

Proceso Rol N° 9391-10-2015
Segundo Juzgado de Policía Local
Las Condes

Las Condes, veintidós de diciembre de dos mil quince.

VISTOS:

A fs.7 y siguientes el Servicio Nacional del Consumidor, en adelante SERNAC, en uso de las facultades establecidas en el artículo 58 letra g) de la Ley N° 19.496, formula denuncia infraccional en contra de **Banco Itau**, representada legalmente por don **Boris Buvinic Guerovich**, ambos domiciliados en Avda. Apoquindo N° 3457, comuna de Las Condes, y en contra de **T4F Chile S.A.**, representada por don **Gabriel Bursztyn Kutner**, ambos con domicilio en La Concepción N° 266, oficina 503, comuna de Providencia, por supuestas infracciones a los artículos 3 letra b) en relación al artículo 1 N° 3 inciso 1 y 4, y artículos 32 y 35 de la Ley N° 19.496 sobre Protección a los Derechos de los Consumidores, en resguardo de las facultades establecidas en el artículo 58 de la Ley sobre Protección a los Derechos de los Consumidores, se habría detectado con fecha 6 de enero de 2015, que las denunciadas habrían lanzado al mercado una campaña publicitaria destinada a promocionar el evento musical del grupo *Foo Fighters* que se realizaría el día 15 de enero de 2015, difundiéndose tanto por televisión como por el sitio web; estimando que el soporte publicitario televisivo habría incurrido en infracción a las normas sobre información y publicidad en cuanto a : **1)** Que, al emplear el recurso de la letra chica para entregar información, no se cumpliría con ninguno de los parámetros establecidos para la observancia del deber de información, puesto que su tamaño sería inferior a 2,5 milímetros, lo que la haría ilegible, agravado por el hecho de ser exhibida pocos segundos y con mal contraste; **2)** Que, no se informaría el tiempo o plazo de duración de la oferta, afectando el principio de autosuficiencia del soporte publicitario; **3)** Que, informaría las bases de manera ilegible.

Que, respecto del aviso que aparece en el sitio web de la productora T4F que promociona junto al Banco denunciado como auspiciador, un porcentaje de descuento en las entradas del evento, se habría detectado que dentro de los términos y condiciones de la misma, se habría incluido

una frase restrictiva, puesto que al señalar que la promoción era válida para compras realizadas entre el 14 de noviembre de 2014 y hasta el 15 de enero de 2015 ambas fechas inclusive, se agregó la frase " o hasta agotar stock de 12.000 entradas (lo que ocurra primero) " , lo que se traduciría en un incumplimiento del deber de informar el tiempo o plazo de duración de la promoción; estimando en consecuencia que el mensaje publicitario efectuado por las empresas denunciadas infringiría las normas sobre Protección a los Derechos de los Consumidores, solicitando se les condene al máximo de las multas establecidas en la Ley para cada una de las infracciones, más las costas de la causa.

A fs.35 don **Eduardo Esteban Mendoza Ortiz**, abogado, en representación de Banco Itaú Chile, presta declaración indagatoria, señalando que en relación a los hechos denunciados resultaría relevante lo siguiente:

1) Que, debe distinguirse entre la publicidad del evento mismo, realizado por la productora y la promoción que en dicho contexto efectuó Banco Itaú otorgando un descuento en el valor de la entrada a sus clientes que compraran con las tarjetas del Banco, siendo esta última remitida a todos los clientes del Banco Itaú Chile mediante correo electrónico el día 14 de noviembre de 2014, en la cual habrían detallado las condiciones para acceder al descuento de manera legible y clara, pudiendo además consultarse las bases en el sitio web de la institución.

2) Que, la publicidad efectuada a través del medio televisivo habría tenido por finalidad posicionar la marca Itaú en calidad de sponsor y no de organizador, que en ese entendido el descuento en el valor de la entrada no constituiría el propósito final del aviso, puesto que esta promoción era sólo para sus clientes, quienes la conocían de antemano mediante el correo enviado masivamente a éstos.

