



**SANTIAGO**  
 Ilustre Municipalidad  
 TERCER JUZGADO DE POLICÍA LOCAL SANTIAGO

002735



**CASILLA 11**  
**SUCURSAL TRIBUNALES**  
**SANTIAGO**

**FRANQUEO CONVENIDO**  
 Res.Exenta Nº 249  
 Fecha: 18.04.96  
 EMPRESA DE CORREOS  
 DE CHILE

ROL Nº M-27.887-2013/PCM  
 Carta Certificada Nº: 0

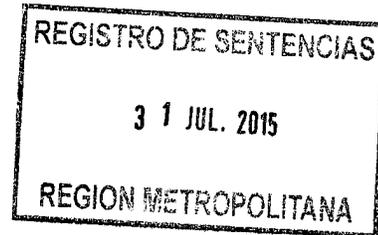
SEÑOR (A)  
 BELEN PICERO DEL VALLE  
 TEATINOS 333 PISO 2  
 SANTIAGO



006542

CONFORME A LA LEY Nº 19.841 ESTA CARTA DEBERÁ SER ENTREGADA A CUALQUIER PERSONA DE ESTE DOMICILIO.

I. MUNICIPALIDAD DE SANTIAGO  
 TERCER JUZGADO DE POLICÍA LOCAL  
 AMUNATEGUI Nº 980



Santiago, Miércoles 24 de junio de 2015

Notifico a UD. que en el proceso Nº M-27.887-2013, se ha dictado la siguiente resolución:

**VISTOS:**

Cúmplase.

NOTIFÍQUESE.



C.A. de Santiago

Santiago, tres de junio de dos mil quince.

Proveyendo escrito de fojas 142: a todo, téngase presente.

**Vistos :**

Se reproduce la sentencia en alzada, de fecha treinta de enero de dos mil quince, escrita a fojas 110 y siguientes, y **se la confirma con declaración** que se rebaja el monto de la multa impuesta a la suma de **15** Unidades Tributarias Mensuales.

Regístrese y devuélvase.

Rol Trabajo-menores-p.local-423-2015.

Pronunciada por la Sexta Sala, integrada por los Ministros señor Mario Rojas Gonzalez, señora Jessica De Lourdes Gonzalez Troncoso y el Ministro (S) señora Celia Olivia Catalan Romero.

Autoriza el (la) ministro de fe de esta Illtma. Corte de Apelaciones de Santiago.

En Santiago, tres de junio de dos mil quince, se notificó por el estado diario la resolución que antecede.

**SANTIAGO**, treinta de enero del año dos mil quince.

**VISTOS:**

I.- Que, a fojas 37 y siguientes, rola denuncia efectuada al tribunal por don RODRIGO MARTÍNEZ ALARCÓN, abogado, Director Regional Metropolitano del Servicio Nacional del Consumidor (SERNAC), actuando en su representación, ambos domiciliados en Teatinos N° 333, piso 2, comuna de Santiago, en contra del OPTISTORE SpA., representado legalmente, por don Hellmut Shilling Lagunas, ambos domiciliados en calle Victoria N° 480, comuna de Santiago, por infringir lo dispuesto en los artículos N° 3 inciso 1° letra b), N° 23, N° 28 letra c) y N° 35 de la Ley N° 19.496, según los antecedentes que a continuación se exponen.

Señala que, el día 25 de noviembre del año 2013, un funcionario del SERNAC que reviste la calidad de Ministro de Fe, en conformidad con lo establecido por el artículo N° 59 de la Ley sobre Protección de los Derechos de los consumidores concurrió a las dependencias de la denunciada ubicadas en calle Huérfanos N° 1049, levantando un acta sobre su inspección, en la cual se aprecian las siguientes conclusiones: a) respecto a la "Promoción Lentes de Sol" dice "se observa que el afiche no indica la cantidad de stock disponible, y a la fecha de esta visita, aún continuaba exhibiéndose, no obstante, el plazo de vigencia de la promoción ya había expirado; b) respecto a la "Promoción Lentes de Lectura para Presbicie Acrilens" expresa "se observa que afiche no indica cantidad de stock disponible, y si bien tiempo o plazo de vigencia señala día y mes, no indica año; c) en cuanto a la promoción "Cristales Gratis al comprar tu armazón TOMMY HILFIGER a \$57.000.- orgánicos con antirreflejo" señala que se observa que afiche no indica cantidad de stock disponible, y si bien tiempo o plazo de duración de vigencia señala día y mes, no indica año", y; d) en relación a la promoción "Disfruta ver a todas las distancias sin cambiar de anteojos" indica que "se observa que afiche no indica cantidad de stock disponible, ni tiempo o plazo de duración de promoción"

