

Sent: Gabriela Millaquén Uribe
Teatinos 333
Piso 2°
004462

SEGUNDO JUZGADO DE POLICIA LOCAL
DE PROVIDENCIA



Providencia, a veinticuatro de agosto de dos mil dieciséis.

VISTOS:

La denuncia de fojas 21, formulada por el SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR, en adelante Sernac, representado por Gabriela Millaquén Uribe, abogado, ambos domiciliados en calle Teatinos N°333, piso 2, comuna de Santiago, contra LAN AIRLINES S.A., representada legalmente por Enrique Miguel Cueto Plaza, domiciliados para estos efectos en Avenida Presidente Riesco 5711, piso 19, comuna de Las Condes, por haber infringido los artículos 3, inciso primero, letra b), 28 letra c), 32, 35 y 59 bis de la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en virtud de las siguientes consideraciones: Que el Sernac en cumplimiento del mandato legal consagrado en el artículo 58 de la aludida ley, a través de sus ministros de fe, Rodrigo Robo Labish y Angélica Manríquez Ramírez, el día 28 de septiembre de 2015, concurrieron a las dependencias de la denunciada, ubicadas en Mall Costanera Center, Avenida Andrés Bello 2425, comuna de Providencia, con el objeto de verificar las normas relativas a la información dirigida al público consumidor, respecto a paquetes turísticos que exhiben en sus establecimientos, en virtud de lo señalado en el artículo 59 bis de la aludida ley. Que el ministro de fe hizo su presentación personal ante la supervisora de oficina, Andrea Bustamante, en las dependencias de la denunciada y observó la publicidad de tres paquetes turísticos, uno de los cuales señalaba salida vía Bogotá con destino a Aruba, otro, pasaje Vía Lima con lugar de destino Orlando y por último uno que no indicaba lugar de salida, pero que tenía como destino Madrid, en todos los cuales faltaba información, tales como lugar de salida, fecha de vigencia del valor de paquete turístico, el tipo de


28 NOV 2016

plan (familiar o por persona), el sistema todo incluido y beneficios adicionales, en los que se certificó que no informaba el precio en moneda de curso legal, sólo señalando "consulta al ejecutivo por el valor del programa según tus fechas de viaje con el código 3279", que tampoco informaban el tipo de cambio, al cual convertir el peso chileno ni el precio final, incluido los impuestos correspondientes, ni el plazo o duración de su vigencia o las unidades o cupos disponibles. Manifiesta luego, que a fin de evitar que el proveedor abuse de la posición privilegiada que le da el acceso a la información acabada de los productos y servicios que ofrece, el legislador estableció como derecho básico e irrenunciable para el consumidor, el relativo a la información veraz y oportuna; que la veracidad dice relación con que la información sea correcta y fidedigna, es decir, que corresponda a la realidad, mientras que la oportunidad se refiere a que dicha información sea entregada antes de perfeccionarse el acto de consumo, ya que es necesaria como herramienta y fundamento de decisión; que en la especie, la información respecto al valor de los bienes y productos ofrecidos por el proveedor no es oportuna, por la simple y sencilla razón de que no se exhibe y por consiguiente, es el consumidor, el que debe hacer el esfuerzo al ingresar a la tienda y preguntar a sus vendedores respecto al precio de un determinado producto, infringiendo el artículo 3 inciso primero letra b) , lo que se relaciona con el deber de profesionalidad, que está consagrado en el artículo 1 N°2 de la Ley 19.496, al definir al proveedor como "... las personas naturales o jurídicas, de carácter público privado, que habitualmente desarrollen actividades de producción, fabricación, importación construcción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa ...", lo que se complementa con el artículo 24 de la misma ley, que indica que para la aplicación de las multas señaladas en ella, el tribunal tendrá en especial consideración "... los parámetros objetivos que definan el deber de