3) Que, en cuanto al stock, señala que había más de 12.000 entradas disponibles para la promoción, lo que correspondía al 50% de las entradas disponibles y que fueron utilizadas aproximadamente 4.000 por clientes del Banco beneficiados con el descuento, sin que se haya recibido queja alguna al respecto.

4) Que, en cuanto a las infracciones que le imputa SERNAC, señala que en lo referente a la letra chica, no existiría infracción ya que como consta en el Código Chileno de Ética Publicitaria, su utilización es necesaria para incorporar elementos que constituyen información adicional, en la medida que no alteren sustancialmente el mensaje principal, más aún cuando no existe obligación legal alguna en cuanto al

tamaño de la letra empleada en los medios televisivos, puesto que además necesariamente variará dependiendo del tamaño de la pantalla en que se visualice; que lo mismo ocurriría en cuanto el tiempo mínimo de exposición, puesto que no existe norma que lo regule, argumentando SERNAC que la exhibición dura sólo pocos segundos, lo que resultaría ambiguo tomando en consideración que en la práctica comercial, toda publicidad dura escasos segundos, debiendo distinguirse si las objeciones dicen relación al tiempo total del anuncio o sólo en lo relativo al descuento para clientes Itaú, lo que no habría sido precisado en la denuncia.

5) Que, respecto de las bases de la promoción, estima que en este caso su parte habría informado correctamente las bases de la promoción en la publicidad, que consistía en un descuento en el precio de la entrada pagando con tarjetas del Banco e indicando la vigencia de la oferta cuyo término coincidía con la realización del evento.

6) Que, la circunstancia de incorporarse el stock a la publicidad obedecería a una buena práctica publicitaria en ausencia de una exigencia legal, sin que sea efectivo que su incorporación anule la fecha de vigencia de la promoción, toda vez que las entradas disponibles en la promoción abarcaba la mitad de la capacidad total del recinto del evento.

A **fs.47** don **Ricardo Brancoli Bravo**, en representación de T4F Chile S.A., formula declaración indagatoria negando categóricamente los hechos afirmados en la denuncia y las infracciones imputadas a su parte, señalando que la publicidad emitida para el evento de la banda Foo Fighters se encontraría conforme a la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

A **fs.94 y ss.** se lleva a efecto la audiencia de estilo con la asistencia del apoderado del SERNAC y de los apoderados de la parte denunciada de Banco Itaú y de T4F Chile S.A., rindiéndose la prueba documental que rola en autos.

A **fs. 140** rola audiencia de exhibición de video.

A **fs. 142** rola Acta de Exhibición de Cd.

A **fs.145** rola Acta de Exhibición de Video de SERNAC.

A **fs.148** rola Acta de Exhibición de Video de T4F.

A **fs. 151** rola oficio de respuesta de Ticket Co SpA.

Encontrándose la causa en estado, se trajeron los antecedentes para dictar sentencia.

CON LO RELACIONADO Y CONSIDERANDO:

a) En cuanto a la Incompetencia Absoluta:

PRIMERO: Que, las empresas denunciadas Banco Itaú y T4F Chile S.A., oponen la excepción de Incompetencia Absoluta del Tribunal, fundado en que de conformidad a lo dispuesto en el artículo 50 inciso 3 de la Ley N° 19.496, el ejercicio de las acciones que establece la Ley puede realizarse a título individual o en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores, que en este caso, dado que el SERNAC deduce su denuncia con la finalidad de restablecer el equilibrio jurídico debido a la publicidad objetada, atendido que ésta estaría dirigida a un grupo indeterminado de consumidores, por su propia naturaleza, la acción sería claramente de interés difuso o colectivo, siendo competente para conocer de dichas acciones los Tribunales Ordinarios de Justicia de conformidad a lo señalado en el artículo 50 A de la Ley N° 19.496.