Finalmente, el SERNAC señala, que ejerció la acción en conformidad con las facultades y obligaciones que le impone el artículo N° 58 letra g) de la Ley N° 19496, el cual textualmente señala lo siguiente:

*"Artículo 58.- El Servicio Nacional del Consumidor deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente ley y demás normas que digan relación con el consumidor, difundir los derechos y deberes del consumidor y realizar acciones de información y educación del consumidor. [...] g) Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales y reglamentarias relacionadas con la protección de los derechos de*

*los consumidores y hacerse parte en aquellas causas que comprometan los intereses generales de los consumidores.*

*La facultad de velar por el cumplimiento de las normas establecidas en leyes especiales que digan relación con el consumidor, incluye la atribución del Servicio Nacional del Consumidor de denunciar los posibles incumplimientos ante los organismos o instancias jurisdiccionales respectivos y de hacerse parte en las causas en que estén afectados los intereses generales de los consumidores, según los procedimientos que fijan las normas generales o los que se señalen en esas leyes especiales.”*

II.- Que a fojas 53 el Tribunal fijó la audiencia de conciliación, contestación y prueba de autos para el día 16 de abril del año 2014, a las 11:30 horas, la que se celebró con la asistencia de ambas partes, como consta de fojas 91.

Llamadas las partes a conciliación esta no se produjo. La parte denunciante del SERNAC, ratifican su la denuncia, como consta de fojas 91. La parte querellada y demandada contesta la denuncia y demanda de autos al tenor de su presentación de fojas 63 y siguientes, solicitando su completo rechazo, con expresa condena en costas, por las siguientes razones.

Señala que, si bien hay verdad en parte de los hechos descritos en la denuncia, ello no constituye infracción a la Ley sobre Protección de los derechos de los Consumidores y respecto de esos hechos no existe denuncia alguna por parte de consumidores que se hayan visto perjudicados puesto que las promociones nunca han sido negadas, ya que fueron hechas precisamente para promocionar los bienes que describen y, dentro de lo posible, aumentar sus ventas.

A continuación, el denunciado indica que, efectivamente, el día 25 de noviembre fue fiscalizado y se detectaron cinco infracciones a las normas de la Ley N° 19.496. Luego, el denunciado dice que, la primera promoción no indicaba la cantidad de stock disponible y se estaba exhibiendo a la fecha de la fiscalización, no obstante que su vigencia era hasta el día 17 de noviembre, la promoción ofrecía lentes de sol con descuento al comprar un segundo par. Adicionalmente, el requerido indica que la promoción abarcaba todas las marcas que comercializa, razón por la cual no es aplicable la mención del stock disponible, toda vez que ella existe para que el comerciante pueda excusarse precisamente en que se habría agotado el stock, obviamente en una oferta de este tipo no hay limitación al stock. Además, el denunciado dice que, el hecho de que se mantuviese la promoción una vez cumplido el tiempo de vigencia señalado, solo podría constituir una infracción a la Ley N° 19.496, en la medida en que algún consumidor se hubiese visto perjudicado debido a que,

sin perjuicio del afiche, el vendedor se excusara de respetar la promoción, lo que no ocurrió.

En cuanto a la segunda promoción denunciada, el requerido indica que, ella no indica ni cantidad de stock ni duración de la promoción, sin embargo, al igual que la promoción anteriormente referida, ella no informa el stock debido a que abarca a todos los productos de esa naturaleza y se trata de una promoción de duración indefinida. Además, el denunciado dice que, mientras se ha exhibido la promoción, ella nunca ha sido negada al consumidor.