profesionalidad del proveedor". Que el deber de entregar información, es una garantía constitucional de materia económica, ya que afecta la libertad del consumidor para realizar actos de consumo. Que entregar información parcelada y de aspectos no relevantes para la toma de decisiones, información falsa e información indisponible o de difícil acceso, fueron conductas constatadas por el Ministro de Fé de Sernac y revelan un actuar reñido con la profesionalidad que impone el artículo 23 de la Ley 19.496 y que infringe los artículos 3 letra b), 28 letra c), 32 y 35 de la Ley 19.496, que contienen la formula que el legislador consideró razonable para resguardar los derechos del consumidor a la información veraz y oportuna y como consecuencia, a la libre elección del bien o servicio, toda vez, que solo si se tiene el debido acceso a la información, se puede tomar decisiones de consumo razonadas. Que dichas herramientas son de vital importancia para la transparencia del mercado. Añade, que las normas sobre protección de los derechos de los consumidores son de responsabilidad objetiva, por lo que no se requiere ni de dolo ni de culpa en la conducta del infractor, bastando solo el hecho constitutivo de ella, como en las infracciones de tránsito. Por último, manifiesta que en el caso que nos ocupa, las actas levantadas por los ministros de fe del Sernac dan cuenta de hechos objetivos que se contraponen a los distintos imperativos legales, los que de acuerdo a lo dispuesto en el inciso 4 del artículo 59 de la Ley 19.496, constituyen una presunción legal. Entiende así, que el proveedor tiene un deber de cuidado propio de su actividad onerosa, que encuentra su fundamento en la asimetría de la información existente en una relación de consumo, a favor del proveedor, producto del conocimiento que posee para poder desarrollar un giro comercial determinado. En definitiva, solicita se condene a la denunciada al máximo de las multas contempladas en la Ley 19.496, con expresa y ejemplar condena en costas.

Las objeciones planteadas por Sernac, en escrito de fojas 79, contra la Plantilla de Vitrinas de las oficinas de Lan en el centro comercial Costanera Center y de cuatro trípticos relativos a las piezas gráficas, que dan cuenta de la publicidad relativa a diferentes destinos que opera Lan, los que rolan de fojas 63 a 71, debido a que ambos documentos constituirían meros instrumentos privados, toda vez que en su emisión no ha intervenido funcionario público alguno y no se han observado solemnidades legales, según lo establecido en el artículo 1.699 del Código Civil. Que tampoco emanan de terceros que pudieren eventualmente reconocerlos en juicio; que dichas copias simples no tienen elemento alguno que entregue certeza sobre su autenticidad e integridad, incluso no se sabe a qué fecha corresponden, si aún están vigentes ni menos que hayan sido publicadas de esa manera el día de la visita de los ministros de fe, por lo que carecerían de todo valor probatorio.

La tacha deducida, a fojas 74 por la parte denunciada, contra la testigo MARIA ANGELICA MANRIQUEZ RAMIREZ, abogado, domiciliada en calle Teatinos 50, comuna de Santiago por las causales contempladas en los N°s 5 y 6 del artículo 358 del Código de Procedimiento Civil, por ser funcionaria de planta del Sernac y haber levantado las actas que dieron origen al presente juicio y en consecuencia, no ser testigo imparcial.

CONSIDERANDO Y TENIENDO PRESENTE:

EN CUANTO A LA OBJECION DE DOCUMENTOS:

1.- Que revisados los documentos presentados por Sernac, al tenor de las causales invocadas, a juicio del sentenciador, corresponde acoger la objeción a los documentos que rolan de fojas 63 a 71, sin perjuicio de apreciar su valor probatorio de acuerdo a las reglas de la sana crítica, como dato ilustrativo y en relación a los demás antecedentes de autos.

SOBRE LA TACHA:

2.- Que la testigo manifestó ser funcionaria de planta del Sernac, hace un año aproximadamente y haber conocido los hechos denunciados en su calidad de ministra de fe y haber levantado las actas que dieron origen a esta causa..

3.- Que el Sernac se opuso a la tacha interpuesta, por cuanto la testigo es ministro de fe de la causa, precisamente por ser funcionaria de Sernac y en consecuencia, cumple con el mandato legal del artículo 59 bis de la Ley 19.496, por lo que es ilógico que sea tachada por cumplir los requisitos establecidos en la misma ley. Que respecto a la parcialidad, agrega que la testigo sólo reconoce hechos ya constatados con anterioridad y por consiguiente, no puede modificar sus dichos a favor de una parte, solicitando sea rechazada la tacha, con costas.

4.- Que no obstante lo anterior, el hecho de ser la testigo trabajadora de la parte que la presenta a declarar, hace presumir, a juicio del sentenciador, que su declaración se verá afectada por dicha relación laboral, motivo por el cual se deberá acoger la causal de inhabilidad alegada, debiendo, en consecuencia, desecharse su testimonio en la parte declarativa de esta sentencia. Que no obstante acogerse la tacha interpuesta, su declaración será tomada en consideración sólo para efectos de tener por reconocida su firma y la elaboración del acta de fojas 7 a 20, con sus respectivas fotografías.