SEGUNDO: Que, la parte de SERNAC a fs.120 evacua traslado solicitando el rechazo de la excepción, fundado en que la acción ejercida, lo es en el interés general de los consumidores que difiere del interés colectivo o difuso, puesto que éstos involucran un sustrato de intereses individuales agrupados por efecto de coherencia y economía procesal, en cambio el interés general mira a un criterio cualitativo que busca la protección de un grupo abstracto de consumidores ante una violación de sus derechos irrenunciables; que, asimismo se diferencian estas acciones, por cuanto las de interés colectivo o difuso buscan una indemnización de perjuicios para resarcir a los consumidores, en tanto el interés general persigue la sanción al proveedor mediante la aplicación de multas ; estimando que existiría entre estas una relación de género a especie, entendiendo que el interés general en los términos que se refiere el artículo 58 letra g) de la Ley N° 19.496, es el que persigue resguardar el interés público o de la sociedad toda. Que, en este orden y en cumplimiento del mandato legal impuesto a SERNAC en su rol fiscalizador, estaría comprendida la atribución de denunciar los posibles incumplimientos y hacerse parte en las causas en que están afectados los intereses generales de los consumidores, que en consecuencia y dado que la Ley N° 19.496 confiere competencia a los Jueces de Policía Local, estima competente a este Tribunal para conocer de la acción interpuesta en el interés general en el ejercicio de la facultad establecida en el artículo 58 letra g) de la citada Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores.

TERCERO: Que, el artículo 1 de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, establece que esta tiene por objeto normar las relaciones entre proveedores y consumidores, establecer las infracciones en perjuicios de estos y señalar el procedimiento aplicable en estas materias, fluye de lo anterior que estamos en presencia de una normativa de carácter cautelar y protector de los derechos de los consumidores, que bajo este concepto el artículo 58 señala que SERNAC deberá velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente Ley, y específicamente dispone en la letra g), que le corresponde “*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*”; relacionado con lo dispuesto en el artículo 50 del mismo cuerpo legal, que contempla el ejercicio de acciones contravencionales frente a actos o conductas que afecten cualquiera de los derechos de los consumidores, señalando en su inciso tercero, que el ejercicio de las acciones puede realizarse a título individual o en beneficio del interés colectivo o difuso de los consumidores.

CUARTO: Que, el análisis conjunto de estas disposiciones permite concluir que la expresión “*intereses generales de los consumidores*” abarca una acepción más amplia que el de “*interés colectivo o difuso*”, entendiendo por el primero, aquel que comprende un beneficio para sociedad toda, sinónimo del interés público o bien común, que como fin propio del Estado se particulariza, en este caso, en los consumidores en un sentido genérico, debiendo distinguirse de las acciones que cautelan el interés colectivo o difuso en las cuales va siempre inherente un interés individual, aún cuando engloben a un número imprecisos de sujetos, pero que forman parte de un colectivo en cuanto a las prestaciones que se han debido satisfacer.

QUINTO: Que, es relevante asimismo, considerar que el objetivo principal de las acciones de interés colectivo o difuso, es la indemnización de los perjuicios sufridos por los consumidores afectados o la declaración de nulidad de cláusulas abusivas, en las acciones de interés general, cuyo único legitimado activo es el SERNAC, se persigue siempre sancionar al proveedor por una conducta que ha infringido las normas contenidas en la Ley N° 19.496, de manera tal que las acciones de interés general avalan únicamente intereses públicos.

