

Santiago, dieciocho de abril de dos mil dieciséis.

Vistos:

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

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

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

Y considerando:

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

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

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

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

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

En ese orden, la omisión de la declaración que echa de menos el recurrente ni siquiera tiene influencia sustancial en lo dispositivo del fallo, pues al no haber determinado la sentencia la existencia de un daño causado por las infracciones a la Ley de Protección al Consumidor que se tienen por

demostradas, dicho efecto erga omnes no se habría podido materializar en el favorecimiento o reparación de otros consumidores.

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

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

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

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

Sexto: Que en el recurso de casación en el fondo se denuncia, en primer término, la infracción a los artículos 28 letras b) y c) y 33 de la Ley N° 19.496, porque la infracción a estos preceptos está íntimamente relacionada con la infracción al artículo 3 letra b) que se tuvo por establecida en el fallo, al formar parte de la integración publicitaria, por lo que al tener por configurada ésta debió ocurrir lo mismo respecto de aquella, al inducirse a error o engaño a los consumidores sobre las características relevantes del producto.

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

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

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

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

Séptimo: Que el fallo de primer grado, en su considerando 30° señaló que *“son hechos de la causa por así encontrarse acreditados en el proceso resultado de la valoración efectuada por el tribunal con arreglo a las reglas de la sana crítica de los diversos medios probatorios aportados al juicio, los siguientes:*

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Octavo: *Que en relación a la primera infracción que se imputó a Panini Chile S.A. del artículo 33 letra b) de la Ley N° 19.496, por vulnerarse el derecho a una información veraz y oportuna, puesto que "no dispuso en tiempo y forma, información alguna, relevante y no menor, para la adquisición tanto del álbum como de las láminas del mismo, que permitiese a los consumidores tomar conocimiento previo y oportuno respecto de una característica relevante del*

álbum South África 2010, cual es, que todos aquellos que fueron incentivados a adquirir tanto aquel como los sobres que contienen las láminas, no tendrían ni tendrán, al menos a la fecha de esta presentación, los stickers o láminas de la selección chilena, en igual calidad, finalidad y condición que respecto de las otras selecciones o países”, en el considerando 33° del fallo de primer grado se señala que “no hay discusión entre las partes, que en Chile, el álbum fue distribuido y comercializado en su formato original, con la salvedad de presentar inserto al centro del mismo, una hoja de mayor grosor, denominada tablero coleccionador, en donde se podían insertar la láminas formatos pop up, para cuyos efectos cada recuadro presentaba dos cortes, uno en la parte superior izquierda y otro en la parte inferior derecha (mirados de frente), las que también podían ser pegadas en las páginas 68 y 69, reservadas para la Selección Chilena.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Noveno: *Que, por su parte, el fallo de segunda instancia, en su basamento 2°, en lo referente a las infracciones que tuvo por establecidas el a quo refirió que “de la prueba aportada al juicio, relacionada en el fallo de primer grado y que ha sido legalmente apreciada, resulta claro que la denunciada omitió entregar al público oportunamente - en forma previa y coetánea a la venta - la información acerca de características relevantes del producto ofrecido; en este caso, acerca del modo en que debería completarse el álbum oficial del Mundial de Fútbol de Sudáfrica sacado al mercado, pues en éste se presentaba a los jugadores de la selección nacional de fútbol en formato pop up, pero además las figuras de los jugadores aparecían impresas bajo la fórmula tradicional de láminas autoadhesivas (como es lo corriente y tradicional*

en esta clase de actividades), situación que explicablemente podía inducir a error a los consumidores puesto que este último formato no sería comercializado. Así, en el hecho, el álbum de marras se presentó con doble espacio dedicado a la selección nacional de fútbol, una de las cuales era imposible de completar, hecho que no fue cabalmente informado a los consumidores por la empresa denunciada.

