decisiones no es rápida.

Explicó que el Servicio Nacional de Aduanas cuenta con un sistema electrónico de notificación de la suspensión a los titulares, que hace expedito el trámite y es un ejemplo a nivel regional e internacional. Advirtió que el Servicio asume riesgos y presenta querellas, aun cuando no está facultado para hacerlo en materia de propiedad intelectual, pues busca otros delitos concurrentes como el de contrabando. Por lo tanto, reiteró, se preocupa de querellarse y también está presente en los pocos casos que llegan a juicio, pues habitualmente ellos se resuelven mediante 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 repletas de productos falsificados.

Acerca de la incautación en el territorio nacional, señaló que se exige la acción privada del titular, dado que, si este no acciona, el Ministerio Público queda atado de manos, al igual que la Policía de Investigaciones y Carabineros, aunque se trate de casos flagrantes. Detalló que Carabineros y la Policía de Investigaciones tienen áreas investigativas especializadas en propiedad intelectual, lo que demuestra la preocupación de quienes están a cargo de velar por el respeto y observancia de los derechos. Adicionó que el Ministerio Público tiene también una división encargada de delitos económicos a nivel central, donde se incorpora la propiedad intelectual.

En relación con las importaciones paralelas, indicó que nuestro país optó hace más de quince años por la alternativa del agotamiento internacional, condición que presenta elementos positivos, pero también algunos que pueden crear riesgos, así como la existencia de zonas grises, mercados en que no es claro si se trata de productos adquiridos por medios legítimos, si son productos falsificados o se mezclan.

En esta materia, sostuvo que la INTA propone que cada país sea libre de establecer el régimen de agotamiento que mejor se ajuste a sus políticas públicas, aunque defendió que, aunque exista agotamiento internacional, debieran establecerse ciertas excepciones a ese agotamiento. A modo de ejemplo señaló el caso de que existan diferencias sustanciales en la materialidad de los productos que han sido autorizados por la marca, y sea evidente que el producto no cumple ningún estándar ni aun de segunda calidad. Consideró curiosa esta última denominación, porque las marcas no favorecen la distribución de productos que estén bajo los estándares mínimos de calidad de su marca.

Concluyó que, según su experiencia a nivel internacional, para abordar este fenómeno se requiere colaboración público-privada continua y en la que debiera haber permanente conversación. Aunque reconoció que esto ya existe en nuestro país, debería reforzarse aún más. Destacó que esta colaboración ha sido bien coordinada por la Cámara Nacional de Comercio, pero sostuvo que debería haber un rol mucho más activo de todos los órganos del Estado.

Agregó a lo anterior la cooperación y coordinación transfronteriza, esto es, normas armonizadas a nivel regional y global. Y, finalmente, que las autoridades que están a cargo de la elaboración de las políticas públicas revisen las normativas conforme los datos y resultados de las políticas que se promueven, para recoger las nuevas realidades.

Aseguró, finalmente, que con el fenómeno de *e-commerce*, la piratería solo se ha agravado, por lo que se requiere que las plataformas tengan una mejor regulación, que proteja al consumidor y a quienes, como pymes y empresas fabricantes, están obligadas a utilizar esos medios.

Al responder diversas consultas de los miembros de la comisión investigadora, señaló que esta realidad se repite en otras partes, lo que ha llevado a revisar y modificar normas existentes, con una perspectiva del consumidor.

Destacó que, en materia de 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.

Sostuvo que se ha debatido mucho respecto de que los acuerdos reparatorios a los que en el pasado llegaron los titulares de marca, y que son confidenciales. Pero lo que sucede por una cuestión de oportunidad, por el costo que tiene llegar a juicio, es que el Ministerio Público favorece ese tipo de acuerdos pues el titular intenta manejar costos para que sea el infractor, en este caso el *retailer*, quien se haga cargo del costo de bodegaje y de destrucción, y se comprometa a no seguir realizando ese tipo de acciones. Sin embargo, advirtió, esa discusión escapa de la capacidad del titular de velar por que se resarza a los consumidores que adquirieron productos apócrifos. Lamentó que el consumidor quedará fuera de esto, porque tampoco tiene la capacidad para hacerlo.

Don **Stefan Larenas, Presidente de la Organización de Consumidores y Usuarios (ODECU)** sostuvo que, como organización de consumidores, están muy preocupados por este problema, porque no solo ha sido de impacto público, sino que también ha evidenciado vacíos legales.

Recalcó que a Odecu se interesa fundamentalmente la forma de mirar hacia el futuro y cómo prevenir nuevas situaciones, dado que la actual ya está materializada.

Consideró que actualmente los tribunales y el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) tienen la palabra, por lo que se trata de temas jurídicos que debe resolver el tribunal.

Entre las materias de futuro destacó la instalación de los mecanismos preventivos existentes, regulados por el Sernac, que son los programas de cumplimiento o *compliance*, es decir, la participación de terceros en un proceso auditable

y auditado para prevenir determinadas situaciones. Opinó que, si hubiera existido un buen plan de cumplimiento, podría haberse verificado en la trazabilidad de los documentos que se garantizara la autenticidad de los productos, y se hubiesen prevenido los altercados entre los consumidores y las empresas dueñas de las marcas.

Recalcó entonces que Odecu sostiene que los programas de cumplimiento han estado en el corazón mismo de los programas de cumplimiento de muchas empresas, que siempre deben estar sujetos a un tercero capaz de auditar para prevenir cualquier tipo de parcialidad. Acotó que se trata de un tema de transparencia proactiva, como lo hizo el Sernac rescatando el artículo 33 de la ley del consumidor, trabajado así por la vía reglamentaria.

Cuestionó entonces que no existiera un sistema de comprobabilidad de las empresas, previo a que formen parte del mercado de la información. Arguyó que las empresas pueden decir cualquier cosa, como que los precios serán más baratos para siempre, que nunca se cambiará el precio, afirmación que calificó de absurda e inviable, pese a lo cual existe el mensaje "Precios bajos siempre". Refirió también los casos de comprobabilidad de lo que una tienda promueve y vende. Aunque admitió la existencia de un modelo de productos de segunda selección, opinó que el problema surge cuando ello no se puede comprobar.

Recordó que cuando se dictó la ley del consumidor, el delito de estafa desapareció, por lo que para aducir en este caso un delito de estafa se debe recurrir a materia penal, con todo lo que eso significa. Por ello, sugirió incorporar la figura de estafa en la ley del consumidor.

Sumó a lo anterior que, ante casos de defraudaciones masivas a los consumidores, debería aplicarse la responsabilidad penal del gerente de la empresa.

Y concluyó con el problema que se presenta en tribunales, al tener que presentar el documento que acredite la compra, en este caso, en La Polar, exigencia que calificó de ilógica, dado que muchos consumidores no tienen la boleta después de tanto tiempo transcurrido. Por eso, sostuvo, se debería otorgar facilidades a los consumidores defraudados.

Don Carlos Pavez, Director de la Unidad de Análisis Financiero del Ministerio de Hacienda se refirió a la Unidad de Análisis Financiero. Relató que es una institución creada por la ley N° 19.913 de 2003, y que entró en funcionamiento en mayo de 2004, cuyo objetivo principal es la prevención y detección de los delitos tipificados como lavado de activos y financiamiento del terrorismo, con el objeto de prevenir la utilización del sistema financiero, y de otros sectores de la actividad económica, para la comisión de ese tipo de delitos. Explicó que, para lograr ese cometido, la entidad realiza inteligencia o análisis financieros, de manera de proveer de insumos al Ministerio Público para que, cuando corresponda y en el ámbito de sus atribuciones exclusivas, lleve adelante las investigaciones penales correspondientes. Preciso que, en la realización de inteligencia financiera, están facultados para emitir normativas, fiscalizar su cumplimiento e imponer sanciones en caso de incumplimiento. Resaltó que también pueden capacitar a los sujetos obligados, así como difundir información de carácter general sobre sus acciones en el ámbito local e internacional.

Mencionó luego que la Unidad de Análisis Financiero actúa también como coordinador del Sistema Nacional Antilavado de Activos y Contra el Financiamiento del Terrorismo, donde participan órganos del sector público tales como los ministerios, las policías, el Ministerio Público, el Servicio de Impuestos Internos y el

Servicio Nacional de Aduanas, entidades que cumplen distintos roles en las labores de prevención, detección y persecución penal.

Aclaró que la Unidad de Análisis Financiero está en el ámbito de la prevención y detección de conductas que podrían ser constitutivas de delito de lavado de activos o financiamiento del terrorismo. En esa tarea, reiteró, tiene el mandato de entregar la información al Ministerio Público, que tiene la facultad exclusiva de realizar la persecución penal. Refirió entonces las 40 recomendaciones contra el lavado de activos y financiamiento del terrorismo del Grupo de Acción Financiera Internacional (GAFI), institución que, a través de su órgano regional, el Grupo de Acción Financiera de Latinoamérica (Gafilat), somete a evaluaciones mutuas a sus integrantes.

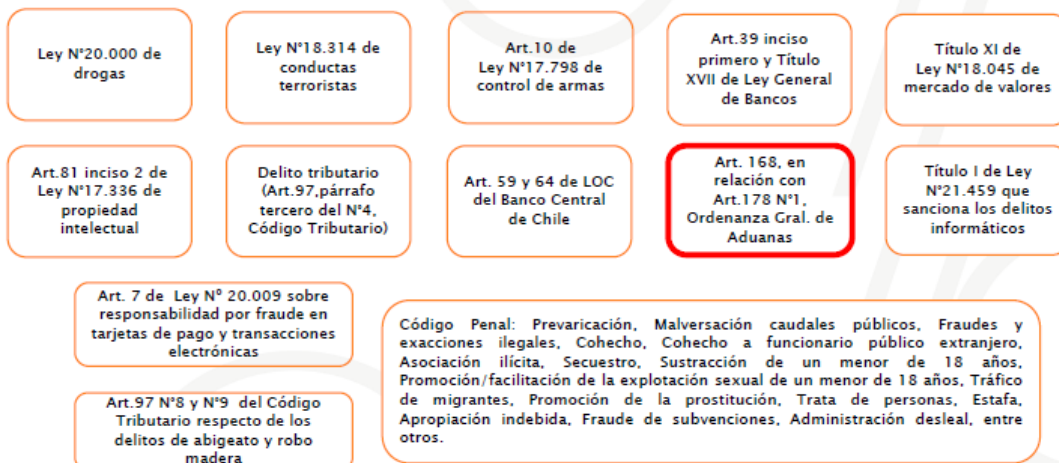
Explicó que el fin de sus acciones es impedir que los recursos financieros que se obtienen como producto de actividades ilícitas puedan materializarse, integrarse, utilizarse o que alguien pueda beneficiarse de los mismos, incorporándolos a los distintos sectores económicos y dándoles la apariencia de recursos de origen lícito. Es decir, recalzó, se pretende evitar el lavado de activos.

Observó que la prevención y combate del lavado de activos se ha entendido siempre como una actividad instrumental, una herramienta para combatir la criminalidad de base. Por ello, arguyó, las unidades de análisis financieros buscan cortar ese circuito para impedir que las personas puedan beneficiarse de los recursos de origen ilícito. Destacó que se trata de un instrumento muy valioso, que ha demostrado ser muy exitoso impidiendo que se beneficien las asociaciones o las personas que cometen distintos ilícitos, particularmente los delitos graves.

Recordó que lo que originalmente estaba detrás del lavado de activos y del financiamiento del terrorismo, eran los delitos de connotación terrorista y aquellos considerados muy graves, tales como la corrupción, el cohecho, la trata de personas y el narcotráfico.

Pero en Chile, advirtió, a partir de la ley N°19.913, y siguiendo las recomendaciones internacionales y las mejores experiencias, se ha incorporado otro conjunto de delitos precedentes al lavado de activo, aparte de los que establece la ley N°20.000 sobre drogas y la ley N°18.314 sobre conductas terroristas. Refirió entre ellos la ley N°17.798, sobre Control de Armas, la Ley General de Bancos, la Ley de Mercado de Valores, la Ley de Propiedad Intelectual y otra serie de delitos contenidos en el Código Penal.

Delitos precedentes del lavado de activos. (Ley N°19.913, art. 27)



Consideró esto último muy importante, porque para que la Unidad de Análisis Financiero pueda operar e intervenir, se requiere que los delitos estén tipificados como delitos base de lavado en el artículo 27 o en otros cuerpos legales. Detalló que el artículo N° 27, faculta a la Unidad de Análisis Financiero para intervenir en la investigación y en el análisis de información que permita, cuando corresponda, enviarle al Ministerio Público informes de inteligencia que son un insumo muy valioso para la labor de investigación y persecución penal que hace esa entidad.

Estimó que uno de los delitos que podría estar relacionado con el mandato de esta comisión especial investigadora, se encuentra en el artículo N°168, en relación con el artículo N° 178 de la ordenanza general de Aduanas, que persigue el contrabando de mercancías.

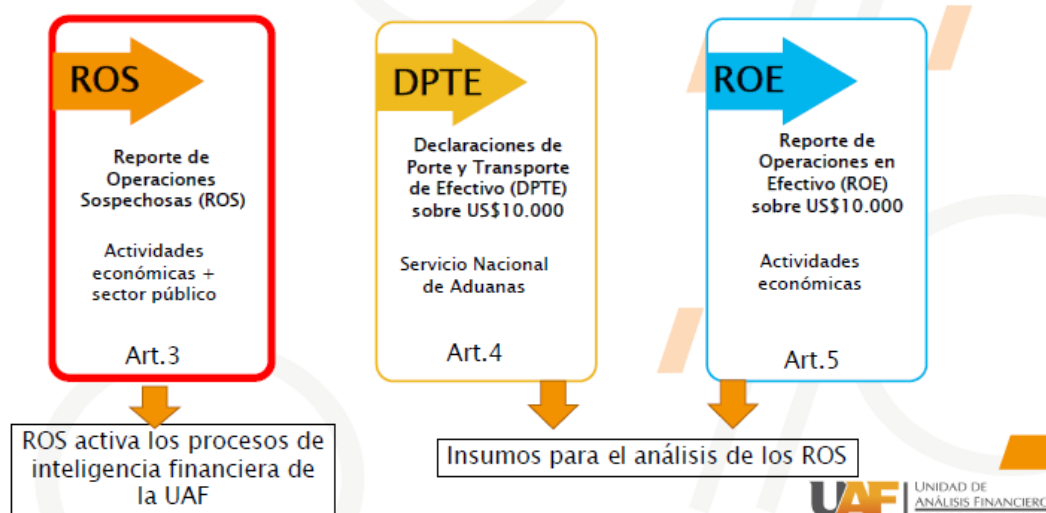
Ordenanza de Aduanas, art.168, en relación con el art.178 N°1: Delitos de contrabando.

- Introducir al territorio nacional, o extraer de él, mercancías cuya importación o exportación, respectivamente, se encuentren prohibidas.
- Introducir al territorio de la República, o al extraer de él, mercancías de lícito comercio, defraudando la hacienda pública mediante la evasión del pago de los tributos que pudieren corresponderle, o mediante la no presentación de las mismas a la Aduana.
- Extraer mercancías del país por lugares no habilitados o sin presentarlas a la Aduana.
- Introducir mercancías extranjeras desde un territorio de régimen tributario especial a otro de mayores gravámenes, o al resto del país, en alguna de las formas indicadas en los incisos precedentes.

(*) El artículo 178, N°1 establece que las personas que resulten responsables de los delitos de contrabando o fraude serán castigadas con una multa de una a cinco veces el valor de la mercancía objeto del ilícito, si ese valor no excede las 10 unidades tributarias mensuales. En caso de reincidencia del contrabando de tabaco y sus derivados y del contrabando de bebidas alcohólicas, fuegos artificiales, productos farmacéuticos y juguetes, se aplicará, además, la pena de presidio menor en su grado mínimo.

Acotó que su labor de inteligencia financiera se basa en dos grandes elementos: los deberes que se le imponen a instituciones y personas, que son los denominados sujetos obligados establecidos en el artículo 3 de la ley N°19.913, incluidos, los bancos, los proveedores, las compañías de seguros, las administradoras de fondos, los notarios, los conservadores y otros.

¿Qué se le reporta a la UAF? Ley N°19.913.