SEXTO: Que, de conformidad a lo expuesto en los considerandos anteriores, se concluye que SERNAC se encuentra habilitado para

denunciar ante los Juzgados de Policía Local las infracciones a la Ley N° 19.496 que detecte en cumplimiento de las atribuciones establecidas en el artículo 58 letra g) del cuerpo legal citado, invocando el interés general de los consumidores, acción que como se ha señalado es autónoma de aquellas de interés colectivo o difuso, y que por consiguiente por mandato expreso del artículo 50 de la mencionada Ley, es de competencia de los Juzgados de Policía Local, razón por la cual se rechazan las excepciones de Incompetencia Absoluta opuestas por las empresas denunciadas.

b) En cuanto a la Prescripción:

SEPTIMO: Que, la parte de T4F Chile S.A. opone excepción de Prescripción de la acción impetrada en autos, toda vez que la campaña publicitaria objetada habría sido difundida en el mes de noviembre de 2014, dejando de aparecer en los medios de comunicación el día 14 de enero de 2015 habiendo sido notificada la acción a su parte, el día 10 de julio de 2015, es decir, más de 8 meses después de ocurrido los hechos, encontrándose en consecuencia prescrita la acción de conformidad a lo dispuesto en el artículo 26 de la ley N° 19.496.

OCTAVO: Que, SERNAC solicita el rechazo de la prescripción alegada, toda vez que el plazo de 6 meses debe computarse desde el momento en que se constató la infracción, que corresponde al día 6 de enero de 2015 y hasta la interposición de la denuncia con fecha 28 de mayo de 2015, puesto que en ese momento se interrumpe la prescripción, como lo dispone el artículo 54 inciso 3 de la Ley N° 15.231 sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local, en concordancia con el artículo 50 de la Ley N° 19.496, razón por la cual al momento de deducirse la denuncia la acción contravencional se encontraba vigente.

NOVENO: Que, el artículo 26 de la Ley N° 19.496 dispone: "*Las acciones que persigan la responsabilidad contravencional que se sanciona por la presente ley prescribirán en el plazo de seis meses, contado desde que se haya incurrido en la infracción respetiva.*"; que en cuanto a la interrupción de la prescripción, a falta de norma expresa en la Ley N° 19.496, atendida la competencia atribuida a los Juzgados de Policía Local, por el artículo 50 de dicho cuerpo legal, se estará a lo dispuesto en el artículo 54 inciso 3 de la Ley N° 15.231 sobre Organización y Atribuciones de los Juzgados de Policía Local que en lo pertinente dispone: "*La prescripción de la acción se interrumpe por el hecho de deducirse la demanda, denuncia o querrela*

ante el Tribunal correspondiente, pero si se paralizare por más de un año, continuará corriendo el plazo respectivo “.

DÉCIMO: Que, habiéndose constatado la infracción por parte de SERNAC con fecha 6 de enero de 2015, como consta de documento de fs. 6, e interpuesto la denuncia con fecha 28 de mayo de 2015, se concluye que la acción contravencional al momento de su interposición se encontraba vigente, rechazándose la prescripción extintiva alegada por la parte denunciada de T4F Chile S.A.

c) En cuanto a lo infraccional :

UNDÉCIMO: Que, la parte de SERNAC sostiene que Banco Itaú y T4F Chile S.A., habrían vulnerado los artículos 3 letra b) en relación al artículo 1 N° 3 inciso 1 y 4, y artículos 32 y 35 de la Ley N° 19.496 sobre Protección a los Derechos de los Consumidores, en la difusión de la campaña publicitaria por televisión y en el sitio Web, correspondiente al audio que señala : “ *Itaú trae a Chile el regreso más esperado... Foo Fighters Presentando Sony Highways y todos sus éxitos, 15 de enero Estadio Nacional, bandas invitadas Kaiser Chief y los Mox, ventas de entradas ticketek.cl, 405 de descuento con tarjetas de crédito o debito Itaú y cliente Bikesantiago.cl, Foo Fighters está de regreso, el nuevo álbum Sony Highways ya está a la venta, para mayor información visita Foo Fighters.com, is time for Fun, T4F*” ; estimando que dicho soporte publicitario y el sitio web de la productora denunciada vulnerarían las normas señaladas sobre información y publicidad establecidas a favor del consumidor en la Ley antes citada, en la forma en que se ha señalado en la parte expositiva.