EN LO INFRACCIONAL:

5.- Que la audiencia de conciliación contestación y prueba se realizó en presencia de ambas partes.

6.- Que la parte de LAN AIRLINES S.A., a fojas 43, contestó por escrito la denuncia entablada en su contra y expuso que las piezas gráficas objetadas por el Sernac, estaban ubicadas en la vitrina o al interior de una oficina de ventas de Lan, las que cuentan con computadores de libre acceso al público, así como con personal capacitado para atender a los clientes que buscan adquirir pasajes aéreos o programas de viajes; que adicionalmente, se cuenta con folletería e

información de los servicios que ofrece. Que la pieza gráfica se puede calificar como "publicidad", pero en caso alguno como "promoción". Que la publicidad es definida como 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. Por su parte, "promoción" es definida como prácticas comerciales, cualquiera forma que se utilice en su difusión, consistentes en el ofrecimiento al público en general de bienes o servicios en condiciones más favorables que las habituales, con excepción de aquéllas que consistan en una simple rebaja de precio y por último la "oferta", es una práctica comercial que consiste en ofrecer al público bienes o servicios a precios rebajados en forma transitoria en relación con los habituales del respectivo establecimiento. Que en consecuencia, las piezas gráficas de autos, sólo califican como "publicidad". Que en autos se ha objetado el tríptico que incluye un programa de viajes a Aruba, el que evidentemente no se basta asimismo para tomar una decisión de consumo, ya que es una pieza gráfica informativa de diferentes programas de viaje, con la finalidad de acceder a la información completa de los mismos en la oficina de ventas donde se encontraba. Que las otras piezas o gráficas objetadas, son similares a la de Aruba, todas son objetadas por no contener el lugar de salida, la fecha de vigencia del valor del paquete, el tipo de plan, precio, tipo de cambio, precio final incluyendo impuestos, plazo o duración con vigencia, unidades o cupos disponibles. Que frente a estas imputaciones, que analiza una a una, Lan Airlines S.A. argumenta: A) Que el lugar de salida no es una mención obligatoria en un documento de esta naturaleza, sino que además resulta obvio y evidente que la salida es desde la ciudad de Santiago, no solo por encontrarse la oficina en dicha ciudad, sino que además el único aeropuerto internacional existente en Chile, con vuelos a tales destinos, se encuentra en Santiago, lo que es un hecho público notorio. B) Que respecto a la vigencia del valor del paquete, cabe señalar que no poseen una

fecha específica o única dentro de la cual puedan ser adquiridos, ya que se trata de paquetes abiertos a destinos determinados y no promociones específicas, puesto que un pasajero podría volar a dicho destino en programa de viajes definido en cualquier época del año, por lo que dichos paquetes no tienen una vigencia determinada, variando su valor, según la época del año, por lo que lógicamente no puede informarse una vigencia determinada. C) Que en cuanto al tipo de plan, no queda clara la naturaleza de la exigencia, toda vez que no se está frente a programas de viaje aplicables a un mínimo de personas, sino frente a uno que pueden adquirir cuantas personas deseen; que en todo caso, no es una inclusión obligatoria. D) Que en relación al precio final incluyendo impuestos, cabe señalar que el precio no se informa, ya que no está determinado, porque dependerá de la fecha de viaje (a diferencia de la información de otros hoteles o de otros arriendos de autos, en los que se entrega un valor asociado a unas fechas determinadas). Que no se debe perder de vista que los trípticos estaban a disposición de las personas que ingresan a una oficina de ventas de Lan, en los que se hace una referencia expresa a la individualización del programa para que se obtenga mayor información de los mismos, como por ejemplo el precio de éstos. Que no es obligatorio incluir el precio de toda y cualquier pieza publicitaria y ejemplos, hay millones. Que la norma sólo exige que cuando éste sea entregado, se indique en pesos, incluya impuestos que lo gravan, sin perjuicio de poder ser entregado además, en otra moneda. Que los pasajes aéreos no están gravados con IVA, por lo que no corresponde adicionar tal impuesto y en todo caso, las razones ya señaladas para no señalar el precio, son aplicables al IVA. E) Respecto al tipo de cambio, éste se incluye en los casos en que se entrega un precio en dólares y pesos. Que la Ley 19.496 no exige incluir el valor de conversión, debido a que el tipo de cambio constituye un valor público y normalmente informado por las autoridades económicas. F) El plazo o duración de

vigencia y unidades o cupos disponibles. Que en este caso, el Sernac comete un error conceptual, toda vez que dichas exigencias son requeridas sólo en casos de "promociones", conforme al artículo 35 de la Ley 19.496, lo que no aplica a este caso, como ya se explicó.