Al respecto, recordó que la denominada ley antinarco incorporó otra serie de sujetos obligados, tales como las automotoras, las comercializadoras de vehículo, y los clubes de tiro y caza; es decir, una gran cantidad de entidades que, sobre la base del conocimiento que tienen de sus clientes en sus operaciones de distinta naturaleza, están obligados a enviar el Reporte de Operaciones Sospechosas (ROS), informando aquellas transacciones inusuales o sospechosas. Indicó que, en el cumplimiento de esa obligación de reporte, la Unidad de Análisis Financiero dispone de una primera fuente de información relevante para realizar su labor y sus informes de inteligencia.

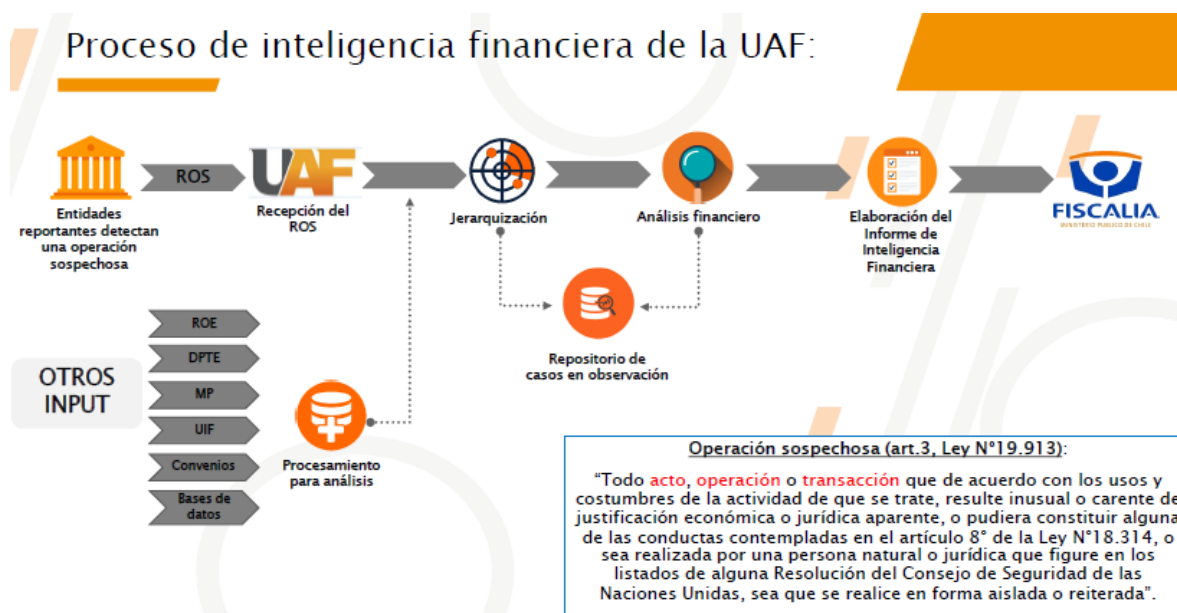
Añadió que un segundo informe a la Unidad es el Reporte de Operaciones en efectivo (ROE), en casos de tratarse de operaciones sobre el umbral de 10.000 dólares, a lo que se suma la información recabada a través del Servicio Nacional de Aduanas, consistente en las declaraciones de porte y transporte de efectivo por los pasos fronterizos.

Explicó entonces que, por un lado, está la función relacionada con los sujetos obligados, como parte del diseño institucional, y por otro lado lo que tiene que ver con los delitos base. La Unidad de Análisis Financiero interviene a partir de los reportes de operaciones sospechosas que le envían los sujetos obligados, en el ámbito de la posible ocurrencia de algún delito de lavado de activos, de financiamiento del terrorismo y de aquellos delitos reconocidos como delitos base de lavados.

Consideró importante advertir que los informes de inteligencia, que por ley están calificados de secretos y de reserva, no constituyen una denuncia de la comisión por un delito. Como tampoco está denunciando un delito el sujeto obligado que reporta a la Unidad de Análisis Financiero, pues solamente da a conocer antecedentes relacionados con operaciones consideradas inusuales.

Agregó que los sujetos obligados no están obligados a hacer una investigación previa para determinar la existencia de un delito, sino que solo buscan detectar a través de sus sistemas de prevención y detección algún rasgo de inusualidad, de manera tal que con esa información la UAF pueda integrarla al resto de la información, analizarla y establecer algún vínculo con algún tipo de delito, pero no como denuncia, sino a nivel de indicios. Si la UAF, a partir de la información analizada, detecta indicios relacionados con algunos de los delitos base del lavado de activos o de financiamiento del

terrorismo, entonces, corresponde el envío de un informe de inteligencia al Ministerio Público.



Resaltó que con ese fin se mantiene una coordinación muy estrecha con el Ministerio Público, en el sentido de establecer la oportunidad, la profundidad y el contenido de los informes que se le envían, para hacer más efectiva o facilitar la labor de persecución e investigación penal que tiene el Ministerio Público.

Insistió en que, en el caso analizado por esta comisión investigadora, y por disposición expresa de la ley N°19.913, tanto la Unidad de Análisis Financiero como los sujetos obligados, están impedidos de dar a conocer cualquier información relacionada con reportes de operaciones sospechosas e informes de inteligencia financiera. Observó que solo el Ministerio Público está habilitado para liberar esa información.

Explicó que esta reserva de las investigaciones relacionadas con el lavado de activos responde a una buena práctica internacional, que busca no alertar a las personas involucradas en una actividad ilícita y permitirles buscar otros caminos para seguir llevando adelante el proceso de lavado de activos.

Abordó luego una serie de datos estadísticos para graficar la actividad de la Unidad de Análisis Financiero, indicando que existen 88 sectores de la economía incorporados como sujetos obligados, además de las instituciones públicas incorporadas por ley desde 2015. Señaló que antes de la entrada en vigencia de la ley antinarcos, existían alrededor de 8.500 sujetos obligados, casi 8.000 del sector privado y alrededor de 460 del sector público, pero con la publicación de la ley antinarcos se incorporaron gradualmente alrededor de 40.000 nuevos sujetos obligados.

¿Qué hace la UAF con los ROS que recibe? Funcionamiento del Sistema Nacional ALA/CFT:



Destacó que en 2022 la Unidad recibió desde los casi 8.500 sujetos obligados inscritos poco más de 11.500 reportes de operaciones sospechosas, los cuales, sobre la base de la experiencia y los estándares internacionales, fueron jerarquizados y clasificados, asignando mayor prioridad a alrededor del 10%, mientras que los demás se reanalizaron utilizando herramientas tecnológicas como *data analytics*, con inteligencia artificial. Asimismo, se envió al Ministerio Público alrededor de 72 o 75 informes de inteligencia financiera, mediante un sistema directo y restringido de entrega, que resguarda la reserva de antecedentes.

Finalizó precisando que, en el caso de los reportes de operaciones en efectivo, que en 2022 llegaron a 2.500.000, la obligación de reportar es de carácter objetiva, pues basta que se supera el umbral de 10.000 dólares para enviar la información.

Don **Sergio Muñoz, Director General de la Policía de Investigaciones de Chile** recordó que durante noviembre de 2022 se dio a conocer públicamente a través de los medios de comunicación nacional una serie de denuncias contra la empresa sociedad anónima La Polar, por la eventual venta de ropa falsificada a través de sus multitiendas. Precisó que la alerta se encendió cuando la marca deportiva Under Armour, a través de Forus, su operadora en Chile denunció a la multitienda por vender ropa que no era auténtica, lo que culminó con el allanamiento simultáneo de ocho bodegas de la empresa La Polar S.A.

Acotó que, a propósito de esa situación, salieron luego a la luz pública otras denuncias por hechos de las mismas características que involucraban a la empresa La Polar, como la realizada por la marca Columbia años atrás, cuando para evitar acciones legales se destruyeron las prendas.

Al respecto, afirmó que efectivamente existe un procedimiento, pero que fue realizado por la SIP de Carabineros con motivo de una denuncia realizada por la marca estadounidense Under Armour sobre la existencia de productos falsificados que infringían la ley de propiedad industrial y que estaban siendo comercializadas por las tiendas de la empresa La Polar S.A. Como resultado de ese procedimiento se incautaron productos presuntamente falsificados, valuados en \$18 millones.

Aclaró que en esa investigación la PDI no tuvo participación alguna, pues fue completamente diligenciada por la SIP de Carabineros, hecho que fue de conocimiento público.

Sin embargo, observó, el 18 de abril de 2023 se recepcionó en la Brigada Investigadora de Delitos de Propiedad Intelectual Metropolitana una orden de investigar de la Fiscalía Local de Pudahuel, por parte del fiscal Pablo Alonso, por otros delitos marcarios e iniciada por la marca Under Armour.

Detalló que en ese decreto se consignó que la primera orden de investigar había sido dirigida a la SIP Zona Metropolitana de Carabineros, quienes desarrollaron las primeras diligencias con la entrada y registro otorgada por el 1° Juzgado de Garantía de Santiago y la incautación de prendas que serían periciadas por el Labocar. Sin embargo, dada la complejidad del caso, se hacía necesario derivar esta investigación a la Brigada Investigadora de Delitos de Propiedad Intelectual de la Policía de Investigaciones.

Advirtió entonces que, aunque Under Armour se haya desistido de su denuncia en contra de La Polar, la investigación continuará en orden a determinar los modos de existencia del delito y la participación que corresponda, según lo indica la orden de investigar enviada por el Ministerio Público.

Adicionó que la fiscalía también agregó a los antecedentes del proceso una querrela presentada por Wrangler Apparel Corp., en atención a que personal fiscalizador del Servicio Nacional de Aduanas había detectado mercadería signada con la marca y diseño Wrangler, autorizándose por parte del Juzgado de Garantía de San Antonio, con fecha 26 de enero de 2023, la incautación judicial de 10.440 unidades de pantalones de varón que imitarían el diseño de la marca Wrangler. Precisó que dichas especies fueron retenidas en virtud de la resolución N° 1 de la Aduana de San Antonio y permanecen retenidas en dicha entidad. Sin embargo, admitió, con respecto a esa marca no se ha realizado diligencia alguna.

Por tanto, aseveró, el fiscal a cargo decidió orientar la investigación hacia la marca Wrangler, ya que las diligencias efectuadas sobre la marca Under Armour habían sido realizadas previamente por personal de Carabineros, y a pesar de que Wrangler se desistiera de la querrela contra La Polar tras haber alcanzado un acuerdo transaccional.

Por su parte, continuó, la marca Adidas presentó una querrela luego de que se conociera la existencia de un contenedor con 18.577 productos falsificados de Adidas, importados por la Polar S.A. Asimismo, Adidas detectó el 1 de septiembre de 2022 una posible venta de productos falsificados con su marca, en distintas tiendas de la empresa La Polar, situación que fue informada a través de una carta emitida el 9 de septiembre, en la que le exigió, entre otras medidas, cesar y desistir de la venta e importación de productos falsificados de la marca Adidas, el retiro inmediato de los productos de sus tiendas en todo Chile y su posterior destrucción en forma sustentable.

De esa forma, aunque se logró el retiro y destrucción de más de 17.000 unidades del *stock* de vestuario de las prendas físicas y centros de distribución de la empresa La Polar, la marca alemana señaló que recibió luego información del Servicio Nacional de Aduanas sobre la existencia de un contenedor de 18.577 productos falsificados de Adidas importados por La Polar. Ese mismo día, Adidas presentó una querrela criminal ante el Juzgado de Garantía de Valparaíso en contra de la empresa de La Polar, querrela que actualmente sigue en curso.

Aseguró que, sin embargo, la PDI no dispone de más información pues no hubo participación en la investigación por esta querrela, dado que fue entregada a Carabineros de Chile en su primera instancia.

Relató luego que, en réplica a estas denuncias, la multitienda demandó de competencia desleal a la marca Under Armour, acusándola junto con su operadora en Chile de desplegar una estrategia comercial, judicial y comunicacional reñida con la ética comercial y la buena fe mercantil, remarcando que todos los productos comercializados en sus canales de venta eran originales y anunciando acciones legales por competencia desleal también contra la marca Adidas.

Observó que la PDI tampoco ha recibido orden de investigar sobre tales hechos y que, por información publicada en medios de comunicación, se conocería que la empresa se habría desistido de esa acción judicial.

Informó que el Servicio Nacional de Aduanas interpuso una querrela contra la multitienda La Polar por un eventual delito de contrabando, que será investigado. Por su parte, el Servicio Nacional del Consumidor reportó que, debido a la gravedad de los hechos denunciados, se ofició a La Polar y se citó a representantes de las marcas, con el objeto de recabar antecedentes que determinarían si la multitienda había vendido productos falsificados y si se vulneraron los derechos de los consumidores.

Respecto de la denuncia hecha por el Servicio Nacional de Aduanas con fecha 23 de enero de 2023, señaló que la Brigada Investigadora de Delitos Económicos (Bridec), de San Antonio, recepcionó una orden de investigar, por los delitos de contrabando e infracción a la Ordenanza de Aduanas, emanada por la fiscalía local de San Antonio, por cuanto el 28 de noviembre de 2022, un fiscalizador de Aduanas realizó un aforo físico con el que se pudo determinar que la mercancía correspondía a 10.752 unidades de pantalones de buzo, marcados Under Armour; 5.808 unidades de polerones, marcados Nike, y 4.488 unidades de polerones, marcados Adidas, especies presuntamente falsificadas.

Tras conocer esa información, los representantes legales en Chile de las marcas Nike, Under Armour y Adidas presentaron querellas en forma independiente, las cuales fueron acumuladas con el mismo número de causa del proceso antes señalado y, en ese contexto, se realizaron diligencias tales como entrevistas con los representantes legales de las marcas, declaración del fiscalizador de Aduanas a los representantes legales de las empresas comercializadoras; concurrencia al recinto extraportuario con "Topsa", donde se hizo entrega voluntaria de las especies marca Adidas, Nike y Under Armour, y recepción de muestras originales de las especies denunciadas, las que están siendo periciadas por el Laboratorio de Criminalística de la Policía de Investigaciones.

Respecto de las instrucciones de la fiscalía, mencionó que ellas apuntan a diligencias específicas, por lo que no se faculta a indagar mayormente o a recopilar más información, como aquella solicitada por parte de la Cámara de Diputados en este caso. Observó que, en todo caso, esa información constituye secreto mientras el proceso esté en curso.

En cuanto al caso Columbia, informó que el 18 de abril de 2023, se recibió de parte de la fiscalía de Pudahuel una orden de investigar por delitos marcarios, de propiedad industrial. Relató que, conforme a la denuncia efectuada por el abogado representante de la marca Columbia Sports Wear Company en contra de la empresa La Polar, por internación, comercialización y venta de productos eventualmente falsificados, Columbia hizo entrega de una prenda adquirida en la tienda La Polar, para que fuera remitida al Laboratorio de Criminalística (Lacrim) para su peritaje, pericia que se encuentra en proceso y cuyo resultado se informará directamente a la fiscalía.

En relación con el caso Kipling, indicó que se recibió una instrucción particular emanada de la fiscalía de Valparaíso, con fecha 6 de abril del 2023, por otros delitos contemplados en la Ley de Propiedad Intelectual, tomándose entonces conocimiento de una querrela, interpuesta por el Servicio Nacional de Aduanas de Valparaíso, por la internación de productos alusivos de la marca Kipling a nombre de la empresa La Polar S.A., con el fin de verificar si esos artículos eran falsificados.

Narró que, en ese contexto y conforme a las diligencias solicitadas, con fecha 21 de abril de 2023 se tomó contacto con el estudio jurídico representante de la marca Kipling, específicamente con la abogada encargada del área de propiedad intelectual industrial, quien al prestar declaración voluntaria señaló que se abstendrían de presentar acciones legales en contra del importador, empresas La Polar.

Asimismo, continuó, se tomó contacto con el enlace extranjero de productos Kipling, para indicarles que no existe forma de comprobar que se trate de una importación paralela., tras lo cual se realizó el informe de la Brigada Investigadora de Delitos de Propiedad Intelectual a la fiscalía local de Valparaíso.