En relación a la promoción que ofrecía cristales gratis por la compra de un marco de determinada marca, el afiche señala claramente que la promoción tenía una duración hasta el día 11 de diciembre o hasta agotar stock, habiéndose omitido señalar el año, lo que en ningún caso podría entenderse como una infracción. Además, el denunciado señala que, si bien no se señala la cantidad de stock disponible, de la promoción es posible desprender que ella es válida mientras haya stock de la marca a la que se refiere. Adicionalmente, el requerido indica que, pretender que hay publicidad engañosa implica asumir que hay mala fe, lo que no habría existido en ningún caso.

III.- En la misma audiencia, la parte denunciada presentó a declarar como testigo a don RODRIGO MARTÍNEZ ALARCON CARO, cédula de identidad N° 10.766.858, Abogado, domiciliado en calle Teatinos N° 50, 6° piso, comuna de Santiago, quien debidamente juramentado expone en síntesis: Que trabaja hace más de nueve años en el SERNAC.

En virtud de lo anterior, el denunciado interpuso la tacha contemplada en el número 5 del artículo N° 358 del Código de Procedimiento Civil, la que fue acogida por el Tribunal, como consta de la parte considerativa de esta sentencia.

IV.- La parte denunciante acompañó la siguiente prueba documental: a) Copia de acta de ministro de fe, como consta de fojas 6, y; b) Set de fotografías, como consta de fojas 8 a 36. No habiéndose objetado ninguno de los documentos.

V.- La parte denunciada viene en acompañar los siguientes documentos: a) Copias e avisos promocionales denunciados, como consta de fojas 78 a 81, y; b) Fotografía de afiche con avisos promocionales, como consta de fojas 82. No habiéndose objetado ninguno de los documentos.

VII.- Que a fojas 94 los autos quedaron en estado de dictarse sentencia.

**Y CONSIDERANDO:**

**I.- EN CUANTO A LA TACHA DEL TESTIGO DEL DENUNCIANTE, DON RODRÍGO MARTÍNEZ ALARCÓN CARO:**

1) Que la parte denunciada opuso tacha respecto del testigo, según señala, en conformidad con lo establecido en los números 5 del artículo N° 358 del Código de Procedimiento Civil, en virtud de que la testigo declaró trabaja en el SERNAC hace más de nueve años.

2) Que el artículo N° 358 señala en su numeral 5° que:

*“Son también inhábiles para declarar: [...] 5°. Los trabajadores y labradores dependientes de la persona que exija su testimonio”.*

3) Que la parte denunciada se opuso a la tacha señalando, en cuanto a la tacha opuesta por la causal 5° del artículo N° 358 del Código de Procedimiento Civil, puesto que el testigo actuó como ministro de fe de un servicio del Estado, investido por una resolución exenta, por lo que no tiene la calidad de dependiente del SERNAC, sino que de un organismo estatal.

4) Que, este sentenciador, resolviendo sobre la tacha establece que el testigo es claro al declarar expresamente que trabaja en el SERNAC desde hace más de nueve años, lo que necesariamente implica que es dependiente del referido servicio, por lo cual, se acoge la tacha interpuesta por el denunciado y se declara que el testigo es inhábil para declarar.

**III.- EN CUANTO AL FONDO.**

5) Que, la denuncia infraccional interpuesta por el SERNAC se debe a la posible infracción de los artículos N° 3 inciso 1° letra b), N° 23°, N° 28 letra d) y N° 35 de la Ley 19.496, en que habría incurrido OPTISTORE SpA, producto de la exhibición de afiches a los cuales les falta información exigida por la Ley.

6) Que, en estos autos el SERNAC actúa como parte, según su propia expresión, conforme a lo dispuesto en el artículo N° 58 letra g) de la ley N° 19.496, norma que se refiere a situaciones que afectan a los *“intereses generales de los consumidores”*, señalando que, la publicidad engañosa en que habría incurrido el denunciado representa un suceso de tal magnitud y significación, que pasa a afectar los *“intereses generales de los consumidores”*.