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

En lo atinente a la demanda civil deducida, en el motivo 3° señaló que “*la sentencia del grado la ha acogido estimando para ello como consumidores afectados a todos los que completaron el denominado 'Formulario de Atención de Público' de Sernac, considerando éstos como reclamos, lo cual no es efectivo, como puede constatarse de su simple lectura, pues muchos de ellos sólo contienen preguntas o afirmaciones de orden general.*

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

Concluye, sobre la misma materia en el considerando 4° que: “*resulta que no obstante corresponderle hacerlo conforme dispone el artículo 1698 del*

Código Civil, la demandante no aportó la prueba necesaria que permitiese justificar su pretensión al tenor de lo expresado en el fundamento anterior, lo que conduce a desestimar la demanda civil intentada en esta causa”.

Décimo: Que comenzando con el análisis de las infracciones que denuncia el recurso, en lo que respecta al artículo 28 en sus letras b) y c) de la Ley N° 19.496, como ha dicho antes esta Corte, *“las infracciones de las letras b) y c) del artículo 28 y del artículo 28 A de la Ley N° 19.496, no son sino manifestaciones especialmente regladas del incumplimiento de un proveedor de su obligación correlativa al derecho del consumidor a ‘una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos’ consagrado en el artículo 3 letra b) del mismo texto legal”* (SCS Rol N° 24.902-14 de 4 de enero de 2016), por lo que, no resultaba procedente sancionar dos veces la misma conducta -la que se estimó constituía la infracción al artículo 3 letra b) en el fallo-, primero subsumiéndola en la formulación general del deber de información del proveedor y luego en formulaciones particulares, sin perjuicio que respecto de esto último el recurrente pretende además que se sancione, siempre la misma conducta, bajo tres normas diversas, esto es, artículos 28 letra b), 28 letra c) y 33, con evidente violación del principio *non bis in ídem*, aplicable en la especie en cuanto las materias del orden sancionatorio contravencional se rigen por principios que tienen su origen en el Derecho Penal, lo que se justifica por tratarse de una manifestación del *ius puniendi* general, que es el ejercicio del poder de sancionar por parte del Estado, y este *ius puniendi* único justifica, entonces, la extrapolación de los principios que rigen en materia penal (v. SCS Rol N° 24.563-14 de 6 de julio de 2015 y Rol N° 24.902-14 de 4 de enero de 2016)

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

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

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

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

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

En cuanto se funda la infracción del citado artículo 54 en haber limitado el fallo la indemnización a un número reducido de consumidores, de los que se excluyó a los consumidores que completaron los álbumes y canjearon su premio, sin perjuicio de reiterar lo discurrido en el basamento anterior, cabe insistir que el fallo de segundo grado eliminó los párrafos 6° y 7° del considerando 38° de la sentencia del a quo, por lo que la sentencia impugnada no limitó la indemnización a un determinado grupo de consumidores, sino que derechamente no estableció que con ocasión de las infracciones administrativas constatadas se haya producido un daño a los consumidores que pueda ser indemnizado, sean estos los que llenaron el formulario ante el Sernac u otros que hayan adquirido el álbum, de modo que no puede entonces haberse cometido por la sentencia las infracciones que denuncia el recurso en esta parte.

Décimo tercero: Que, finalmente, se protesta por la infracción del artículo 51, inciso 2°, de la Ley N° 19.496, que dispone que “*Todas las pruebas*

que deban rendirse, se apreciarán conforme a las reglas de la sana crítica”, atendido que el fallo no funda el rechazo a la indemnización, ni el porqué se separa la infracción que tiene por acreditada del deber de indemnizar que trae aparejado. Asimismo, y en defecto de lo anterior, refiere que la sentencia se aparta del principio de no contradicción de la regla de la lógica, al sancionar en lo infraccional y absolver en lo indemnizatorio.

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

Décimo cuarto: Que por las razones que se han venido exponiendo esta Corte concluye que no se han cometido las infracciones de derecho que se denuncian en el arbitrio de casación, razón por la cual éste también debe ser rechazado.

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

Regístrese y devuélvase.

Redacción a cargo del Ministro Sr. Brito.

Rol N° 5017-15.

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

Autorizada por el Ministro de Fe de esta Corte Suprema.

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