Con todos los antecedentes expuestos, concluyó que podía inferirse que existe una conducta similar por parte de los representantes de las marcas, por cuanto han suscrito acuerdos transaccionales con los querrelados y/o han desistido de las querellas, lo que conlleva que se produzca una demora en los procesos investigativos, ya que en esta etapa, tanto los querellantes como los imputados, firmaron un acuerdo de confidencialidad que entorpece la celeridad de las diligencias dispuestas por la fiscalía en cada caso particular.

Por otra parte, acotó, dentro de los protocolos de investigación de las unidades especializadas que realizan este tipo de diligencias, la Brigada Investigadora de Delitos Económicos y la Brigada Investigadora de Delitos de Propiedad Intelectual ejecutan la verificación de los hechos denunciados, a través de entrevistas a los querellantes o denunciados y representantes marcarios; la solicitud de los productos originales y falsificados a los representantes de las marcas, con el objeto de efectuar pericias que establezcan la falsificación o autenticidad de los mismos; la consulta a fuentes de información institucional; la consulta a fuentes de información externas, como el Servicio de Impuestos Internos y Equifax; la consulta a fuentes de información abierta, con el fin de conocer la eventual venta de los productos; la entrevista a los fiscalizadores de Aduanas, con el propósito de precisar los criterios aplicados en el proceso de retención de los productos; y la entrevista a testigos y querrelados denunciados.

Todo lo anterior, finalizó, forma parte de las diligencias con que la Policía de Investigaciones ha intervenido en este proceso.

Doña **Alejandra Arriaza, Directora del Servicio Nacional de Aduanas**, observó que entre los aspectos y riesgos que debe controlar el Servicio Nacional de Aduanas en materia de mercancías que ingresan al país, figura el relacionado con establecer si ellas vulneran los derechos de propiedad intelectual, condición que se determina sobre la base de la fiscalización permanente del riesgo, en el marco de la normativa que regula al Servicio Nacional de Aduanas respecto de las medidas establecidas en materia de fronteras.

Precisó que el marco de la fiscalización de la propiedad intelectual surge de los acuerdos firmados en 1994 con la Organización Mundial del Comercio (OMC), y que posteriormente, en 2003, se publicó la ley N° 19.912, que establece

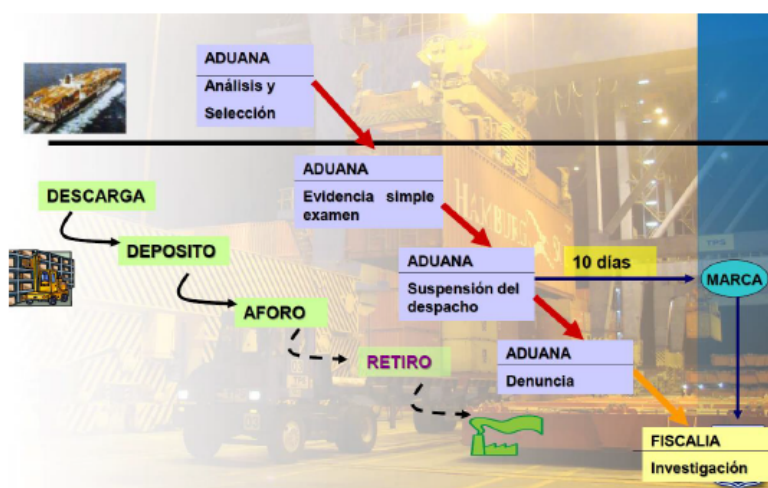
medidas respecto de la propiedad intelectual y adecua la legislación a los acuerdos suscritos con la OMC.

Acotó que la normativa que regula a Aduanas establece, fundamentalmente, medidas de frontera, es decir, medidas que, en el control de ingreso o de salida de mercancías o cualquier otro tipo de movimiento a través de nuestras fronteras, quien fiscaliza pudiera determinar si las mercancías vulneran la propiedad intelectual.

Explicó que los derechos de propiedad intelectual son de carácter privado y no un bien público, por lo que si un fiscalizador del Servicio Nacional de Aduanas determina, tras el examen de las mercancías, que ellas pudieran vulnerar los derechos de propiedad intelectual o industrial de alguna marca registrada en nuestro país, aquel aplica el procedimiento de suspensión del despacho y notifica al titular de la marca o a su representante, que normalmente es un estudio jurídico, para que se determine si las mercancías son o no falsificadas.

Reiteró que Aduanas tiene facultad de suspensión o detención del despacho, del procedimiento de ingreso o salida del país, o del movimiento a través de la frontera, por un plazo de diez días hábiles, periodo en que las marcas podrán determinar o hacer presente a Aduanas si se trata o no de mercancías falsificadas, si existe vulneración o no de sus derechos, y con ello generar el procedimiento de denuncia o presentación de querrela ante el Ministerio Público y la justicia.

Medidas de Frontera. Suspensión del despacho de Oficio por la Aduana: Proceso



Exhibió entonces el procedimiento de suspensión de despacho, graficando en color verde el flujo de ingreso de mercancías al país. Relató que, tras la descarga, la mercadería se traspasa al recinto de depósito, que puede estar en el mismo puerto o aeropuerto o en un depósito extraportuario, luego de lo cual se produce la revisión o fiscalización de la mercancía y, si se determina que ellas pudieran ser falsificadas, se aplica la suspensión del despacho por diez días y se notifica a la marca. Tras ello, si la marca se hace presente o determina que la mercancía es falsificada, se procede a denunciar el hecho y la fiscalía desarrolla el proceso de investigación respectivo. Paralelamente, Aduanas puede interponer una querrela al respecto.

Resultados Comparativos de Fiscalización de Trafico Ilícitos / Enero 2018 – Mayo 2023

Propiedad Intelectual

| | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 (a mayo) | TOTAL |
|----------------------------|-------------|-------------|------------|------------|------------|------------------|-------------|
| N° de Suspensiones | 676 | 1.252 | 1.612 | 1.605 | 1.433 | 491 | 7.069 |
| Cantidad de Mercancías (U) | 7.380.668 | 13.073.453 | 8.750.287 | 10.843.889 | 11.828.592 | 1.072.373 | 52.949.262 |
| Valor (US\$) | 104.395.305 | 151.000.403 | 83.722.807 | 72.100.106 | 49.786.093 | | 461.004.714 |



En materia de propiedad intelectual, y en el marco de las fiscalizaciones, indicó que en 2022 se desarrollaron 1.433 suspensiones de despacho en total, lo que representó más de 11 millones de unidades de mercancía, principalmente ropa, correspondiente a un valor aduanero por más de 49 millones de dólares. Consideró necesario observar que durante 2023 Aduanas ha ejecutado 491 suspensiones de despacho, es decir, 491 procedimientos en que el Servicio ha notificado al titular de la marca y suspendido el despacho de mercancías presuntamente falsificadas.

Procedimientos de medida de frontera (La Polar)

Selecciones

| 2017 | 2018 | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------|------|------|------|------|------|------|
| 80 | 66 | 49 | 17 | 12 | 41 | 245 |

Respecto del caso particular de la empresa La Polar, señaló que en los últimos años se le han aplicado filtros, es decir, operaciones a selección, los que llegaron a 41 filtros en 2022. En el año 2023, por su parte, Aduanas ha efectuado 245 operaciones a selección a La Polar, las cuales vienen consignadas a nombre de la empresa, o de un representante de aquella, o de un operador que importa o gestiona mercancía para La Polar.

Precisó que, como resultado de esa fiscalización, desde septiembre de 2022 a junio de 2023 se han desarrollado a lo menos 11 suspensiones de despacho, principalmente a través de las aduanas de Valparaíso y de San Antonio, y que representaron una cantidad superior a las 97.000 unidades, con un valor comercial de más de 2 millones de dólares. Acotó que esas 97.000 unidades retenidas corresponden mayoritariamente a vestuario y que su valorización es bastante alta, de acuerdo con el valor aduanero declarado en la documentación presentada por la marca.

Explicó que en la selección que hace Aduanas se perfila, principalmente, el lugar de origen de las mercancías, dónde se han adquirido y qué empresas las importan y distribuyen, todo lo cual materializa perfiles de riesgo que determinan operaciones que pudieran ser riesgosas en cuanto a la propiedad intelectual o

industrial, o que pudieran tratarse de mercancías falsificadas. Además, se desarrollan bastantes procesos de fiscalización a nivel nacional en torno a este tipo de riesgo.

Procedimientos de medida de frontera (La Polar), periodo septiembre 2022 – junio 2023

| N° | ADUANA | N° RSD / FECHA | MARCAS | CANTIDAD (U) | VALOR COMERCIAL (US\$) | ESTUDIO JURIDICO | PRESENTO QUERELLA (MARCA) | PRESENTO QUERELLA (ADUANA) |
|-------|-------------|----------------------|-----------------------------|--------------|------------------------|------------------------|---------------------------|----------------------------|
| 1 | VALPARAISO | 09 / 21.09.2022 | ADIDAS | 18.557 | 279.376 | CAREY | SI | SI |
| 2 | SAN ANTONIO | 28.11.2022 (sin RSD) | ADIDAS, UNDER ARMOUR Y NIKE | 21.048 | 219.719 | AEM, MARINVOIC y CAREY | SI | SI |
| 3 | SAN ANTONIO | 3981 / 26.12.2022 | WRANGLER | 10.440 | 477.257 | VILLASECA | SI | SI |
| 4 | SAN ANTONIO | 1 / 04.01.2023 | CALVIN KLEIN | 9.800 | 111.872 | AEM y SARGENT & KRAHN | NO | NO |
| 5 | VALPARAISO | 2 / 12.01.2023 | LEVI'S | 13.428 | 196.474 | AEM y CLARKE & MODET | SI | SI |
| 6 | VALPARAISO | 3 / 12.01.2023 | LEVI'S | 6.252 | 117.628 | AEM y CLARKE & MODET | SI | SI |
| 7 | VALPARAISO | 13 / 31.01.2023 | KENDALL & KYLIE | 4.668 | 270.000 | JOHANSSON Y LANGLOIS | NO | SI |
| 8 | VALPARAISO | 14 / 31.01.2023 | KIPLING | 1.467 | 93.871 | CAREY | NO | SI |
| 9 | VALPARAISO | 20 / 15.02.2023 | GUESS | 7.025 | 769.067 | AEM | NO | NO |
| 10 | SAN ANTONIO | 35 / 21.03.2023 | FIORUCCI | 2.544 | 78.519 | VILLASECA Y SILVA | NO | NO |
| 11 | SAN ANTONIO | 36 / 21.03.2023 | FIORUCCI | 2.356 | 72.716 | VILLASECA Y SILVA | NO | NO |
| TOTAL | | | | 97.585 | 2.686.499 | | | |

97 mil unidades retenidas, mayoritariamente de vestuario, valorizado en 2,6 millones de dólares.

Advirtió que, en las fiscalizaciones desarrolladas por Aduanas, las suspensiones de despacho y posteriores querellas presentadas, se constató que en algunos casos la empresa La Polar importaba a través de intermediarios. No obstante, aseguró que el Servicio no determina el rango de vinculación, pues ello es materia de investigación en el proceso correspondiente. Señaló que a la empresa Hites se le han aplicado dos procedimientos de suspensión de despacho, en los cuales las marcas han presentado querellas. Aduanas, por su parte, ha iniciado los procedimientos de denuncia y se encuentra analizando la interposición de querellas adicionales al respecto. Específicamente, se trata de dos querellas, una del 1 de junio y otra del 5 de junio.

Señaló que Aduanas ha desarrollado desde hace bastantes años un programa de fiscalización de casos en los que está en riesgo la propiedad intelectual, aplicando filtros que no están basados solo en quienes reciben en Chile, pues se filtra desde el exportador en el país de origen, los intermediarios, el valor de las mercancías y el país de fabricación. Acotó que en Chile está fiscalizado por propiedad intelectual todo el *retail* y las empresas que no son del *retail*, razón por la que existen más procedimientos y suspensiones de despacho, además de los del *retail*.

En cuanto a la operación de otras empresas del *retail*, señaló que también existen casos, pero la mayoría data de años anteriores. Y aunque en 2023 no han existido casos, recordó que Falabella tuvo dos suspensiones de despacho en 2013, otras dos en 2015 y un procedimiento en 2018; pero a partir de esa fecha no ha tenido nuevos procedimientos. Por su parte, agregó, Cencosud tuvo una operación en 2016, otra operación en 2017, dos operaciones en 2019 y tres operaciones en 2020, que fueron las últimas detectadas a esa empresa. Asimismo, prosiguió, Corona ha tenido solo una operación de suspensión de despacho, en 2017. Hites tuvo, anteriores a las ya mencionadas, tres operaciones en 2017 y una operación en 2018.

Ante una pregunta, aseguró que, respecto del *retail* y de la empresa La Polar, la falsificación se trataría de marcas de ropa, pero en otros casos del *retail* se trató de bicicletas y celulares.

Consideró importante señalar que en este caso existen dos temas en particular. Primero, la vulneración de propiedad intelectual o industrial, que tiene que ver con el uso o vulneración de una marca que luego se comercializará y que eventualmente podría tener efectos en la fe pública. Sin embargo, observó, eso no

corresponde a Aduanas, pues a este Servicio le compete la detención de la mercancía en la frontera, mientras que son otros organismos, como el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac), los que abogan por aquello. Sin perjuicio de ello, afirmó, existen mercancías que Aduanas detiene permanentemente, tales como medicamentos falsificados donde no solo existe un problema de propiedad intelectual, sino también la afectación de un bien público protegido, que es la salud en general.

Recordó que el Servicio ha tenido casos en los que ha trabajado en dos medidas: la propiedad intelectual y el contrabando de mercancías ilícitas. Graficó que la ropa podría ser donada después de terminado el procedimiento legal, pero los medicamentos no pueden ser donados y van directamente a destrucción, porque podrían producir daños a la salud.

Agregó que también ha habido incautaciones de dispositivos médicos que podían vulnerar la salud pública, u otros productos que no estaban elaborados conforme a las regulaciones y que podían dañar el medio ambiente. Recalcó que la diferencia es que, aunque en algunos casos pudiera haber una entrega de los productos, en aquellos en que hay también otros bienes públicos involucrados más allá de la propiedad intelectual, las mercancías van directamente a destrucción.

Precisó que en el caso de los medicamentos se trata de mercancías traídas a través de contrabandos, donde no hay documentación ni se individualiza al receptor.

En el caso de La Polar, indicó que Aduanas ha presentado siete querellas respecto de los once casos detectados, y se encuentra evaluando, a través del Ministerio Público, aquellos en que la empresa ha llegado a algún acuerdo, ya sea con los titulares de la marca para que retiren la querella, o a través de posibles salidas alternativas con el fiscal.

Aseveró que, una vez que hayan terminado esos procesos, el Servicio evaluará seguir adelante, pues dado que se trata de la vulneración de un derecho privado, que tiene una titularidad de la marca o su representación, si éste se retira Aduanas pierde la iniciativa.

Advirtió que, si el titular de la marca retira la querella y concede autorización del uso de marca, podría producirse la entrega y despacho de las mercaderías falsificadas, siempre que no hayan vulnerado alguna otra normativa, como la valoración o la posibilidad de haber venido oculta, pues en ese caso procedería el resto del procedimiento por contrabando.

Explicó que, en los casos tratados actualmente, existe un acuerdo con la marca en que se determina un retiro de la querella contra la destrucción o donación de las mercancías y, por lo tanto, llegan a un acuerdo con la empresa de no darle curso a la comercialización. Insistió en que eso corresponde al acuerdo de la negociación a la que se haya llegado con el privado o, en el caso de que sea una salida alternativa, es el fiscal quien determina el destino de las mercancías. Pero en el caso de Aduanas, solamente terminado el proceso de propiedad intelectual y fallándose que no se ha vulnerado la propiedad intelectual, se continua el despacho de las mercancías, su importación y todo lo que corresponda legalmente hacia adelante.

Explicó que en los procedimientos del sistema de selectividad que utiliza Aduanas, se dispone de dos orígenes de selección para la fiscalización. El primero es el sistema de selección automática, por el cual pasa el cien por ciento de las tramitaciones y operaciones aduaneras, toda la documentación que se tramita electrónicamente para una importación y, por lo tanto, el sistema estima, de acuerdo con

parámetros de origen, valor de las mercancías, consignatario, a nombre de quien vienen, etcétera, un nivel de riesgo que determina su estado de selección.