7) Que el artículo N° 3 letra b) de la Ley N° 19.496, establece lo siguiente: *“Son derechos y deberes básicos del consumidor: [...] b) El derecho a una información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y*

*otras características relevantes de los mismos, y el deber de informarse responsablemente de ellos.”*

8) Que, por su parte, el artículo N° 23 del mismo cuerpo legal dispone:

*“Comete infracción a las disposiciones de la presente ley el proveedor que, en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio.”*

9) Que el artículo N° 28 de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores expresa lo siguiente:

*Comete infracción a las disposiciones de esta ley el que, a sabiendas o debiendo saberlo y a través de cualquier tipo de mensaje publicitario induce a error o engaño respecto de: [...] d) El precio del bien o la tarifa del servicio, su forma de pago y el costo del crédito en su caso, en conformidad a la normas vigentes;*

10) Que el artículo 35° de la misma Ley establece que:

*“En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración.*

*No se entenderá cumplida esta obligación por el solo hecho de haberse depositado las bases en el oficio de un notario.*

*En caso de rehusarse el proveedor al cumplimiento de lo ofrecido en la promoción u oferta, el consumidor podrá requerir del juez competente que ordene su cumplimiento forzado, pudiendo éste disponer una prestación equivalente en caso de no ser posible el cumplimiento en especie de lo ofrecido.”*

11) Que, el artículo 14 de la Ley N° 18.287, aplicable a estos autos por remisión hecha por el artículo 50 B) de la Ley N° 19.496, expresa:

*“El juez apreciará la prueba y los antecedentes de la causa, de acuerdo con las reglas de la sana crítica y del mismo modo apreciará la denuncia formulada por un carabinero, inspector municipal u otro funcionario que en ejercicio de su cargo deba denunciar la infracción. Al apreciar la prueba de acuerdo con las reglas de la sana crítica, el Tribunal deberá expresar las razones jurídicas y las simplemente lógicas, científicas o técnicas en cuya virtud les asigne valor o las desestime. En general, tomará en especial consideración la multiplicidad, gravedad, precisión, concordancia y conexión de las pruebas y antecedentes del proceso que utilice, de manera que el examen conduzca lógicamente a la conclusión que convence al sentenciador.”*

De acuerdo a la doctrina, se entiende por "*sana crítica*" aquella que conduce al descubrimiento de la verdad por los medios que aconsejan la razón y el criterio racional puesto en juicio.

**12)** Que el sentenciador, como cuestión previa, estima preciso establecer que los antecedentes probatorios aportados a la causa y constituidos fundamentalmente por la prueba documental y testimonial aportada por las partes, son a juicio del Tribunal entre si y respecto de los hechos de la causa lo suficientemente conexos, concordantes, graves, múltiples y precisos, como para hacer formar convicción plena al Tribunal respecto de la existencia y origen de los hechos denunciados y de quien es en definitiva la responsabilidad infraccional pertinente conforme exige el artículo 14 de la Ley N° 18.287, ni si ese hecho afectó los intereses generales de los consumidores.

**13)** Que, los hechos expuestos por el SERNAC han sido expresamente reconocidos por el denunciado en la contestación de la denuncia,, específicamente a fojas 83, donde se señala textualmente que, "si bien en parte los hechos son verdaderos, de ninguna manera constituyen infracción a las normas de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores" y luego, en las siguientes fojas de su contestación, continúa señalando que si bien son verdaderas las referencias que el fiscalizador hizo respecto de los afiches, las exigencias que él considera no son aplicables a la promoción. Siendo así, los hechos indicados en el acta del ministro de fe se tendrán por verdaderos, en conformidad con el considerando siguiente.