Que en resumen, según la denunciada, el Sernac ha hecho una errada interpretación del artículo 3 letra b), 28 letra c), 32 y 35 de la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores. Que respecto al artículo 3 letra b), pareciera que el Sernac entiende que todos los soportes publicitarios deben contener toda la información relativa al producto o servicio, en circunstancias que el artículo 3 trasciende con mucho a la publicidad, enmarcándose en el título II, de la Ley relativa a las Disposiciones Generales y contemplando por tanto, una obligación general de información como un derecho abstracto y no restringido a la publicidad u otra vía específica, volviendo a repetir las razones por las que no procede en el caso de autos indicar el precio. Que respecto al artículo 28 de la Ley 19.496, la imputación de Sernac resulta de la mayor gravedad, toda vez que inducir a error o engaño implica afectar el consentimiento de un consumidor para que éste contrate un determinado bien o servicio, teniendo una errada representación de la realidad. Que no se entiende cómo una información faltante, por ejemplo la vigencia, podría llevar al consumidor a asumir ciertas fechas, reiterando que toda la información se encontraba a disposición del consumidor en la tienda. Que no se infringió el artículo 32 de la Ley 19.496, toda vez que en los programas se incluyen al menos el pasaje aéreo, traslados terrestres, hotel especificado, alimentación (todo incluido, sólo desayuno, etc); que además, en cada caso, se señala el código específico del programa para los efectos de consultar por el valor del mismo, según las fechas definidas para el viaje. Adicionalmente, que el documento entrega información especial del lugar, atracciones y en algunos casos, alternativas adicionales de hoteles con sus valores vigentes en las fechas en las

que en cada caso se mencionan; que todo lo anterior deja en evidencia que las piezas publicitarias resultan comprensibles y legibles para cualquier consumidor y de hecho, Sernac no ha señalado dónde estaría la ilegalidad, tomando además en consideración que la información se encuentra disponible en la tienda. Por último, según el artículo 35 de la Ley 19.496 se debe especificar que en caso de "promoción", sus condiciones y el plazo de duración, porque es de la esencia de ellas, la existencia de un tiempo limitado, sin embargo no se exige el informar el precio, ya que éste no es necesariamente un elemento de la esencia de una promoción, dicho esto y en conformidad a lo señalado con anterioridad, en este caso no existe promoción u oferta, por lo que no es procedente la imputación relativa a la información del plazo de vigencia o el número de unidades disponibles, incluso al no estar frente a una oferta, tampoco es procedente la información del precio. Que su actuar es profesional, ya que no sólo entrega la información básica y esencial del programa de viajes ofrecido, sino que adicionalmente, otorga a los consumidores la alternativa de elegir la época del año en la que la utilizarán y la opción de determinar sobre la base de la misma, el valor del programa. Que como consecuencia de lo anteriormente expuesto, deberá ser rechazada la denuncia infraccional en todas sus partes y con expresa condenación en costas.

7.- Que el SERNAC acompañó en parte de prueba y con citación, los documentos que rolan de fojas 7 a 20 y que a fojas 73 rindió su testimonio la ministra de fe, quien reconoció su firma y la elaboración del acta que rola de fojas 7 a 20. Que LAN AIRLINES S.A., acompañó los documentos agregados de fojas 63 a 71, siendo sólo estos últimos objetados por la contraria.