Adicionalmente, prosiguió, los funcionarios reciben el despacho internacional, que es el conocimiento de embarque o manifiesto de la carga, ejecutan una revisión de este y deciden si existe algún riesgo de vulneración o cualquier ilícito, como la posibilidad de falsificación o contra la propiedad intelectual, lo que determina el aforo.

Afirmó que Aduanas se encuentra trabajando en varios marcos, con el objetivo de desarrollar y potenciar su labor en la lucha contra el contrabando, el crimen organizado en general y las organizaciones que pudieran haber detrás de la comisión de cualquiera de los delitos aduaneros.

En ese sentido, adelantó que, en el marco del exploratorio de la Ley de Presupuestos, Aduanas ha presentado requerimientos para fortalecer al Servicio, principalmente en materia de dotación y tecnología para desarrollar mejores sistemas.

Respecto del trabajo permanente que se realiza en fronteras, señaló que Aduanas está incorporando el desarrollo de un trabajo interconectado con los otros organismos del Estado, resaltando la necesidad de fortalecer el trabajo con el Servicio de Impuestos Internos y la Unidad de Análisis Financiero, razón por la que el Ministerio de Hacienda presentó un proyecto de ley sobre inteligencia económica y financiera del Estado, que dotará a Aduanas de capacidades para generar análisis, selección e inteligencia de negocios.

En ese marco, resaltó también la importancia de fortalecer los procedimientos y herramientas disponibles para fiscalizar y detener todo tipo de ilícitos.

Doña María Jazmín Rodríguez, Subdirectora Jurídica del Servicio Nacional de Aduanas, respondiendo una pregunta acerca de la posibilidad de que las mercaderías falsificadas se vendan finalmente en el mercado del *retail* por acuerdo de las partes, señaló que todo depende del estado de la investigación que lleva a cabo el Ministerio Público. Así, si el ente persecutor formaliza por el delito de propiedad intelectual y luego el proceso culmina con una salida alternativa, las mercaderías siempre se destruirán, porque la formalización implica que se le imputaron hechos constitutivos de delitos, independientemente de que la reforma procesal penal admita otro tipo de salida que no necesariamente sea en un juicio.

Acotó que las únicas oportunidades en que se ha entregado la mercancía a la marca para su comercialización, y que han sido excepcionales, son cuando, luego de un peritaje realizado por el Laboratorio de Criminalística de Carabineros o por la Brigada de Investigación Criminal de la PDI, se determina que las mercancías eran originales. Reconoció que ello ocurre porque muchas veces Aduanas suspende el despacho, pues la ley la faculta para suspender con el solo examen visual del fiscalizador, pero es la marca, a quien se le envían fotografías o se apersona a los recintos aduaneros a revisar las mercaderías, la que debe finalmente señalar si la mercancía es o no infractora.

Observó que han ocurrido contadas excepciones en las que los fiscalizadores se equivocan, casos en que, si el peritaje arroja que la mercancía es original, se entrega para comercialización.

Sobre el destino de las mercaderías incautadas a La Polar, relató que hacía poco tiempo se había reunido con el fiscal de Pudahuel, que lleva las causas de Santiago y San Antonio, remitidas por incompetencia del tribunal. Indico que en este caso hay acuerdos, pero aún no existe algún destino para las mercancías, pues la fiscalía

no ha tomado decisión al respecto y aquellas permanecen incautadas por decisión judicial.

Precisó que las causas de Valparaíso se encuentran en la misma situación. Es decir, se presentaron los acuerdos a la fiscalía, pero no se ha comunicado una decisión de no perseverar, el sobreseimiento u otra salida. Por lo tanto, aún no existe destino para las mercancías.

Don Mauricio Fernández, Director de la Unidad Especializada en Delitos Económicos, Medioambientales, Cibercrimitos y Lavado de Activos Asociado del Ministerio Público, concurrió en representación del fiscal nacional para colaborar con esta Comisión Investigadora en una aproximación general del caso, ya que observó que la decisión institucional fue que lo más adecuado para esta comisión era la presencia de una instancia central, antes que la concurrencia de los fiscales a cargo de las nueve investigaciones relacionadas con este fenómeno delictual, principalmente para cautelar la reserva de algunos aspectos relativos a investigaciones que todavía están abiertas.

Citó entonces la norma contenida en el artículo 182 del Código Procesal Penal, la cual dispone que los fiscales a cargo no pueden entrar en detalles muy particulares. Por eso, advirtió que la voluntad de colaborar con la comisión investigadora se traducía en reconocer que existen nueve investigaciones, radicadas en la Fiscalía Local de Pudahuel, la Dirección Regional de la Aduana Metropolitana, la Fiscalía Local de Valparaíso, Puerto Valparaíso, la Dirección Regional de Aduanas Valparaíso, y la Fiscalía Local de San Antonio. Todas ellas a cargo de fiscales especializados en delitos económicos y en pleno desarrollo, con órdenes de investigar vigentes y dirigidas a la Brigada Investigadora de Delitos Económicos de la Policía de Investigaciones, y algunas a la Brigada Investigadora de Delitos en Recintos Portuarios de la Policía de Investigaciones, donde se encuentran pendientes informes del Laboratorio de Criminalística de la policía civil.

Detalló que las investigaciones decían relación con contrabando, que se trata de un delito de acción mixta, iniciado a requerimiento de las denuncias de Aduanas y que se encuentran en las fiscalías donde están ubicados los respectivos servicios de Aduanas. Acotó que también hay delitos relacionados con la Ley de la Propiedad Industrial, en investigaciones cuyo inicio y destino depende de la voluntad del querellante, esto es, del dueño o representante de la marca presuntamente afectada.

Observó que algunas de las querellas investigadas se encuentran en etapa de eventuales acuerdos y desistimientos, esto es, alcanzar acuerdos reparatorios o que alguna marca involucrada públicamente en los ilícitos denunciados haya resuelto no ejercer acciones penales.

Se detuvo luego en materias que consideró importantes de tener en cuenta como sugerencia para el trabajo o las conclusiones de la comisión investigadora, o para el futuro de la persecución penal en materia de delincuencia económica, dentro de lo cual se da este tipo de ilícitos, como son los ilícitos aduaneros o los marcarios.

Afirmó que lo primero a considerar, sobre todo en la perspectiva de la pronta entrada en vigencia de la nueva ley de delitos económicos, es que en relación con la relevante legislación que toca a algunos de los delitos económicos objeto de esta comisión investigadora, por ahora solo se ha tenido un abordaje sustantivo normativo.

Manifestó su esperanza de que la legislación tenga un importante impacto en la profundidad de las investigaciones, y llamó la atención sobre el necesario complemento que tiene asociado este tipo de legislación penal, que es su debida implementación operativa, dado que la nueva normativa, no solo contiene mayores delitos, sino también nuevas reglas y un nuevo escenario punitivo en delincuencia económica, que tendrá un fuerte impacto en la labor policial investigativa en materia de delincuencia económica, sobre todo en las brigadas especializadas en delitos económicos o relacionados, y en la dirección de las investigaciones por parte de los fiscales de delitos económicos.

Aseguró entonces que otro tema relacionado con la comisión investigadora es la evaluación del rol de ciertos actores públicos del Poder Ejecutivo en el proceso penal, en cuanto a la delincuencia económica y, específicamente, en la evaluación que se puede hacer en cuanto a si es conveniente dotar al Servicio Nacional del Consumidor de algún rol activo en el proceso penal vinculado con las infracciones graves con el consumidor y que, a la usanza del Servicio Nacional de Aduanas o del Servicio de Impuestos Internos, pueda tener un papel activo en el resultado y en el impulso de la persecución penal en las afectaciones al consumidor. Como también, agregó, el rol que tiene y seguirá teniendo el Servicio Nacional de Aduanas en cuanto a la persecución penal de los contrabandos denunciados y, eventualmente, el que debiera tener el Servicio de Impuestos Internos en relación con el ejercicio de acciones penales, que hasta ahora no se han dado, respecto de eventuales delitos tributarios asociados a los hechos que son materia de investigación de esta comisión.

Acerca del estado de avance de las querellas que presentó el Servicio Nacional de Aduanas, señaló que esas investigaciones por delito de contrabando están en curso, con órdenes para que la Brigada de Delitos Económicos investigue y se haga cargo de comunicar a la fiscalía respecto de las diligencias desarrolladas y los resultados policiales investigativos. Por lo tanto, arguyó, como aún no está completa la información, no se pueden tomar decisiones en cuanto al destino de esas investigaciones.

Reiteró que, en el ilícito penal vinculado con las falsedades marcarias, es el querellante quien tiene pleno control y quien decide, por diversas consideraciones y más allá de la falsificación, como pueden ser razones reputacionales, ejercer acciones legales. Por lo tanto, aseveró, hay marcas que impiden la posibilidad de investigar la falsificación.

De esa forma, las indagaciones relacionadas con los delitos a la ley de propiedad industrial terminan cuando el querellante, que es dueño de la acción, decide llegar a un acuerdo con el imputado o con la empresa y, por lo tanto, desiste de las querellas y el proceso penal termina. Advirtió que, si no hay colaboración de un querellante que representa una marca extranjera, es muy poco viable que exista una posibilidad de acreditación.

Observó que, aún en la hipótesis de que el legislador decidiera que los delitos marcarios fueran delitos de acción pública, igualmente habría una dificultad práctica asociada a la falta de voluntad de una empresa extranjera de colaborar en la acreditación de la falsedad de su marca o producto.

Subrayó entonces que la legislación penal en materia de protección del consumidor es bastante pobre y limitada, por lo que la protección penal de hipótesis de engaño al consumidor es una regulación todavía muy incipiente, que normalmente se intenta cubrir extendiendo las regulaciones generales de las defraudaciones del Código Penal.

Ante la consulta sobre investigaciones de otras empresas del *retail*, por parte de la Fiscalía, indicó que el levantamiento realizado apuntó

fundamentalmente a La Polar, pero aseguró que no ha existido hasta ahora evidencia de investigaciones que involucren a otros *retailers*. Igualmente, sin embargo, consideró posible que haya fiscalías que tengan ese tipo de investigaciones, pero manifestó no disponer de esa información.

Evaluó como relevante clarificar los roles en esta investigación. Explicó que el Ministerio Público desarrolla la labor operativa a través de los fiscales, mientras que la unidad en particular en que se desempeña el invitado, que no tiene cargo de fiscal, es de apoyo a las investigaciones de las delincuencias económicas. Por lo tanto, aclaró, la unidad de la Fiscalía Nacional apoya a todos los fiscales que tienen a cargo las investigaciones, en términos de requerimientos de información, coordinaciones con las policías, interacciones con Aduanas, con el Servicio de Impuestos Internos, con Sernac, etcétera. Pero las investigaciones las lleva a cabo cada uno de los fiscales, mientras que el fiscal nacional no tiene facultades para dar instrucciones particulares de ningún tipo.

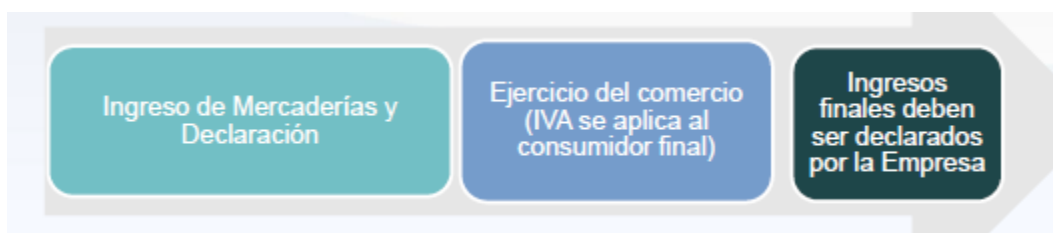
Reiteró que el rol fundamental de las marcas es el impulso inicial con querellas y la entrega de antecedentes iniciales sobre la falsedad del producto. Posteriormente, su papel es más bien pasivo y, en el evento de que se llegue a juicio oral o juicio oral simplificado, la marca acompaña a la fiscalía, pero el peso de la investigación y del enjuiciamiento siempre lo tiene la fiscalía.

Don **Marcelo Freyhoffer, Subdirector Jurídico del Servicio de Impuestos Internos** recordó que, según el artículo 1° del DFL N° 7 de 1980, “Corresponde al Servicio de Impuestos Internos la aplicación y fiscalización de todos los impuestos internos actualmente establecidos o que se establecieron,” cuestión que calificó como relevante para analizar las operaciones que motivan esta presentación.

Explicó que, para acometer esa función, el Servicio realiza su labor sobre la base de un plan anual de gestión de cumplimiento tributario, el que se da a conocer anualmente tanto a los contribuyentes como a los demás ciudadanos, y en el que se definen los focos de la fiscalización y la gestión de cumplimiento, en una permanente búsqueda del interés fiscal, con identificación de las irregularidades y la persecución de las sanciones por infracciones y delitos tributarios. Preciso que el plan contiene tres estrategias; una estrategia de asistencia y colaboración con los contribuyentes, una estrategia de prevención y control respecto de contribuyentes que incumplen con sus obligaciones tributarias, y una estrategia contra el fraude y del delito tributario, en que la herramienta más relevante es la facultad que tiene el director del servicio de presentar acciones penales por denuncias o querellas por delitos tributarios, todo lo cual configura, en definitiva, la legitimidad institucional del actuar del Servicio de Impuestos Internos.

Acotó que en esta última estrategia se encuentra el control de la evasión y del comercio ilícito, como parte del Plan de Gestión de Cumplimiento Tributario (PGCT), y mediante el uso de todos los recursos que la ley franquea al Servicio de Impuestos Internos para identificar, prevenir y sancionar a todos aquellos contribuyentes que vulneren en forma dolosa nuestro sistema tributario, afectando con ello la equidad y la justicia de este.

Abocándose luego a la situación que es motivo de análisis por la comisión investigadora, recordó que los hechos por los cuales ha sido objeto de acciones penales la empresa La Polar dicen relación con la importación de mercaderías supuestamente falsificadas. Preciso que empresas La Polar estaría importando mercadería falsificada para, posteriormente, ser comercializada en sus tiendas y comprada por consumidores finales que carecen de elementos relevantes para determinar que se trata de mercaderías falsificadas en su origen y con antelación a la importación.



Refirió que el flujo de estas mercaderías considera el ingreso regular y la declaración de los correspondientes impuestos, tanto arancelarios como de impuestos internos, en particular el IVA a la importación. Agregó que posteriormente se aplica el IVA por la comercialización de estas mercaderías, supuestamente falsificadas, y la declaración de los ingresos por parte de la empresa en forma regular.

Afirmó que, según la información que se tiene hasta el momento, en las etapas mencionadas empresas La Polar ha cumplido con la normativa tributaria sobre declaración y pago de los respectivos impuestos.

Arguyó que, en ese escenario, las figuras penales que corresponde analizar, y que eventualmente podrían concurrir en la descripción de los hechos referidos, son particularmente dos. Señaló que la primera figura es la del artículo 97, número 8°, del Código Tributario, que sanciona “El comercio ejercido a sabiendas sobre mercaderías, valores o especies de cualquiera naturaleza sin que se hayan cumplido las exigencias legales relativas a la declaración y pago de los impuestos que graven su producción o comercio.”. Se trata, explicó, de ejercer el comercio con conocimiento respecto de mercaderías que no hayan cumplido previamente en la cadena, con la obligación de presentar las respectivas declaraciones y pagos de impuestos.

Aseveró entonces que, de acuerdo con los antecedentes disponibles en el servicio y que también les ha remitido el Ministerio Público sobre este caso en particular, no se verifica la tipicidad que exige esta figura, en cuanto no existe un incumplimiento de las exigencias legales relativas a la declaración y pago de los impuestos, ya que fueron efectivamente pagados los gravámenes relacionados con la importación de las especies en cuestión.

Adicionó que la norma legal del artículo 97, número 8°, del Código Tributario, no hace una distinción respecto de si las especies son verdaderas o falsificadas, sino que simplemente, para efectos de la aplicación de esta figura penal, si respecto de la misma se cumplieron las exigencias legales relacionadas con la declaración y el pago de los impuestos.