**14)** Que, del análisis de la prueba rendida en conformidad con las reglas de la *sana crítica*, se desprende: a) Que, el afiche que contiene la promoción "Renueva tu Look Lentes de Sol", no indica la cantidad de stock disponible, y que, el día 25 de noviembre del año 2013, aún continuaba exhibiéndose el afiche, en circunstancias de que el mismo elemento publicitario indicaba que la promoción era válida hasta el día 17 de noviembre de ese mismo año, como consta de los documentos de fojas 6, 9,12,13; b) Que en el afiche con la promoción "Lentes de Lectura para Presbicie Acrilens" no se señala el stock disponible, ni tampoco el plazo de duración de la promoción, como consta de los documentos de fojas 6, 15, c) Que el afiche que contiene la promoción, "Cristales gratis al comprar tu armazón TOMMY HILFIGER A \$57.000 precio de ref. 92.200, armazón más cristales orgánicos con antirreflejo", no indica la cantidad de stock disponible, y si bien, el tiempo o plazo de duración indica día y mes, no señala el año, como consta de fojas 6, 7, 8, 27; d) Que el afiche que contiene la promoción "Disfruta de todas las distancias sin cambiar de anteojos", no se indica el stock disponible ni tampoco el tiempo o plazo de duración.

**15)** En general, este sentenciador considera que, ninguna de las promociones señaladas infringe lo dispuesto por los artículos N° 3 inciso primero letra b), N° 23 inciso primero y N° 28 letra d) de la Ley N° 19.496, según las consideraciones que se exponen a continuación.

**19)** Que, la denuncia interpuesta por el SERNAC versa sobre la supuesta infracción en que habría incurrido OPTISTORE SpA., por haber incurrido en publicidad engañosa. Siendo así, habrá que atenerse a lo establecido por el artículo 1° numeral 4° de la Ley sobre Protección de los derechos de los consumidores, norma que precisamente establece que la publicidad es “la comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato. Son condiciones objetivas aquellas señaladas en el artículo 28.”

**20)** Que, ahora bien, en cuanto a las supuestas infracciones relacionadas con los afiches que contienen las promociones, “Lentes de Lectura para Presbicie Acrilens”, “Cristales gratis al comprar tu armazón TOMMY HILFIGER A \$57.000 precio de ref. 92.200, armazón más cristales orgánicos con antirreflejo” y “Disfruta de todas las distancias sin cambiar de anteojos”, los hechos señalados por el SERNAC muestran claramente que no hubo ninguna información falsa o inoportuna, sino solo ausencia de información relativa al stock disponible y al plazo o tiempo de validez de la promoción. En este mismo sentido, de la lectura del artículo N° 3 inciso primero letra b) de la Ley que regula la materia de autos, se desprende que, la información sobre la que se requiere absoluta veracidad y oportunidad es aquella relativa a los bienes y servicios ofrecidos, las condiciones de contratación y sus características relevantes. Toda la información señalada por el artículo se encuentra incluida en cada una de las promociones señaladas y toda la información que los afiches contienen es absolutamente verdadera, sin perjuicio de la ausencia de información relativa, a la publicidad, de los mismos, cuestión que se encuentra regulada por otra norma especial, por lo que este sentenciador establece que respecto de los afiches individualizados en este considerando, no existe infracción al referido artículo 3°.

**20)** Que por otra parte, en la promoción “Renueva tu Look Lentes de Sol”, contenida en un afiche publicitario, se omitió señalar el stock disponible, cuestión para la que se reproduce lo señalado en el considerando anterior referido a otros afiches, y además, se señala una fecha de vigencia para la promoción, pero se incumple con lo ahí indicado, puesto que la promoción se mantuvo después de expirado el plazo. Si bien es cierto que

nos encontramos en presencia de una información que resultó ser falsa, para determinar si el hecho es o no sancionable debemos atenernos al espíritu general de la Ley, cual es precisamente, proteger a los consumidores frente a abusos de los proveedores. En esta misma línea, se debe considerar que la información falsa es relativa al hecho de que una promoción, extendida en beneficio de los consumidores, tuvo una mayor duración en el tiempo que la señalada, es decir, se benefició a los consumidores por un mayor lapso de tiempo que el inicialmente considerado por el proveedor. Además, en conformidad con lo señalado en el considerando anterior, no obstante la falsedad de la información entregada, ella no hace referencia a los bienes o servicios, tampoco a las condiciones de contratación de los mismos y menos a las características relevantes, ni menos hace referencia a alguna de las exigencias establecidas por el artículo N° 28 de la Ley, norma que precisamente establece cual es la información relevante en los afiches publicitarios. En consecuencia, este sentenciador considera que la falsedad consistente en extender una promoción por un plazo mayor al señalado, por un reducido periodo de tiempo, equivalente a ocho días, no es un hecho con la relevancia o gravedad suficiente como para ser considerado como infracción a la Ley N° 19.496.