8.- Que analizados los antecedentes precedentes de acuerdo con las reglas de la sana crítica, se concluye que:

a) Que el Sernac denunció a LAN AIRLINES S.A., por no informar en la publicidad de tres paquetes turísticos ubicados en las vitrinas o al interior de las oficina de la denunciada, el precio, por no señalarlo en moneda de curso legal, no informar el plazo o vigencia de "la promoción" y tampoco los cupos disponibles. Agregando, que en la publicidad se indicaba que debía consultarse al ejecutivo por el valor del programa, con el código 3279, según las fechas de viaje.

b) Que es un hecho de la causa y así lo reconoce la propia denunciada, que la publicidad de autos efectivamente, no se basta a sí misma, para tomar una decisión de consumo y que dicha gráfica tiene sólo como finalidad que el consumidor a continuación, acceda a la información detallada en la misma tienda comercial en que ella se encuentra.

c) Que LAN AIRLINES S.A. se defiende señalando que Sernac confunde los conceptos de "publicidad" y "promoción", ya que las gráficas objetadas a su entender, califican como "publicidad", al no tener condiciones más favorables que las habituales.

d) Argumenta también, que no se puede informar con tanto detalle, pues las piezas gráficas objetadas son informativas de diferentes programas de viaje, a cuyo detalle, conforme se indica en ella, pueden acceder los consumidores en la misma tienda comercial y que la información se encuentra en folletos, computadores y puede ser proporcionada por los ejecutivos que se encuentran en la tienda.

e) En efecto, señala que al ser dichas gráficas "publicidad" y no "promoción", no se señala la vigencia del valor del paquete, ya que el cliente puede volar a dicho destino en cualquier época del año, por lo que dicho valor puede variar; que en consecuencia, no puede indicarse el precio final incluido impuestos, ya que obviamente dicho precio de pasajes y hoteles entre otros conceptos, varía por ejemplo, según si es o no, época de vacaciones. Agrega,

que los pasajes aéreos no se encuentran afectos a pago de IVA, además de señalar que si no se indica el precio, con mayor razón no se indicaría el impuesto, por las razones ya expuestas. Por último, expresa que no es obligatorio mencionar el tiempo de vigencia del programa y los cupos disponibles, por ser las gráficas objetadas "publicidad" y no "promoción".

f) Que luego de estudiar el anexo fotográfico de la publicidad de los "paquetes turísticos con destino a Aruba, Orlando y Madrid", rolantes de fojas 17 a 20, es posible concluir, que en los términos en que se encuentra redactada y conforme al artículo 1º de la ley 19.496, no se ofrece una "promoción" y sólo se observa la existencia de una "publicidad", que cumple con todas las exigencias requeridas por el artículo 3º letra b) de la misma ley, esto es, el derecho a una información oportuna y veraz. Que en efecto, a fojas 26, el propio Sernac en su denuncia, indica que la "veracidad" dice relación con que la información sea correcta y fidedigna, es decir, que corresponda a la realidad y que la "oportunidad", dice relación con que la información sea entregada, antes de perfeccionarse el acto de consumo. Que no se desprende de las fotografías, ya individualizadas, que la información sea incorrecta o no corresponda a la realidad, que incluso la misma gráfica indica que para saber el precio del programa, según la fecha de viaje elegida, debe consultarse a un ejecutivo, etapa que ocurre antes de perfeccionarse el acto de consumo y que no cabe duda en la especie, que la determinación del precio sólo será posible, una vez que se defina el servicio concreto que se busca. Que no se estima que exista infracción al artículo 28 letra c) de la Ley 19.496, ya que no se desprende que en la falta de información de dichos paquetes turísticos, haya una inducción a error o engaño del consumidor; que a mayor abundamiento, en ella se indica que debe consultarse a un ejecutivo de la tienda, para una información más detallada. Que respecto al artículo 32 de la misma ley, cabe señalar que dicha norma exige que la información básica

comercial sea en idioma castellano en términos comprensibles y legibles en moneda de curso legal y conforme al sistema de precios y medidas aplicables en el país. Que es del caso que la información se encontraba en idioma castellano, era comprensible y legible. Que se ofrecía claramente paquetes turísticos, en los que el detalle de la opción y fecha elegida, sería entregado por un ejecutivo o en la oficina comercial. Por último, cabe señalar que el artículo 35 de la Ley 19.496, indica que toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración. Que al respecto, se estima que dicha norma no es aplicable, toda vez que los paquetes turísticos de autos son una "publicidad" y no constituyen una "promoción" u oferta, es decir no entregan condiciones más favorables que las habituales ni existe un precio rebajado en forma transitoria, conforme a lo que habitualmente se ofrece, característica que tampoco fue acreditada por la denunciante.

g) Como resultado del análisis anterior, el Tribunal concluye que no es posible determinar que la publicidad realizada por LAN AIRLINES S.A., en las vitrinas e interior de la tienda comercial, haya infringido alguna de las normas de la Ley N°19.496, motivo por el cual, se deberá rechazar la denuncia en la parte resolutive de esta sentencia

Y, atendido lo dispuesto por los artículos 1 de la Ley 15.231, Orgánica de los Juzgados de Policía Local, 14 y 17 de la ley 18.287, de Procedimiento ante los mismos,

SE DECLARA:

A) Que ha lugar a la objeción de los documentos formulada a fojas 79.