Por lo tanto, afirmó, esta situación se debe descartar, porque el requisito que exige únicamente dice relación con que no se hayan declarado ni pagado los impuestos correspondientes, mientras que en este caso dichos impuestos fueron declarados al momento de la importación y posterior comercialización de los bienes en el país.

Prosiguió señalando que otra figura que eventualmente podría concurrir y que muchas veces se encuentra en situación de concurso con delitos contra la propiedad intelectual es el ejercicio del comercio clandestino, pues el N° 9 del artículo 97 del Código Tributario sanciona como delito tributario el ejercicio clandestino del comercio de la industria. Preciso que esta clandestinidad se ha entendido, por parte de las instrucciones del servicio y de la jurisprudencia de los tribunales, como un ejercicio oculto de la autoridad de la respectiva actividad comercial o industrial, lo que muchas veces ocurre cuando se efectúa la venta de productos falsificados. Sin embargo, observó, en este caso particular la clandestinidad y la realización o ejecución del comercio oculto de la autoridad, sin cumplir con las obligaciones de inicio de actividades, de enrolamiento, de

identificación con un domicilio tributario y de la forma en que se ejerce el comercio de las especies respectivas, tampoco se verifican.

Por lo tanto, aseguró, respecto de esta segunda figura que eventualmente podría concurrir en la descripción de los hechos, tampoco se verifica en el análisis realizado por el servicio, en cuanto a un ejercicio efectivamente clandestino del comercio o de la industria.

En conclusión, aseguró, en cuanto a la existencia de eventuales delitos tributarios en las conductas que han sido objeto de análisis y que dan motivo al nacimiento de esta comisión investigadora, en lo que respecta específicamente al capítulo tributario y al eventual ejercicio de acciones penales específicas por delitos tributarios de los números 8 y 9 del artículo 97 del Código Tributario, no concurren los elementos del tipo que permitan, hasta el momento, ejercer acciones penales por delitos tributarios.

Ante la consulta de una señora diputada, concordó en que las conclusiones expuestas no obstan a que existan distintas figuras penales que sancionan la venta de productos falsificados. Citó entonces las facultades del Servicio Nacional de Aduanas, pues, como parte de la administración tributaria, este servicio contempla el contrabando dentro de su categoría de delitos, y de forma específica la comercialización o, en este caso, la importación de mercancías prohibidas. Advirtió también que si el Servicio de Impuestos Internos, en el uso de sus facultades de fiscalización, detecta que eventualmente puede existir algún delito, como que se están vendiendo especies falsificadas, se puede configurar algún delito común que, como asiste a todo funcionario público, debería obligatoriamente ser denunciado ante el Ministerio Público. Sin embargo, finalizó, esta no fue la situación en el caso La Polar, porque la falsificación no fue detectada a raíz de una fiscalización del Servicio de Impuestos Internos.

Don **Andrés Sepúlveda, abogado penalista**, relató que en junio de 2011 destapó el primer caso La Polar, a partir de la elaboración de un informe comparativo del mundo del *retail* sustentado en los balances y estados financieros que proporcionaba la compañía, y tras cuyo análisis surgieron una serie de inquietudes, las que se hicieron presentes a la autoridad y desencadenaron más tarde el reconocimiento por parte de la empresa de que se estaban haciendo repactaciones a millones de personas, afectando gravemente sus patrimonios, pero también exponiendo a todo el mercado de valores. Recalcó que el daño patrimonial en esa época fue cercano a los 1.000 millones de dólares, por lo que manifestó su sorpresa de que aún existiera esa empresa.

Mencionó entonces que, como especialista en derecho penal de alta complejidad, particularmente de delitos económicos, fue invitado hace 12 años a la comisión investigadora sobre el primer caso La Polar, oportunidad en que no pudo entregar algún tipo de propuesta, pero que actualmente podría corregir esa omisión en esta segunda comisión relacionada con la misma empresa, pues consideró que existen varias medidas posibles de aplicar para mejorar la ética empresarial, particularmente en el marco normativo que rige a las sociedades anónimas abiertas dedicadas al *retail* y sus relaciones de consumo con la ciudadanía.

Sostuvo, como un reconocimiento fáctico, que el mercado es valioso en el sentido de que ha sido capaz de resolver una serie de necesidades sociales y que hoy vivimos en un sistema que propicia la libertad económica.

Sin embargo, observó, la pregunta que debería responderse es si el marco normativo existente protege realmente al mercado, entendiendo este último no solamente como las empresas, sino también a las relaciones empresariales en sus cinco niveles: el primer nivel con el Estado y el resguardo jurídico penal, como el existente en la regulación de los delitos tributarios. El segundo nivel de interempresas, entre

proveedores, donde también existe un marco regulatorio común aplicable. Un tercer nivel de interacción entre la empresa con el capital y el mercado de capitales, ámbito en que existe una ley de mercado valores que genera una tipificación jurídico penal de ciertos delitos, como el uso de información falsa, el uso de información privilegiada y otra serie de conductas.

El cuarto nivel tiene que ver con las interacciones dentro de la propia organización, en que se observa poca protección, pues en nuestro país no existen avances en materia de delitos laborales, como la tipificación del *dumping*.

Y el quinto nivel, donde se inserta el caso La Polar, es la interacción de las empresas con la ciudadanía en sus relaciones económicas, particularmente las relaciones de consumo, pues no existe una tipificación jurídico penal en materia de delitos del consumidor.

Destacó este último tema, porque es ahí donde La Polar es un símbolo que ha estado presente en nuestra historia reciente, afectando gravemente a un número de personas que, muchas veces, son indeterminadas. Recalcó que en el anterior caso La Polar, el primer caso financiero propiamente tal, tres millones de personas fueron afectadas por repactaciones, esto es, un porcentaje no menor de la población perteneciente a un estrato social vulnerable, que solo podía acceder a un precario crédito. Recordó que la misma empresa perseguía otorgar créditos a personas que pertenecían a los grupos socioeconómicos C2, C3 y D.

Afirmó que, si se analiza la historia penal de ese caso, se puede identificar cinco delitos por los que fueron condenados los directivos de La Polar: dos de la ley bancaria, relativos a la entrega de información falsa para la obtención de créditos y para la emisión de bonos; dos delitos de la ley de mercado de valores, referidos a la entrega de información falsa al mercado, para efectos de ocultar el valor de la acción y, por otra parte, el uso de información privilegiada; y un quinto delito, relacionado con el lavado de activos.

Advirtió que ninguno de esos delitos tiene que ver con la repactación misma, por lo que la repactación a tres millones de personas quedó impune, desde la perspectiva jurídica penal. Recalcó que aquello no fue una conducta sancionada penalmente ni existió reproche por parte del Estado que significara algún tipo de condena desde la investigación penal. Aunque luego generó repercusiones en el ámbito civil y en otras esferas del ámbito administrativo, no lo hizo en el ámbito penal.

Abordó luego el caso La Polar actual, que se trata sobre la falsificación de prendas de vestir, de productos que comercializa la empresa. Explicó que en nuestro derecho interno el delito de falsificación no reviste la categoría de pluriofensivo, aunque existe cierto debate a nivel doctrinario. Acotó que, en general, se estima que el bien jurídico que se afecta, el núcleo de protección que se ve vulnerado, tiene que ver con el derecho de propiedad de quien detenta la marca, vale decir, de la empresa cuyos productos se falsifican. Preciso que en este caso sería Under Armour, Adidas y una serie de productos que se comercializaban, pero resultaron ser falsificaciones.

Observó que no se considera vulnerada la ciudadanía que iba a la empresa, que consumía, que adquiriría dichos productos, pues, aunque es la misma ley que sanciona la falsificación y todo lo que tiene que ver con el mercado de libre competencia, la que regula la indemnización a las empresas, pero no dispone medidas respecto del daño económico y de las formas de reparación hacia la ciudadanía, que son las personas que realmente se ven afectadas por el delito.

Sostuvo que, en la falsificación, la acción constitutiva del delito, en su núcleo más fundamental, es una mentira material; es decir, se miente a la gente respecto de la naturaleza y procedencia del producto que se vende. Recordó que en nuestro derecho interno la mentira ha sido múltiples veces reconocida como suficiente y hábil para ser constitutiva de delito. La mentira a nivel de lo que se entiende en el derecho penal, incluso desde la organización preestatal, ha podido ser castigada, pues desde el momento en que aparece el Estado la mentira ha sido condenada.

Aseguró que la libertad de expresión tiene un límite. Ejemplificó que en nuestro derecho se reconoce la mentira en juicio, el delito de perjurio, o la mentira cuando se entrega información falsa al Estado para efectos de pagar tributos. Detalló que en el mercado de valores la mentira está ampliamente tipificada, y no solo en la entrega de información falsa al mercado, sino también en la entrega de información tendenciosa, que es un nivel de mentira que busca más la confusión que generar una falsa representación de la realidad en el otro.

Arguyó que, dado que la mentira es una herramienta que puede ser penada por nuestro derecho, cabe preguntarse por qué no se encuentra tipificada en determinadas ocasiones, como en materia electoral, pues si un sujeto miente respecto de las posiciones de otro, eso no necesariamente es constitutivo de delito. Explicó que, en los debates en materia penal, la justificación para ello tiene que ver con que la mentira en el espacio público y por actores públicos, tiene mayor nivel de resistencia, sobre todo cuando puede afectar las reglas de la democracia.

No obstante, se cuestionó, por qué no se avanza en tipificar la mentira en materia de derechos del consumidor, dado que nuestro derecho no reconoce el delito hacia los consumidores, y sólo les provee de acciones civiles para perseguir la reparación. Aseguró que, en el derecho al consumidor, la mentira se llama publicidad engañosa, pero ella no es delito en nuestro país.

Por ello, indicó que, si tuviera que hacer una propuesta a la comisión, le solicitaría que en sus conclusiones incorporara la idea de avanzar hacia una tipificación que regule este nivel de interacción entre las empresas y la ciudadanía, que ha tenido cierto nivel de desprotección. En ese sentido, sugirió avanzar hacia un tipo penal general de delitos del consumidor, porque es la forma de construir una mejor ética empresarial.

Sostuvo que está demostrado y existe bastante evidencia de que los sistemas liberales en lo económico funcionan de mejor manera cuando hay una ética empresarial que entiende cuáles son las reglas del mercado y hace todo lo posible para que funcionen, sin que el mercado genere grandes distorsiones. Refirió entonces países orientales como Corea del Sur y Japón.

Consideró muy relevante recordar a la comisión la función comunicativa de la pena, pues cuando se establece una sanción en el derecho penal, ella puede tener distintos fines, como el punitivo para la persona que ha cometido una conducta ilícita, o el reeducativo para la reinserción social, esto es, la prevención especial. Sin embargo, adicionó, también existe la prevención general, que mira a la ciudadanía y una de cuyas finalidades es la comunicativa: que las personas reafirmen su confianza en el sistema cuando observan conductas no permitidas, y que desde la política criminal generan una sanción que se materializa efectivamente. No obstante, advirtió, cuando las personas observan que se le asigna una pena a una persona, y luego por medio de remedios institucionales elude el cumplimiento efectivo de esa pena, se genera desconfianza en el sistema, su desprestigio y una baja valoración de las instituciones públicas, como el Poder Judicial, las policías, el poder político, etcétera.

Entonces, concluyó, avanzar hacia un tipo general de derecho del consumidor generará que las empresas deban ajustar sus conductas ético-empresariales al derecho, que es lo mínimo esperable, porque calificó de absolutamente llamativo que empresas como La Polar se mantengan en el sistema del mercado de valores, abierta en bolsa, a pesar de haber vulnerado los derechos de millones de personas.

Atendiendo las consultas de los integrantes de la comisión, reiteró que los delitos de falsificación no tienen la naturaleza de ser pluriofensivos, es decir, no consideran la relación empresa-consumidor, sino la relación interempresas, de modo que el verdadero afectado en el delito es la detentadora de la marca.

Explicó que, en el evento en que las marcas o las empresas lleguen a un acuerdo reparatorio, que es una salida alternativa del proceso para poner fin a la responsabilidad penal, lo más probable es que la investigación criminal concluya y no exista un reproche penal por haber falsificado y proporcionado prendas falsas a los consumidores. Preciso que un acuerdo reparatorio en ningún caso significa una condena, sino que es un mecanismo autocompositivo del proceso penal que excluye y termina la responsabilidad penal; sin embargo, las personas no pueden seguir reconduciendo sus reclamos vía estafa residual.

Defendió su uso del concepto estafa, porque cuando se vende algo falsificado, se engaña a las personas y se genera el mismo marco estructural que en el delito de estafa. Advirtió, sin embargo, que como en materia penal existe la regla de que no se puede condenar a una persona dos veces por un mismo hecho, el Ministerio Público debe elegir entre hacer la persecución penal por el delito de estafa residual, mirando a las personas, o seguir esta investigación penal vía delito de falsificación, mirando a las empresas.

Refirió que esa disyuntiva se resuelve con el principio de especialidad, es decir, que tiene preferencia el tipo penal que sea más específico para la conducta de la empresa y el otro queda subsumido en ese tipo. Señaló que, si en el tipo de falsificación se llega a un acuerdo reparatorio, lo que ocurre es que se resuelve la responsabilidad penal y la relación entre estas empresas, pero queda impune el actuar hacia los consumidores. Recordó que eso fue lo que también ocurrió en el caso La Polar I, donde millones de repactaciones quedaron impunes, porque, por principio de especialidad, tuvieron preferencia los tipos penales de entrega de información falsa.

Opinó que eso es algo que necesita ser corregido, avanzando en reconocer explícitamente que se trata de un delito pluriofensivo, esto es, que el bien jurídico protegido no es solo la relación entre empresas, sino también quienes van a ser los usuarios finales de esos bienes falsificados. Enfatizó que, desde la perspectiva de la política criminal, ello podría generar una propuesta de aumento de penas.

Admitió que algunos penalistas han planteado a la política criminal, es decir, los diputados, que el aumento de penas es una herramienta muy poco efectiva para disuadir a las personas de cometer ilícitos. Por lo mismo, muchos penalistas son reticentes a una fórmula final de aumento de penas, porque se trata de una mala herramienta para combatir la delincuencia, de lo cual existe bastante evidencia. Sin embargo, defendió, la política criminal está en su legítimo derecho de justificar un aumento de penas cuando existe una revalorización del bien jurídico que protege el tipo penal. Es decir, que se protege algo más, porque hay otros motivos que no consideró el legislador primigenio cuando se estableció la primera serie de tipificaciones.

Adicionó que también podría recomendarse un aumento en la pena asignada a los delitos, para provocar que estas empresas, cuando lleguen a acuerdos reparatorios, deban llegar también a un acuerdo con las organizaciones que

representan a los consumidores y no dejarles como único camino la persecución de la responsabilidad mediante largos procedimientos en juzgados civiles.

Recordó que, en la primera causa con La Polar, había al principio una decena de personas formalizadas por distintos delitos, pero finalmente el reproche penal se redirigió en contra de solo tres personas, quienes fueron condenadas en juicios abreviados, lo que significó, en términos prácticos, una penalidad de cinco años o menos. Recordó los casos de María Isabel Parada, Julián Moreno y Pablo Alcalde, dos gerentes de división de la empresa y el presidente del directorio que, además, ejercía como gerente general.

Detalló que los delitos fueron cinco, por hechos acaecidos en 2011, y no pasaron tiempo privados de libertad por la condena, sino por las medidas cautelares de prisión preventiva durante el proceso, porque al haber llegado a un juicio abreviado y aceptado una condena de cinco años o inferior, pudieron optar a una sustitución de pena, que fue la libertad vigilada, completando sus sentencias en la comodidad de sus hogares y sujetos al control administrativo de Gendarmería.

Reconoció que ese resultado fue facilitado por una innovación legislativa que les favoreció, pues hasta 2015 el delito de lavado de activos tenía penalidades que llegaban hasta los 15 años, lo que les habría impedido llegar a cualquier tipo de acuerdo reparatorio, dado que para cualquier penalidad que revista las características de crimen, o sea, que supere los cinco años, el juicio abreviado no opera.

En 2015, sin embargo, se hizo una innovación legislativa que tenía por objeto actualizar la Unidad de Análisis Financiero (UAF), y se introdujeron reformas a la Ley de Lavado de Activos, una de las cuales fue vincular la pena de lavado de activos a los delitos base que lo generan.