DUODÉCIMO: Que, la parte de Banco Itaú, al contestar la denuncia a fs.64 solicita su rechazo, fundado en que la publicidad objetada por SERNAC no ha vulnerado las normas sobre publicidad establecidas en la Ley N° 19.496, controvirtiendo los hechos denunciados de acuerdo a los mismos argumentos señalados en su indagatoria de fs. 35.

DÉCIMO TERCERO: Que, la parte de T4F Chile S.A. a fs. 78 y siguientes en minuta escrita contesta la denuncia interpuesta en su contra solicitando su rechazo y negando los hechos fundantes de la misma y las infracciones que se le imputan, en cuanto a: **1) Uso indebido de la letra chica, falta de contraste y tiempo suficiente para informar de la promoción**, señala que SERNAC pretende aplicar por analogía las normas establecidas para la nulidad de los contratos de adhesión respecto de la

forma en que deben publicitarse las distintas promociones de los proveedores, lo que vulneraría el principio de legalidad contemplado en la Constitución Política de la República, que no existe norma que contenga tal exigencia respecto del spot publicitario exhibido en televisión, teniendo presente además, que esta variará según el receptor, puesto que mientras más grande la pantalla, más grande la letra y viceversa; que, en cuanto al contraste débil y el tiempo de exhibición de la promoción, señala que los formatos publicitarios de televisión son de por sí limitados en cuanto a su tiempo y repetición, no obstante es suficiente para que el consumidor la vea y pueda remitirse al sitio web del vendedor-ticketek.cl-; y 2) Incumplimiento en Informar el tiempo o plazo de duración de la promoción u oferta y hacerlo de manera ilegible en las bases; que tal imputación no resultaría efectiva toda vez del mismo soporte televisivo consta que la campaña de promoción era entre los días 14 de noviembre de 2014 y 15 de enero de 2015, día del concierto, o hasta agotar stock de 12.000 entradas, lo que ocurriera primero; que, en este caso la oferta estaba sujeta a modalidades lo que es legalmente posible, que en este caso era un plazo y una condición, siendo igualmente una oferta cierta y determinada, puesto que la frase hasta agotar stock de 12.000 entradas, no deja sin efecto el tiempo de duración de la promoción, que en la especie se vendieron cerca de 4.900 entradas con el beneficio de la promoción que consistía en un 40% de descuento del valor de entrada, sin que se hubiera formulado algún reclamo al respecto.

DÉCIMO CUARTO: Que, el artículo 50 B de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores establece expresamente, que en lo no previsto por sus disposiciones, se estará a las normas de la Ley N°18.287 y en subsidio a las del Código de Procedimiento Civil; que, a su vez, la Ley N° 18.287 en su artículo 14 inciso 1, faculta al Juez de Policía Local para fallar de acuerdo a las reglas de la sana crítica, conforme a las cuales el sentenciador apreciará la prueba y antecedentes de la causa, consistente en documentos acompañados y Actas de Exhibición de Cd y videos aportados por ambas partes.

DÉCIMO QUINTO: Que, en cuanto a la deficiencia en la entrega de la información alegada por SERNAC, fundado en que la letra empleada en el mensaje publicitario objetado correspondiente al aviso televisivo, sería inferior a los 2,5 milímetros que el legislador ha exigido en los contratos de adhesión, y que en su parecer resultaría un principio aplicable a la publicidad, lo que ha sido rechazado por las denunciadas, sosteniendo que los términos y condiciones del mensaje publicitario serían claros, y

que no resultaría aplicable por analogía en esta materia la norma de los contratos de adhesión; que, asimismo y en igual sentido el SERNAC sostiene en su denuncia, que se habrían informado las bases de la promoción de manera ilegible.