**21)** Que en relación a la supuesta infracción relativa a lo establecido por el artículo N° 23 de la Ley en cuestión, dicho artículo habla expresamente sobre *“el proveedor que, en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio.”* Ninguna de dichas circunstancias se cumple en la denuncia de autos. En primer lugar, no existe ningún consumidor que se haya visto afectado por los hechos. Y, en segundo lugar, la denuncia no versa sobre un determinado bien o servicio, por lo cual, tampoco existió una negligencia relativa a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo. En consecuencia, se deberá desechar la denuncia relativa a una infracción a lo dispuesto por el referido artículo N° 232

**22)** Que, en cuanto al artículo N° 28 de la Ley N° 19.496, el precio o tarifa de los productos se encuentra claramente señalada en cada uno de los afiches, por lo cual, en los hechos denunciados por el SERNAC, no existió ninguna infracción a la referida Ley.

**23)** Que, ahora toca analizar si existió o no una infracción a lo establecido por, el artículo N° 35 de la Ley que regula la materia de autos, norma que establece que en toda promoción u oferta, se debe informar al consumidor acerca del tiempo o plazo de duración que tendrá, lo que es de responsabilidad objetiva, es decir, con el solo hecho de que el

proveedor incurra en la falta, exista o no un consumidor afectado, se constituye la infracción a la Ley, siendo así. OPTISTORE SpA, incumplió con su deber legal en los afiches que contienen las promociones cuestión con la que el denunciado no cumplió en los afiches que contienen las promociones “Lentes de Lectura para Presbicie Acrilens” y “Disfruta de todas las distancias sin cambiar de anteojos”.

**24)** Que, por el contrario, el hecho de que se hubiese omitido informar el año en de la fecha de vigencia de una promoción contenida en el afiche, implica necesariamente, que el proveedor cumplió con informar la fecha de vigencia, aunque lo haya hecho de forma imperfecta. En nuestro ordenamiento jurídico, como ha sido generalmente entendido, el criterio predominante es el de la responsabilidad subjetiva, de modo que su opuesto, la responsabilidad objetiva, es excepcional y su aplicación es restrictiva. En este orden de ideas, este sentenciador considera que, la mera ausencia del año en la indicación del tiempo o plazo de duración de una promoción, no es suficiente como para entender que se ha cometido una infracción respecto al artículo N° 35 de la Ley 19.496.

**25)** Por último y en relación con el afiche que contiene la promoción “Renueva tu Look Lentes de Sol”, en ella es claro que se señalaba expresamente el tiempo o plazo de duración, sin perjuicio de que una vez transcurrido dicho tiempo, se mantuvo vigente la promoción por un reducido periodo de tiempo. En conformidad con lo establecido en el considerando N° 20, el Tribunal considera que, el espíritu que existe detrás del artículo 35° de la Ley sobre Protección de los derechos de los consumidores, es evitar que los proveedores en forma abusiva, pongan término a sus promociones en forma intempestiva, haciendo imposible para los consumidores el poder efectuar compras o contratar servicios en condiciones más ventajosas. En consecuencia, el proveedor no incurrió en infracción a la referida Ley, por el hecho de haber mantenido el afiche publicitario con la promoción “Renueva tu Look Lentes de Sol”, por un periodo de tiempo mayor al indicado en el mismo afiche.