B) Que ha lugar a la tacha formulada a fojas 74, contra la testigo Angélica María Manríquez Ramírez.

C) Que no ha lugar a la denuncia formulada en lo principal de la presentación de fojas 21, sin costas, por haber tenido la denunciante motivos plausibles para litigar.

Anótese y notifíquese.

ROL: 60.257-F

DICTADA POR LA JUEZ TITULAR, DOÑA ESTELA MARTINEZ CAMPOMANES.

SECRETARIA SUBROGANTE, DOÑA XIMENA DIAZ MONTERO.



C.A. Santiago.

Santiago, veintidós de febrero de dos mil dieciséis.

A Folios N° 69164 y 71056: téngase presente.

Vistos:

Se reproduce la sentencia en alzada, con excepción de su numeral 4.-, que se elimina.

Y se tiene en su lugar, y además, presente:

1º) Que en el sistema de valoración de la prueba conforme a las reglas de la sana crítica no existen testigos inhábiles, razón por la cual el sentenciador debe ponderar su credibilidad y valorar el relato, de ahí que la tacha resultaba improcedente en el caso de autos, por lo que se revocará el referido fallo en lo que a su respecto viene resuelto, rechazándose la tacha deducida por la querellada.

2º) Que sin perjuicio de lo que se resolverá respecto de la tacha, la declaración de la testigo y las argumentaciones vertidas por el recurrente en la vista de la causa, no tienen la entidad suficiente como para revocar lo que viene resuelto sobre el fondo de la denuncia deducida en estos antecedentes.

Por estas consideraciones, y de conformidad a lo dispuesto en los artículos 3 y siguientes de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los consumidores y artículos 32 y siguientes de la Ley N° 18.287, artículos 186 y siguientes del Código de Procedimiento Civil, se declara:

I.- Se revoca la sentencia de veinticuatro de agosto de dos mil dieciséis, escrita a fojas 94 y siguientes, en aquella parte que acoge la tacha deducida por la querellada LATAM Airlines y, en su lugar, se declara que esta queda rechazada.

II.- Se confirma, en lo demás apelado, la aludida sentencia.



012815698404

Regístrese y devuélvase.

N°Trabajo-menores-p.local- 1888-2016.

Pronunciada por la **Quinta Sala** de esta Iltna. Corte de Apelaciones de Santiago, presidida por el Ministro señor Miguel Vázquez Plaza e integrada por la Ministra (S) señora Elsa Barrientos Guerrero y el Abogado Integrante señor Jose Luis López Reitze.

MIGUEL EDUARDO VAZQUEZ PLAZA
MINISTRO
Fecha: 22/02/2017 12:19:24

ELSA BARRIENTOS GUERRERO
MINISTRO(S)
Fecha: 22/02/2017 12:23:42

JOSE LUIS LOPEZ REITZE
ABOGADO
Fecha: 22/02/2017 13:15:29

SERGIO GUSTAVO MASON REYES
MINISTRO DE FE
Fecha: 22/02/2017 14:04:28



012815698404

MUNICIPALIDAD DE PROVIDENCIA
SEGUNDO JUZGADO DE POLICIA LOCAL
PEDRO DE VALDIVIA 706, 2° PISO

PROVIDENCIA, 23 de MARZO de 2017

Notifico a Ud. que en el proceso N° 060257-F-2015 se ha dictado con fecha ,
23/03/2017 la siguiente resolución :

CUMPLASE



MUNICIPALIDAD DE PROVIDENCIA
SEGUNDO JUZGADO DE POLICIA LOCAL
PEDRO DE VALDIVIA 706, 2° PISO
clasificador 64 Correo 9.

ROL N°060257-F-2015
CERTIFICADA N° _____

SEÑOR

001358

DON(A)

GABRIELA MILLAQUEN URIBE

REPRESENTANTE LEGAL DE

SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

Calle ~~TEATINOS~~

[Handwritten signature]

~~N°333~~



Block

Casa/Dpto. ~~PISO2°~~

Villa

Comuna de SANTIAGO