Explicó que el delito de lavado de activos es residual, es decir, es un delito que viene después de otro delito, como la receptación, que a su vez procede de otro delito. Indicó que la modificación de la ley de la UAF vincula los delitos base con el delito de lavado de activos, y si el delito base tiene una baja penalidad, el lavado de activos tendrá una baja penalidad. Eso significó, al vincular esos dos delitos, arrastrar la baja penalidad de todos los delitos económicos a la Ley de Lavado de Activos.

Enfatizó que desde que existe el lavado de activos, las únicas personas que han sido formalizadas por lavado de activos derivado de delitos financieros fueron las tres personas del caso La Polar, y los únicos beneficiados por esa reforma legal de 2015 fueron esas mismas tres personas, por lo que cumplieron las penas en sus casas. Criticó que ello constituyera un traje a la medida, porque fueron los únicos beneficiados y los únicos a quienes les ha generado un efecto la referida reforma legal. El delito de uso de información privilegiada tenía penas de 60 días, lo que significó que el lavado de activos no podía superar los 60 días.

Subrayó que la gran recomendación que propondría a la comisión es avanzar hacia un tipo general de delitos contra el consumidor. Esto es, construir el delito y tipificarlo, de modo que cuando se mienta deliberadamente a los consumidores, se genere un tipo de reproche de naturaleza penal.

Otra recomendación podría ser la de liberalizar la acción de clase, las acciones que pueden defender los intereses generales de los consumidores. Refirió que actualmente quienes detentan las acciones de clase son el Servicio Nacional del Consumidor (Sernac) y las organizaciones de consumidores. Sin embargo, cuestionó, los consumidores organizados por sí solos no pueden emprenderlas.

Reiteró que, en el caso particular de las falsificaciones, al tener el delito una naturaleza pluriofensiva, propuso aumentar las penas. Y también que los acuerdos reparatorios no solo comprendan las relaciones interempresas, sino también una solución efectiva a los consumidores, para que el reproche penal no desaparezca.

Consideró necesario avanzar hacia una tipología general en materia de delitos laborales, porque los incumplimientos laborales deliberados generan distorsiones en el mercado. Explicó que una empresa que hace *dumping*, que no paga las imposiciones, porque su recurso humano está compuesto por personas migrantes en situación irregular, está compitiendo en forma desleal e ilegítima con otras empresas que sí están pagando las cotizaciones previsionales y muchas cosas más. Eso, recalcó, genera una distorsión en el mercado.

Lamentó que Chile se encuentre en pañales en materia de delitos económicos, pues el derecho penal económico es relativamente reciente, y solo en la década de los 80 empieza a estructurarse. Indicó que Europa va diez años delante de nosotros, aunque admitió que el Poder Legislativo ha ido avanzando en generar una tipología más robusta en materia de derecho penal económico. Al respecto felicitó la denominada ley de delitos económicos 2.0, porque empieza a permitir al Ministerio Público construir con toda confianza tipos penales por vía omisiva, lo que antes no ocurría.

Cuestionó luego que en este caso existieran instituciones que pudieron haber actuado ante la situación de La Polar. Relató que en la estructuración de un delito de falsificación primero debe conocerse cuál es la procedencia de los productos que se comercializarán y que serán entregados a la ciudadanía en estas relaciones engañosas; si vienen del extranjero, como era el caso de La Polar, desde el momento en que ingresan a Chile empiezan a intervenir determinadas instituciones públicas, en particular el Servicio Nacional de Aduanas, institución que, sugirió, podría mejorar sus mecanismos de resguardo.

Aseguró que en este ámbito existe un espacio bastante gris y confuso, porque hay situaciones específicas respecto de cómo se materializó este delito que todavía están oscuras. Afirmó que el Servicio Nacional de Aduanas, cuando ingresan productos importados, lo único que exige es que vengan con una denominación de marca o con una singularización del fabricante. Por lo tanto, cuestionó, todos esos productos pudieron haber ingresado solo mencionando quién era el fabricante. Incluso, resaltó, muchos de ellos pudieron haber ingresado sin la marca falsificada, es decir, en blanco, y se podría haber materializado la falsificación dentro del territorio nacional, mediante las máquinas que cosen las marcas artificialmente. Sostuvo que, lo más probable es que se haya utilizado esta última figura y que no se hayan arriesgado a generar facturas de importación con productos que vinieran con una marca falsificada desde afuera. Aunque admitió que esa etapa ya se encuentra fuera de la esfera y de la capacidad que tiene el Servicio Nacional de Aduanas.

Por ello, concluyó, no propondría fortalecer por este tipo de delitos al Servicio Nacional de Aduanas, sino más bien por delitos de contrabando o por tráfico de drogas. Sin embargo, advirtió, en materia de relaciones de consumo existe un Servicio Nacional del Consumidor que podría ser un ente fiscalizador, dado que hoy carece de esas facultades, como también de las facultades interpretativas de norma y sancionadoras, pese a que existen muchas instituciones públicas que poseen esa triple identidad. Señaló los casos de la Dirección del Trabajo, del Servicio Nacional de Geología y Minería (Sernageomin), del Servicio Nacional de Pesca (Sernapesca), del Servicio de Impuestos Internos, y de las superintendencias, todas las cuales tienen la capacidad de interpretar normas, fiscalizar la industria y generar un reproche, sin que con ello se vulnere derechos de la empresa, porque ella puede concurrir a tribunales y reclamar ese reproche.

Concluyó su exposición opinando que el Servicio Nacional del Consumidor es muy precario; es un ente solo consultivo y que recomienda a las empresas, pero también resaltó que su gran herramienta es la de generar acciones de clase, de perseguir en tribunales civiles la responsabilidad de las empresas cuando exista una vulneración a 50 personas o más en sus relaciones de consumo, facultad que es un pilar importante en la protección del mercado y, en particular, de las relaciones entre las empresas y los consumidores.

Don **Aaron Aguilar, representante legal de la marca Under Armour**, al comenzar su exposición, advirtió que no se encontraba en condiciones de referirse al caso particular de La Polar, por existir un proceso de investigación al efecto, pero que podría exponer acerca de qué es la falsificación y sobre otros casos similares.

Indicó que Under Armour, así como muchas marcas multinacionales, invierte constantemente en el desarrollo e innovación de nuevos productos para ofrecer a sus clientes la mejor experiencia. Por ello, arguyó, la falsificación de los productos de la marca es una cuestión que perjudica lo que se invierte en desarrollar nuevos productos y en probar los artículos que los consumidores esperan comprar, con el fin de obtener la mejor calidad y experiencia en el uso de esos productos, enfocados a las actividades deportivas.

Recalcó que, al estar frente a un producto apócrifo, obviamente no se tiene el mismo tipo de tecnología en la calidad de tela que les destaca frente a los competidores.

Precisó que, en el caso de Chile y al igual que en muchos países alrededor del mundo, el delito de falsificación es multinacional, pues existen países que se dedican a producir prendas falsas y utilizan mucha *expertise* en fabricarlas, dado que, como son operadores de fábricas para productos legales, se abren y operan también fábricas clandestinas dedicadas a la falsificación. Entonces, aseguró, es un negocio, una industria negra paralela a la legítima, en que terceros operan como intermediarios que buscan el modo de penetrar mercados legales, como en el caso de La Polar y otros más, buscando la mejor alternativa de llegar con sus productos ilícitos al consumidor, quien cree que está comprando productos originales.

Lamentó que, finalmente, el consumidor termina siendo una víctima, como lo es el titular de la marca, porque va a una tienda o hace compras en línea con la esperanza de comprar un producto original, y el precio que paga es muchas veces similar al de un producto original.

Recalcó por ende que se requiere un alto nivel de *expertise*, tanto de los oficiales de las aduanas como de los oficiales de investigación del Ministerio Público, para detectar que esos productos son falsos y que los documentos son falsificados.

Explicó que en Under Armour opera un equipo de protección de marca, del cual es gerente para la Región de las Américas, el que dispone de un presupuesto limitado para realizar operaciones, pues se considera un *partner* en todos los países donde se ofrecen sus productos, para preservar ese mercado legítimo y detectar productos falsos.

Afirmó que la falsificación significa para ellos el riesgo y el daño de la reputación de la marca, porque el consumidor que busca productos de Under Armour espera una experiencia del mejor nivel, puesto que la marca invierte en tecnología y en las mejores telas para actividades deportivas. Por ello, recalcó, comprar y ofrecer productos falsos de la marca daña su reputación e imagen, mientras que en los puntos de

venta no autorizados se pierde el control de la venta, de la imagen y, en definitiva, de la reputación de la marca.

Para enfrentar el delito de comercio de productos falsos, señaló que Under Armour opera con un equipo dedicado a investigar y trabajar en procedimientos internos y con sus partners, y que está capacitado para tomar acciones en contra de ese tipo de ilícitos a nivel policial, aduanero y administrativo. Acotó que en muchos de esos casos se realizan las investigaciones y luego presentan las evidencias de una actividad ilícita y se logra avanzar en ese tipo de casos.

Observó que el delito de falsificación se presenta como una actividad de oportunidad, porque implica mucha ganancia en términos económicos. Arguyó que el pirata no invierte en innovar o en descubrir los mejores productos o las mejores telas ni en todo lo que destaca a una marca. Tampoco invierte en las promociones, y lo hace todo a espaldas de la marca y de sus *partners*.

Indicó que en el caso de Chile la empresa trabaja con un distribuidor exclusivo que invierte para promover la marca y poner en conocimiento del mercado local sus productos y cómo ellos se diferencian de los competidores.

Admitió que la investigación y el combate contra el delito de falsificación presenta también retos, pues en muchas oportunidades los gobiernos podrían tomar medidas para mejorar las leyes, reforzar las herramientas existentes en los equipos de Aduanas o de policías, invertir en unidades especializadas en la investigación de los delitos contra la propiedad intelectual, establecer multas, y disponer un procedimiento para que la marca afectada pueda seguir con sus operaciones y prestar su apoyo en las investigaciones.

Comentó que, desde Canadá, Norteamérica, el Caribe y hasta Sudamérica, los tres países en que se han incautado más productos falsos de Under Armour en los últimos tres años, son Argentina, Chile y Ecuador.

Destacó, sin embargo, que cuenta con mucho apoyo a través de la labor de Aduanas, del Ministerio Público, de Carabineros y de la Policía de Investigaciones. Pero opinó que, al igual que en otros países, faltan o se podrían reforzar las leyes y la presencia, de modo de crear un ambiente que desmotive al infractor de cometer esos delitos, porque a veces son detenidos y pagan una multa que no desanima sus actividades.

Reiteró que para un sujeto que vende como minorista, la multa aplicada parece adecuada, pero en el nivel del crimen organizado o cuando son las propias tiendas o empresas de comercio legal las que explotan las debilidades de la ley y mezclan productos originales y falsos, se advierte que las leyes no están en equilibrio respecto del delito y el nivel en que se está cometiendo, considerando que se trata de millones de dólares obtenidos del comercio de productos falsificados.

Por tanto, subrayó, la marca está apoyando con recursos de investigación las compras en el mercado físico o de tiendas, aunque advirtió que en las compras de productos en plataformas aumenta mucho más el delito de falsificación.

Al responder una pregunta, precisó que, para reforzar las leyes que combaten este tipo de delitos, otros países presentan mejor evolución. Insistió en que, en un caso penal, la determinación de culpabilidad de un infractor debiera tener asociado un período largo de permanencia en la cárcel y que la persona sea responsable de pagar las multas que la justicia decreta, de modo que se desanime esas actividades.

También propuso mayor capacitación en este tema, de modo de asegurar que los organismos competentes del gobierno cuenten con las competencias necesarias.

Finalmente, afirmó que en el caso La Polar los productos no fueron ingresados o comprados por el distribuidor autorizado.

IV.- CONSIDERACIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES APROBADAS POR LA COMISIÓN.

MÉTODO DE TRABAJO.

Luego de haber recibido las declaraciones, testimonios, opiniones y observaciones de autoridades de Gobierno y de otras entidades, la Comisión, en su última sesión de fecha 29 de agosto de 2023, se abocó al estudio, análisis y votación de las conclusiones y recomendaciones presentadas por los diputados señores Daniel Manouchehri y Rubén Oyarzo.

VOTACIÓN DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.

Puestas en votación las **propuestas de conclusiones y recomendaciones presentadas por los diputados señores Daniel Manouchehri y Rubén Oyarzo, se aprueban por unanimidad.** Votan las y los diputados señores Boris Barrera, María Francisca Bello, Sara Concha, Joaquín Lavín, Daniel Manouchehri (presidente), Christian Matheson, Camila Musante y Rubén Oyarzo. **(8x0x0)**

TEXTO DE LAS PROPOSICIONES DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES APROBADAS POR LA COMISIÓN.

“I. ASPECTOS GENERALES.

Los hechos analizados por la Comisión investigadora se centraron fundamentalmente en una modalidad que emplean algunas empresas, principalmente del *retail* en Chile, que afectan directamente a los consumidores y la confianza de estos, ya que, dadas las falencias detectadas en nuestro sistema regulatorio, son quienes quedan literalmente en desprotección al ser engañados.

La Polar -como ejemplo claro de esta mala práctica- ha dañado de forma reiterada a sus clientes, vendiéndoles productos falsificados. Esta práctica que se replica en el *retail* nacional dejó en evidencia que es urgente realizar modificaciones normativas que persigan esos ilícitos de manera adecuada.

Se ha perjudicado la confianza del consumidor, atentando así contra la buena fe y las buenas prácticas empresariales. Vender productos falsificados es -a todas luces- un hecho que se debe sancionar.

Esta Comisión pudo identificar un verdadero *modus operandi*, vinculado a la falsificación de ropa y su internación en Chile, adquiriendo plena convicción de que el Servicio Nacional de Aduanas debe fortalecerse y el trabajo para identificar e incautar falsificaciones debe ampliarse.

El negocio de la moda es una industria que mueve billones de dólares anuales a nivel mundial; nuestro país es parte activo de este mercado, sin embargo, el mercado negro, el contrabando de productos falsificados y su posterior venta -especialmente en el comercio establecido- debe ser identificado y perseguido.

Urge trabajar en mejores mecanismos de control y fiscalización de los productos vendidos por el comercio local, debiendo ser el Servicio Nacional del Consumidor un agente que juegue un rol importante como parte, en caso de identificar irregularidades.

El **“Informe sobre el Comercio Ilícito para el año 2022 de la Organización Mundial de Aduanas** destaca que, dentro de los 15 destinos más afectados, es decir aquellos que recibieron más productos falsificados (86%) y el mayor número de incautaciones (73%), Chile y Estados Unidos encabezaron esa lista, recibiendo más de 19,5 millones de piezas falsificadas (22%). Con esto, Chile registró el mayor aumento en 2022 tanto en número de piezas como en número de incautaciones.

Ese informe también resalta al correo postal como el modo de transporte más frecuente para el traslado de mercancías falsificadas en 2022, con un 78% (39.526) del total de las incautaciones, transportando más de 4,4 millones de piezas (5%); y que los buques ocupan el primer lugar, en cuanto a medio pues transportaron el 70% (30,4 millones) de las piezas falsificadas en 4.366 (8%) incautaciones.”³

En el caso en particular que afecta a La Polar S.A., solo el monto de las prendas retenidas por el Servicio Nacional de Aduanas en los 11 procedimientos de medida en la frontera a través de la suspensión de despacho de oficio que realizó (entre septiembre de 2022 y junio 2023) ascienden a US\$ 2.686.499⁴, lo que refleja el millonario negocio que existe detrás de este tipo de conductas. Lo anterior, sin considerar todas aquellas importaciones de prendas falsas que esta u otras empresas realizaron, que no fueron detectadas oportunamente por la autoridad respectiva y que terminaron siendo comercializadas a los clientes.

A modo de referencia, según expuso Servicio Nacional de Protección al Consumidor (SERNAC) “La Polar estaría comercializando prendas de vestir, desde una fecha indeterminada hasta la actualidad, bajo el rótulo o la indicación de corresponder éstas a diversas marcas asociadas a otras empresas extranjeras, tales como Adidas AG, Under Armour Inc. y Levi Strauss & Co, entre otras, pero que, de acuerdo a los antecedentes recabados, no tendrían el carácter de originales o auténticas.”⁵ Todo lo anterior, enmarcado en este modelo de negocios denominado off-price (Outlet)⁶ que publicitaba la empresa del retail, principalmente de ropa deportiva y vestuario en general.