**SE RESUELVE:**

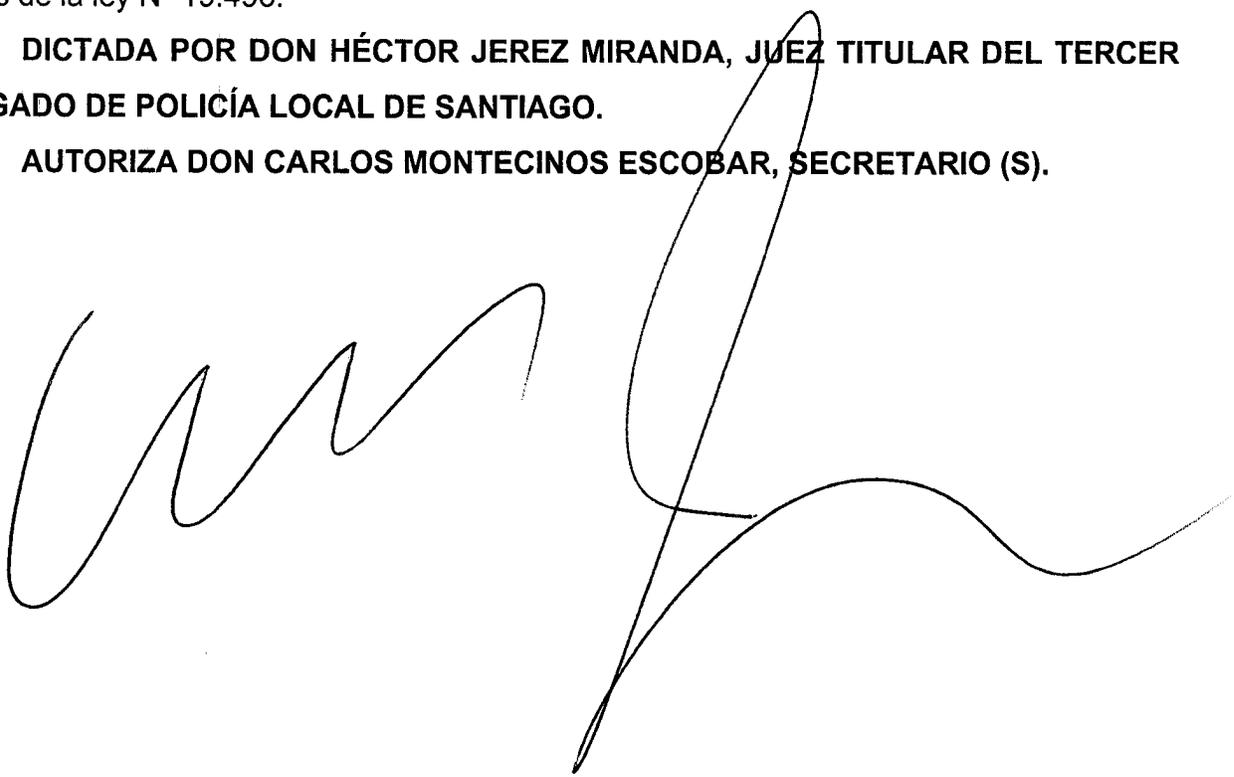
**A) QUE, SE CONDENA a la denunciada, OPTISTORE SpA,** representada legalmente por don Hellmut Shilling Lagunas, ambos domiciliados en calle Victoria N° 480, comuna de Santiago, a pagar una multa equivalente a 30 U.T.M. (treinta Unidades Tributarias Mensuales), por infringir lo dispuesto en el artículo N° 35 de la Ley N° 19.496, al haber omitido informar acerca del tiempo o plazo de duración de sus promociones en afiches publicitarios, según consta de la parte considerativa de esta sentencia.

**B) Que, se despachara ORDEN DE RECLUSIÓN** en contra del representante legal de la condenada, si no pagare la multa impuesta dentro de quinto día de ejecutoriada la presente sentencia.

**ANÓTESE, NOTIFÍQUESE y DÉSE CUMPLIMIENTO** a lo establecido en el artículo 58 bis de la ley N° 19.496.

**DICTADA POR DON HÉCTOR JEREZ MIRANDA, JUEZ TITULAR DEL TERCER JUZGADO DE POLICÍA LOCAL DE SANTIAGO.**

**AUTORIZA DON CARLOS MONTECINOS ESCOBAR, SECRETARIO (S).**

A large, stylized handwritten signature in black ink, consisting of several loops and a long horizontal stroke at the end, positioned below the text.