Por ello, es complejo poder cuantificar el monto de las ventas de ropa falsificada y eventuales ganancias, que en particular obtuvo la empresa aludida y de cuantos consumidores se pudieron ver afectados, dada la magnitud del ilícito y los años que pudieron estar aplicando el mismo modus operandi.

Sobre la conducta de La Polar S.A y su historial de malas praxis es anterior a este caso, debiéndose recordar el bullado “Caso La Polar”, lamentablemente poco se ha avanzado en la posibilidad de hacer exigible una buena conducta en el mercado. Al parecer la Empresa no solo ha mantenido su afección a las malas prácticas, sino que también ha decidido ir más allá, vendiendo productos falsificados, siendo un

³ Carta de International Trademark Association (INTA) remitida a la comisión con fecha 10 de agosto de 2023. https://www.wcoomd.org/-/media/wco/public/global/pdf/topics/enforcement-and-compliance/activities-and-programmes/illicit-trade-report/itr_2022_en.pdf

⁴ https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=279985&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

⁵ https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=275314&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

⁶ El off-price es un modelo de negocios utilizado popularmente en Estados Unidos, por firmas como Ross, T.J.Maxx y Marshalls. Dichas tiendas venden saldos o stock de grandes empresas a precios considerablemente más bajos, con hasta un 70% de descuento. Estas prendas no tendrían los mismos controles de calidad que las tiendas originales, es decir, este modelo vende stocks rechazados o sobrantes de grandes tiendas. <https://www.conadecus.cl/conadecus-presenta-demanda-contra-empresas-la-polar-s-a/>

ejemplo claro de que, si no se sanciona realmente y de forma ejemplar las malas prácticas empresariales, estas tienden a volver a repetirse.

Esta comisión también ha podido concluir la preocupante conducta que adoptan las marcas afectadas, ya que al momento de ser notificadas por las autoridades pueden libremente decidir si inician o no acciones legales para perseguir penalmente a los responsables, situación que deja en verdadera indefensión a los consumidores afectados y a las autoridades fiscalizadoras competentes sin mayores herramientas para continuar con el proceso sancionatorio. Se debe fortalecer el rol de persecución en estas materias, fomentando que las marcas afectadas se hagan parte de las acciones judiciales que en derecho correspondan.

Lo anterior es posible ejemplificarlo con las empresas involucradas en el caso de La Polar S.A., donde se presentaron acciones legales, pero que finalmente terminaron en acuerdos particulares, a modo de referencia:

1.- **Adidas AG**, se querreló por los delitos relacionados con la comercialización de objetos supuestamente falsos, previstos y sancionados en los artículos 28 letra a) y 28 bis 17 letras a) y b) de la Ley N° 19.039 de Propiedad Industrial, ante el Juzgado de Garantía de Valparaíso, RIT N° 6.766-2022. (con transacción en abril 2023)

2.- **Under Armour INC**, interpuso una denuncia por el supuesto delito de falsificación y usurpación de marca, a la cual se le asignó el RIT N° 4.075- 2022 del 1° Juzgado de Garantía de Santiago. (con transacción marzo 2023)

3.- **Levi's** presentó 2 denuncias en contra de La Polar y en contra de Nomination S.A., a las cuales se les asignaron los RIT N° 1192-2023 y N° 1193-2023, ambas del Juzgado de Garantía de Valparaíso. (con transacción de abril 2023)

4.- **Columbia Sportswear Company** – titular de la marca de ropa Columbia -, se firmó acuerdo previo a las acciones judiciales que consta en escritura pública de fecha 20 de enero de 2021 otorgada en la Notaría Pública de don Patricio Raby Benavente bajo el Repertorio N° 668-2021.

Actualmente en nuestro país el rol del titular de la marca afectada es muy relevante e incide directamente en el éxito o no de la persecución penal de los delitos que se denuncian. Este aspecto -sin duda- debe ser revisado en nuestra legislación, de manera de evitar que estas situaciones sigan afectando a los consumidores, quienes son también víctimas de estos delitos.

Finalmente, no debemos olvidar que la empresa La Polar S.A. tiene un largo historial de abusos y de irregularidades públicamente conocidos por todos, donde los cuestionamientos por el actuar de la empresa, afectaron la credibilidad y confianza de sus clientes. En esta ocasión, la actitud de la empresa también fue negar de manera categórica que se estuviera vendiendo ropa falsa en sus tiendas, pero que luego de algunos meses, con fecha 14 de abril de 2023 admite la comercialización de productos falsificados, como hecho esencial informado a la Comisión para el Mercado Financiero (CMF)⁷, indicando que luego de realizar una investigación interna en Chile y Pakistán, detectó que habría sido “víctima de un fraude por documentos falsificados por parte de dos proveedores”⁸, indicados como Global Brands y KIKI Imports.

II. RESPECTO DE LOS ORGANISMOS PÚBLICOS COMPETENTES.

Cabe hacer presente que el rol principal de esta Comisión Especial Investigadora era avocarse a los actos de Gobierno en el caso de las operaciones de La

⁷ https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=275314&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

⁸ <https://www.df.cl/empresas/retail/la-polar-admite-comercializacion-de-productos-falsificados-y-anuncia>

Polar S.A. sobre esto la comisión ha podido conocer el rol que las instituciones han jugado en este caso y las falencias de esta. Fueron escuchados:

1.- Servicio Nacional de Aduanas.

El rol de este Servicio es fundamental para la fiscalización oportuna de mercaderías que ingresan al país y que pueden provenir de contrabando o falsificadas. En materia de comercio exterior es clave su presencia, fundamentalmente porque debe facilitar y agilizar las operaciones de importación y exportación.

Dentro esas tareas tienen como objetivos mejorar la exactitud y efectividad de la fiscalización, mediante la aplicación del sistema de gestión de riesgos y combatir la evasión tributaria, **el contrabando de mercancías**, el tráfico de drogas y las infracciones a la propiedad intelectual.⁹

En la materia objeto de esta comisión, se destaca que fue a raíz de ese trabajo que desarrolla Aduanas que se identificó un cargamento con mercancía falsificada. Con la siguiente cronología:

- El 20 de septiembre de 2022, el funcionario Abelardo Arévalo Ramírez, revisó los productos importados y “detectó mercancía cuya importación se encuentra prohibida, consistente en **18.557 polerones imitativos de la marca Adidas**. La mercancía calificada como infractora de los derechos de propiedad industrial o intelectual, no puede ser objeto de reexportación o de otra destinación aduanera, en consecuencia, esta mercancía no puede ser retirada de la zona primaria de jurisdicción aduanera, ni para ingresarla legalmente al país ni para sacarla de éste”, señaló el abogado de Aduanas, Sergio Andrés Cabezas sobre la incautación de mercancías.¹⁰ En esta fiscalización se denunció el ingreso de 772 cajas de mercancía para Empresas La Polar S.A. provenientes de Pakistán.
- El 23 de enero de 2023, a través de cinco operativos, “el Servicio informó que retuvo cerca de **70 mil prendas de vestir importadas a Chile** y consignadas a empresas La Polar o a sus proveedores, luego de determinar que se trataba de mercancías que presuntamente infringían la Ley de Propiedad Industrial e Intelectual. El decomiso de los productos, ocurrido entre septiembre de 2022 y enero del presente año, fueron valuadas en más de 779 millones de pesos.”¹¹
- Luego con fecha 30 de enero de 2023, el Servicio de Aduanas “se querelló en contra de La Polar y su representante legal, Manuel Severín Larraín, por el delito de contrabando. Donde en una inspección rutinaria, se encontró un contenedor perteneciente a la Empresa La Polar S.A que en su interior tenía mercancía con prohibición de importación, ya que vulneraba las normas de la Ley sobre Propiedad Industrial y Propiedad Intelectual. Allí se halló **1.467 billeteras de la marca Kipling** con un valor aduanero de 22.829,69 dólares, que equivalen a \$20.920.215 pesos chilenos. Debido a su ilegalidad, la mercancía quedó incautada administrativamente.”¹²

Producto de su fiscalización se realizaron en total 11 procesos de suspensión de despacho respecto de La Polar S.A., **con un total de 97 mil unidades retenidas, mayoritariamente de vestuario, valorizado en 2,6 millones de dólares solo entre los meses de septiembre de 2022 y junio de 2023**. De ellos, solo en 7 casos presentó querrela penal, donde evaluarían la continuidad de las acciones

⁹ <https://www.aduana.cl/rol-facultades-y-funciones/aduana/2009-04-14/104545.html>

¹⁰ https://www.cnnchile.com/pais/la-polar-aduana-querrela_20221202/

¹¹ <https://portalportuario.cl/aduanas-retiene-cerca-de-70-mil-prendas-consignadas-a-la-polar-ante-presunta-falsificacion/>

¹² <https://www.elmostrador.cl/dia/2023/02/10/servicio-nacional-de-aduanas-se-querello-en-contra-de-la-polar-por-delito-de-contrabando/>

presentadas en aquellos casos donde la marca afectada había retirado querellas o llegado a acuerdo con la empresa del *retail*.

Procedimientos de medida de frontera (La Polar), periodo septiembre 2022 – junio 2023

| N° | ADUANA | N° RSD / FECHA | MARCAS | CANTIDAD (U) | VALOR COMERCIAL (US\$) | ESTUDIO JURIDICO | PRESENTO QUERRELLA (MARCA) | PRESENTO QUERRELLA (ADUANA) |
|-------|-------------|----------------------|-----------------------------|--------------|------------------------|------------------------|----------------------------|-----------------------------|
| 1 | VALPARAISO | 89 / 21.09.2022 | ADIDAS | 18.557 | 279.376 | CAREY | SI | SI |
| 2 | SAN ANTONIO | 28.11.2022 (sin RSD) | ADIDAS, UNDER ARMOUR Y NIKE | 21.048 | 219.719 | AEM, MARINVOIC y CAREY | SI | SI |
| 3 | SAN ANTONIO | 3981 / 26.12.2022 | WRANGLER | 10.440 | 477.257 | VILLASECA | SI | SI |
| 4 | SAN ANTONIO | 1 / 04.01.2023 | CALVIN KLEIN | 9.800 | 111.872 | AEM y SARGENT & KRAHN | NO | NO |
| 5 | VALPARAISO | 2 / 12.01.2023 | LEVI'S | 13.428 | 196.474 | AEM y CLARKE & MODET | SI | SI |
| 6 | VALPARAISO | 3 / 12.01.2023 | LEVI'S | 6.252 | 117.628 | AEM y CLARKE & MODET | SI | SI |
| 7 | VALPARAISO | 13 / 31.01.2023 | KENDALL & KYLIE | 4.668 | 270.000 | JOHANSSON Y LANGLOIS | NO | SI |
| 8 | VALPARAISO | 14 / 31.01.2023 | KIPLING | 1.467 | 93.871 | CAREY | NO | SI |
| 9 | VALPARAISO | 20 / 15.02.2023 | GUESS | 7.025 | 769.067 | AEM | NO | NO |
| 10 | SAN ANTONIO | 35 / 21.03.2023 | FIORUCCI | 2.544 | 78.519 | VILLASECA Y SILVA | NO | NO |
| 11 | SAN ANTONIO | 36 / 21.03.2023 | FIORUCCI | 2.356 | 72.716 | VILLASECA Y SILVA | NO | NO |
| TOTAL | | | | 97.585 | 2.686.499 | | | |

97 mil unidades retenidas, mayoritariamente de vestuario, valorizado en 2,6 millones de dólares.

Respecto de otras empresas del *retail*, la directora de Aduanas, en sesión del 13 de junio señaló que “**Falabella** tuvo dos suspensiones de despacho en 2013, dos suspensiones de despacho en 2015 y un procedimiento en 2018; a partir de esa fecha no tiene procedimientos de suspensión de despacho posteriores. Por su parte, **Cencosud** tiene una operación en 2016, una operación en 2017, dos operaciones en 2019 y tres operaciones en 2020, que fueron las últimas detectadas a Cencosud. Asimismo, **Corona** tiene solo una operación de suspensión de despacho en 2017. **Hites** tiene, anteriores a las ya mencionadas, tres operaciones en 2017 y una operación en 2018.”¹³

Sin embargo, a pesar de tratarse un servicio relevante en materia de fiscalización, se detectaron varias falencias que inciden en su gestión y resultados finales, respecto de la **ley N°19.912** que Adecua la legislación que indica conforme a los acuerdos de la Organización Mundial del Comercio (OMC) suscritos por Chile y la **Resolución Exenta N°1573**, de 01 de julio 2021, del Director Nacional de Aduanas, el cual establece “Las instrucciones para la aplicación de las normas contenidas en la Ley N°19.912, en lo relacionado con las medidas en frontera para la observancia y protección de los derechos de propiedad intelectual”, que entró en vigencia el 14 de agosto 2021:

- En primer término, porque la suspensión del despacho de mercancía que puede aplicar de oficio el Servicio de Aduanas permite que, transcurridos el plazo máximo de 10 días hábiles, no se recibiére notificación ordenando la mantención de la suspensión, **se procederá al despacho de la mercancía**. Es decir, si la o el titular de la marca no realiza la solicitud respectiva, la mercancía retenida puede ingresar al país y podría producirse la entrega y despacho al destinatario.
- En segundo término, se deja a la decisión del caso a caso la posibilidad que Aduanas presente una acción judicial, cuando el titular del derecho no ejerce la acción judicial dentro del plazo legal, ello parece una atribución que no debe quedar entregada a la “**discrecionalidad**” de la autoridad de turno, dado los

¹³ Acta sesión 7ª, 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 13 de junio de 2023. se abre a las 09:00 horas.

riesgos que ello puede implicar para las personas, sobre todo en caso de mercadería falsificada.

Lo anterior, debilita y diluye los esfuerzos que los funcionarios de Aduanas pueden realizar en terreno, fiscalizando y controlando el cumplimiento de las diversas normativas legales que pudieren verse afectadas.

2.- Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC)

Según la información entregada por este servicio durante el año 2022 habría recibido al menos 362 reclamos por productos falsificados contra La Polar S.A., donde le sigue en segundo lugar la empresa Falabella.com/Linio con 30 reclamos.¹⁴

Previo a la presentación de la demanda civil realizó un proceso de investigación y de requerimiento de antecedentes directamente con La Polar S.A., para que explicara y aclarara el origen de los productos que se denunciaban ser prendas falsificadas.

Luego con fecha 13 de diciembre de 2022, ingreso la demanda colectiva, que se está tramitando ante el 30° Juzgado Civil de Santiago, rol C-14882-2022¹⁵, donde se busca que la empresa devuelva el dinero e indemnice a las y los consumidores que habrían sido afectados por estas prácticas y se le apliquen las máximas multas establecidas en la Ley. Además, solicitó que la justicia obligue a La Polar al cese de la venta de este tipo de productos, e implemente un plan de cumplimiento en la materia.¹⁶

De acuerdo a los antecedentes aportados formalmente en su exposición ante la Comisión, los oficios enviados y la información pública que existe respecto de las medidas y acciones que realizó este servicio se evidencia que actuó dentro de los ámbitos de su competencia, pero que carece de mayores atribuciones que permitan aplicar sanciones de manera directa por vender ropa falsificada a sus clientes, debiendo iniciar acciones judiciales para que luego de un largo proceso judicial se pueda obtener una sentencia que repare o indemnice en parte a los consumidores afectados.

3.- Fiscalía Nacional.

La intervención fue realizada por el director de la Unidad Especializada en Delitos Económicos, Medioambientales, Cibercriminales y Lavado de Activos Asociado don Mauricio Fernández, indicando de manera muy genérica que las investigaciones que desarrolla la fiscalía en diversas comunas del país dicen relación con el delito de contrabando, donde se requirió de la denuncia de Aduanas.

Además, destaco un tema que genera problemas en la persecución penal de los delitos vinculados a la Ley de la Propiedad Industrial, “donde se da el fenómeno propio de esas investigaciones, en que solo se inician y cuyo destino depende de la voluntad del querellante, del dueño o representante de la marca presuntamente afectada”, agregando luego que al ser “un delito que depende exclusivamente de la voluntad del denunciante o querellante y, muchas veces, también por razones prácticas, si no hay colaboración de un querellante que representa una marca extranjera, es bastante poco viable que haya una posibilidad de acreditación.”¹⁷

¹⁴ https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=275314&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

¹⁵ Esta causa todavía se encuentra en tramitación judicial, fue acumulada con la demanda que ingreso en diciembre del año 2022 CONADECUS, ante el 9° Juzgado Civil de Santiago, Rol N° 15.764-2022.

¹⁶ <https://www.sernac.cl/portal/604/w3-article-69272.html#:~:text=El%20SERNAC%20ha%20recibido%20223,este%20a%C3%B1o%20suman%20175%20casos>

¹⁷ Acta sesión 8ª, 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 4 de julio de 2023. se abre a las 09:01 horas.

Tal como se ha mencionado anteriormente, **efectivamente las marcas titulares del derecho de propiedad, pueden impedir la posibilidad de investigar la falsificación de su marca**, porque no denuncian o si la hacen, después pueden llegar a acuerdos con los responsables (como ocurrió con la mayoría de las marcas afectadas en este nuevo caso de La Polar).

3) Unidad de Análisis Financiero (UAF).

Dentro de los objetos que tiene es prevenir e impedir la utilización del sistema financiero, y de otros sectores de la actividad económica, para la comisión de alguno de los delitos vinculados al lavado de activos y el financiamiento del terrorismo.

Para ello, fundamentalmente realiza inteligencia financiera, emite normativa, fiscaliza su cumplimiento, impone sanciones administrativas, capacita y difunde información de carácter público, y desarrolla acciones de cooperación interinstitucional.

En lo pertinente con los hechos que investigó la comisión, señaló que, dentro de los delitos precedentes del lavado de activos, se encuentra el delito de contrabando sancionado por la Ordenanza General de Aduanas (art. 168 y 178 N°1).

En Chile existen sanciones al respecto, según sus estadísticas entre los años 2017 y 2021 han existido 7 sentencias por el delito de contrabando, con 21 personas condenadas.¹⁸

Sin embargo, respecto del caso en particular que afecta a La Polar S.A. y eventualmente a otras empresas del retail, no entregaron mayores antecedentes que pudieran ser relevantes para emitir un pronunciamiento.

4) Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI).

Según lo expuesto expresamente por la directora nacional doña Loreto Bresky, “su función es meramente registral, no tiene competencia respecto de temas de observancia”¹⁹. Reiterando que Inapi no tiene competencia para pronunciarse respecto de la existencia de infracción o no a la ley de propiedad intelectual, porque no tiene facultades en temas de observancia.

Si manifestaron que participaban de mesas de coordinación con Aduanas, para capacitar a los funcionarios, quienes verifican la titularidad de las marcas en Chile a través de los registros que mantiene INAPI y con eso se pueden gatillar medidas en fronteras para activar acciones de observancia.

5) Servicio de Impuestos Internos (SII).

En cuanto a la comisión de delitos tributarios, indicaron que “no se verifican antecedentes respecto al incumplimiento de las exigencias legales relativas a la declaración y pago de los impuestos gravan la producción o comercio de las especies, ni tampoco, que el contribuyente haya tenido conocimiento del incumplimiento de las obligaciones señaladas para el comercio de éstas.” Agregando que tampoco “se verifica en los antecedentes tenidos a la vista el elemento de clandestinidad”²⁰, ya que las prendas fueron comercializadas en las propias tiendas de la empresa aludida.

¹⁸ https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=279012&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

¹⁹ Acta sesión 3ª, 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 25 de abril de 2023. se abre a las 08:53 horas.

²⁰ https://www.camara.cl/verDoc.aspx?prmID=281911&prmTipo=DOCUMENTO_COMISION

Otras entidades que participaron en la Comisión.

CONADECUS - ODECU

El rol de las organizaciones de defensa de los derechos de los consumidores nuevamente es destacable, a pesar de todas las falencias y deficiencias que tiene nuestro derecho del consumidor.

Estas denuncian expresamente que La Polar S.A. incurrió en 3 supuestos infraccionales a ley del consumidor, a saber:

1. Vender y ofrecer al público productos falsificados de distintas marcas, es decir, aquellos que no fueron producidos por las marcas o empresas a las que ellas encargaran la confección.
2. Vender y comercializar productos de segunda selección, saldos de stock, productos de temporadas anteriores, productos de baja calidad o con deficiencias, correspondientes a distintas marcas comerciales, sin informar de estas características esenciales y básicas a los consumidores de forma previa a la celebración del contrato.
3. Incurrir en publicidad falsa o engañosa dirigida a los consumidores, con el fin de inducirlos a adquirir productos comercializados por La Polar que serían falsos a través de la campaña publicitaria Super Marcas – Super Precios.

Todas estas materias son parte de la demanda colectiva que se presentó por parte de CONADECUS, causa que fue acumulada con la demanda presentada por el SERNAC y que actualmente se encuentran en tramitación.

III.- RECOMENDACIONES

Respecto de las empresas del *retail* se debe señalar que la marca tiene una función social, que le da plena fe a los clientes de estar adquiriendo un producto de ciertas características. Atentar contra esto es meritorio de una sanción, por ello, se requiere adoptar **medidas para prevenir la aparición de infracciones**, tal como lo plantea ODECU en su presentación ante la comisión, para no afectar a clientes y su credibilidad, como ocurre actualmente con La Polar S.A.

Combatir el mercado de la falsificación requiere colaboración público– privada, también de cooperación y coordinación transfronteriza para controlar y fiscalizar el ingreso o salida de esos productos de nuestro país.

1. Es necesario robustecer la normativa vigente, con el objeto de obtener sanciones ejemplares a la hora de comprobar que existen proveedores que atentan contra el derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos. A su vez, es posible constatar que el retail, al vender productos falsificados y promocionar ofertas en torno a estos, atenta contra la ley del consumidor, puesto que las características y calidad de los productos que ofrece no es tal, por tanto, su publicidad es engañosa.
2. Luego de haber escuchado a los órganos de la administración ya mencionados, esta comisión hace un llamado a **fortalecer las instituciones e infraestructura pública**, dotando de mayores atribuciones y recursos a los organismos públicos competentes, para ello se recomienda:
 - a) Entregar de mayores herramientas y facultades legales al **Servicio Nacional de Aduanas** justamente para que pueda perseguir de mejor manera los delitos vinculados al contrabando. Además, durante su exposición ante la comisión la directora del Servicio Nacional de Aduanas doña Alejandra Arriaza, planteo la

importancia de otorgar mejoras y fortalecimiento de la dotación, pero también tecnológicos.

En este punto es preciso plantearse la posibilidad de avanzar hacia una institucionalidad que considere a Aduanas de Chile como una verdadera Policía de fronteras.

Esta comisión recomienda al Ministerio de Hacienda y al Ministerio del Interior y Seguridad Pública, fijar una coordinación que permita fortalecer el trabajo y el actuar institucional de Aduanas y de las policías, considerando a la primera como una institución incumbente y relacionada en materia de seguridad pública, ya que su labor en fronteras es la primera línea de combate contra la delincuencia y el crimen organizado.

- b) En el mismo sentido de lo expuesto, esta comisión recomienda al Ministerio de Economía, Fomento y Turismo enviar -a la brevedad- un proyecto de ley que dote de mayores atribuciones al **Servicio Nacional del Consumidor**, ya que en materia de protección de derechos del consumidor y persecución penal es bastante pobre y limitada.
Que este pueda ejercer acciones para **proteger a los ciudadanos de los abusos y generar relaciones de confianza en el mercado es fundamental, especialmente, cuando en los hechos esta Cámara de Diputados y Diputadas ha debido investigar en reiteradas ocasiones situaciones derivadas de abusos por parte de privados, dejando en evidencia que el mercado necesita entidades que actúen antes y no después de ocurridas las malas prácticas.**
 - c) Lo mismo respecto del **Servicio de Impuestos Internos**, que debiera tener atribuciones en relación con el ejercicio de acciones penales que hasta ahora no se han dado, respecto de eventuales delitos tributarios, asociados a los hechos que son materia de investigación de esta comisión, según sugieren desde la propia Unidad Especializada en Delitos Económicos, Medioambientales, Cibercrimen y Lavado de Activos Asociado de la fiscalía nacional.
 - d) Es importante contemplar medidas que generen un trabajo vinculado entre los diversos servicios competentes, por ejemplo, el Servicio Nacional de Aduanas, Servicio de Impuestos Internos, Unidad De Análisis Financiero, Servicio Nacional del Consumidor y otros, con los cuales es importante mantener un trabajo coordinado.
3. Es urgente **fortalecer la normativa legal y reglamentaria existente**, para que no se vulnere la fe pública ni los bienes públicos en general, para ello, se recomienda:
- a) Modificar la ley de propiedad industrial vinculada con la persecución penal, porque actualmente los delitos marcarios son de acción penal privada, dependiendo totalmente de la voluntad del querellante (titular de la marca) si se da inicio o no a la persecución penal.
 - b) Revisar la configuración del delito de contrabando, que se contempla en la Ordenanza General de Aduanas, donde debiera considerarse también la afectación de la fe pública o directamente los derechos de los consumidores.
 - c) Modificar la ley 19.912 que adecúa la legislación conforme a los acuerdos de la Organización mundial del Comercio (OMC) suscritos por Chile, con el objetivo de limitar la posibilidad de que las mercancías retenidas en frontera puedan ser entregadas a su destinatario en caso de que los titulares del derecho de propiedad no ejerzan las acciones legales dentro de plazo.

- d) Avanzar respecto de la tipificación de la mentira como delito, en el derecho del consumidor, ya que actualmente no considera nuestra legislación penal, según planteo el abogado Andrés Sepúlveda en su exposición ante la comisión. En su opinión el jurista señaló: “con un tipo penal general de delito en contra del consumidor, es una forma de avanzar hacia una mejor ética empresarial.”
 - e) Revisar la tipificación del delito de falsificación que contempla nuestra legislación penal, para reconocer que el delito es pluriofensivo, ya que no solo afecta a la empresa titular de la marca por ej., sino que también afecta a las personas y que considere en estos casos que la posibilidad de que las empresas puedan llegar a acuerdo con las asociaciones de consumidores por ejemplo, para que no ocurra lo mismo que en el caso actual de La Polar S.A., donde mediante acuerdos privados, se desisten de la querrela y la persecución penal termina sin sanciones.
4. Sobre las actuaciones de La Polar S.A, y en general de todas las empresas del Retail que hayan infraccionado la ley del consumidor, atentando contra la información verdadera, ofreciendo productos de forma engañosa, especialmente cuando se deposita la confianza en la compra de un producto y su calidad. No hay mayor indignación que descubrir que aquello es mentira.
Por lo anterior, es recomendable establecer mecanismos certeros de reparación e indemnización de los daños producidos.

Finalmente, la Comisión Investigadora **acuerda** que forman parte de las conclusiones y proposiciones aprobadas los aspectos generales y participación de las entidades públicas y consideraciones que les sirvieron de fundamento.

V. ENVÍO DE COPIA DEL INFORME DE LA COMISIÓN INVESTIGADORA.

La Comisión Especial Investigadora acordó proponer a la H. Sala que se envíe copia de este informe a **S.E. el Presidente de la República**, en virtud del artículo 58 de la ley N° 18.918, Orgánica Constitucional del Congreso Nacional, con la finalidad que, de conformidad a su mérito y antecedentes, acoja las peticiones aprobadas en su seno y, en consecuencia, adopte las medidas conducentes a superar las dificultades detectadas en la investigación de esta comisión parlamentaria y tenga a bien impartir las instrucciones y órdenes que sean menester a los organismos y entidades bajo su dependencia.

VI. DIPUTADO INFORMANTE.

La Comisión Especial Investigadora designó, por unanimidad, como Diputado Informante al señor **DANIEL MANOUCHEHRI LOBOS**.

Sala de la Comisión, a 29 de agosto de 2023.

Tratado y acordado en sesiones de fechas 4, 18 y 25 de abril, 16 y 30 de mayo, 6, y 13 de junio, 4, 11 y 25 de julio, 22 y 29 de agosto de 2023, con la asistencia de las y los diputados señores Boris Barrera, María Francisca Bello, Sara Concha, Ricardo Cifuentes, Catalina Del Real, Joaquín Lavín, Daniel Manouchehri (Presidente), Christian Matheson, Camila Musante, Rubén Oyarzo, Agustín Romero, Jaime Sáez y Flor Weisse.

Reemplazos temporales.

La diputada señora Francesca Muñoz reemplazó a la diputada señora Sara Concha.

El diputado señor Cristóbal Martínez reemplazó al diputado señor Joaquín Lavín.

ALVARO HALABI DIJANA
Abogado Secretario de la Comisión

ÍNDICE

| | |
|--|-----------|
| I.- COMPETENCIA DE LA COMISIÓN AL TENOR DEL ACUERDO DE LA CÁMARA QUE ORDENÓ SU CREACIÓN. | 1 |
| | |
| II.- RELACIÓN DEL TRABAJO DESARROLLADO POR LA COMISIÓN EN EL CUMPLIMIENTO DE SU COMETIDO. | 2 |
| | |
| III.- LO SUSTANCIAL DE LO EXPUESTO POR LAS PERSONAS ESCUCHADAS EN RELACIÓN CON LAS MATERIAS INVESTIGADAS. | 4 |
| | |
| EL DIRECTOR NACIONAL DEL SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, ANDRÉS HERRERA. | 4 |
| | |
| LA DIRECTORA NACIONAL DEL INSTITUTO NACIONAL DE PROPIEDAD INTELECTUAL, LORETO BRESKY. | 12 |
| | |
| LA SUBDIRECTORA DE MARCAS, DOÑA GABRIELA ALEGRÍA. | 15 |
| | |
| EL ABOGADO DE LA CORPORACIÓN NACIONAL DE CONSUMIDORES Y USUARIOS ANTONIO OLIVARES. | 16 |
| | |
| LA DIRECTORA DE LA ASOCIACIÓN INTERNACIONAL DE MARCAS PARA AMÉRICA LATINA Y EL CARIBE, CAROLINA BELMAR. | 22 |
| | |
| EL PRESIDENTE DE LA ORGANIZACIÓN DE CONSUMIDORES Y USUARIOS, STEFAN LARENAS. | 29 |
| | |
| EL DIRECTOR DE LA UNIDAD DE ANÁLISIS FINANCIERO DEL MINISTERIO DE HACIENDA, CARLOS PAVEZ. | 30 |
| | |
| EL DIRECTOR GENERAL DE LA POLICÍA DE INVESTIGACIONES DE CHILE, SERGIO MUÑOZ. | 35 |
| | |
| LA DIRECTORA DEL SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS, ALEJANDRA ARRIAZA. | 38 |
| | |
| LA SUBDIRECTORA JURÍDICA SERVICIO NACIONAL DE ADUANAS, MARÍA JAZMÍN RODRÍGUEZ. | 43 |
| | |
| EL DIRECTOR DE LA UNIDAD ESPECIALIZADA EN DELITOS ECONÓMICOS, MEDIOAMBIENTALES, CIBERDELITOS Y LAVADO DE ACTIVOS ASOCIADO DEL MINISTERIO PÚBLICO, MAURICIO FERNÁNDEZ. | 44 |
| | |
| EL SUBDIRECTOR JURÍDICO DEL SERVICIO DE IMPUESTOS INTERNOS, MARCELO FREYHOFFER. | 46 |
| | |
| EL ABOGADO PENALISTA ANDRÉS SEPÚLVEDA. | 48 |
| | |
| EL REPRESENTANTE LEGAL DE LA MARCA UNDER, ARMOUR AARON AGUILAR. | 54 |

| | |
|--|-----------|
| IV.- CONSIDERACIONES, CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES APROBADAS POR LA COMISIÓN..... | 56 |
| VOTACIÓN DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES APROBADAS POR LA COMISIÓN..... | 56 |
| TEXTO DE LAS PROPOSICIONES DE CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES APROBADAS POR LA COMISIÓN..... | 56 |
| V.- ENVÍO DE COPIA DEL INFORME DE LA COMISIÓN INVESTIGADORA..... | 65 |
| VI. DIPUTADO INFORMANTE..... | 65 |