DÉCIMO SEXTO: Que, analizado el mensaje publicitario, es posible constatar que la información básica comercial aparece en términos comprensibles para el consumidor atendido que se trata de un soporte publicitario audiovisual, en que la información es vista y oída por el público en general, en cuanto a la letra y gráfica empleada en el spot, se estima que permiten tener claridad del servicio ofrecido en cuanto a las prestaciones que comprende, el descuento ofrecido respecto del precio y la fecha del evento, sin que sea dable establecer que para la finalidad del mensaje publicitario debe considerarse un tamaño mínimo de letra, puesto que ésta no ha sido una exigencia del legislador en materia de publicidad, sino que tratándose de los contratos de adhesión, en que se tutela un bien jurídico distinto de orden contractual, teniendo presente que la oferta efectuada en publicidad masiva, como ocurre en autos, contiene información pre-contractual que busca atraer al consumidor, oferta que debe reunir los requisitos del artículo 32, que señala : “ *La información básica comercial de los servicios y de los productos de fabricación nacional o de procedencia extranjera, así como su identificación, instructivos de uso y garantías, y la difusión que de ellos se haga, deberán efectuarse en idioma castellano, en términos comprensibles y legibles en moneda de curso legal, y conforme al sistema general de pesos y medidas aplicables en el país, sin perjuicio que el proveedor o anunciante pueda incluir, adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida*”; concluyéndose que en la especie, ha resultado acorde a dicho precepto la información contenida en el mensaje publicitario para ser comprendida por un consumidor medio, desestimando la denuncia a este respecto.

DÉCIMO SÉPTIMO: Que, establecido lo anterior es posible constatar que la información básica comercial proporcionada en los soportes en que se realizó la campaña publicitaria, correspondientes al spot televisivo y la pagina web de la empresa T4F, que han sido impugnados en la denuncia, permiten tener claridad del servicio que comprende, en cuanto promociona las entradas a un evento musical de la banda Foo Fighters, con un 40% de descuento para clientes del Banco Itaú, señalando la duración de la oferta o su validez, - 14 de noviembre de 2014 al 15 de enero de 2015, ésta última fecha del evento, teniendo presente que el

mensaje cuestionado al establecer como elemento disyuntivo a la fecha de vigencia, la frase "o hasta agotar stock de 12.000 entradas", no restringe la oferta, sino que deja en evidencia que esta comprende un número acotado de localidades, complementando precisamente dicha información, teniendo presente la capacidad del recinto en que se realiza el espectáculo, pudiendo determinarse que en relación a la duración de la oferta, las empresas denunciadas en la campaña publicitaria objeto del proceso, dieron cumplimiento a los requisitos de la oferta establecidos en el artículo 35 de la Ley N° 19.496 que señala : " En toda promoción u oferta se deberá informar al consumidor sobre las bases de la misma y el tiempo o plazo de su duración"; debiendo rechazarse la denuncia a este respecto.

DÉCIMO OCTAVO: Que, en mérito de lo señalado en las motivaciones anteriores, el sentenciador concluye que el mensaje publicitario realizado en el soporte televisivo y en la página web de la empresa T4F Chile S.A., que contiene la promoción u oferta, consiste en el descuento del 40% del valor de la entrada al espectáculo musical de la banda *Foo Fighter* efectuada por Banco Itaú para sus clientes pagando con las tarjetas de dicho Banco, no ha vulnerado las normas sobre información y publicidad contenidas en los artículos 3 inciso 1 letra b) 32 y 35 inc. 1 de la Ley 19.496, debiendo en consecuencia rechazarse la denuncia de fs. 17 formulada por SERNAC en contra de Banco Itaú y de T4F Chile S.A. por no haber incurrido en las infracciones que se les imputan.

Por estas consideraciones y teniendo presente además lo previsto en las disposiciones pertinentes de la Ley 15.231; Orgánica de los Juzgados de Policía Local; Ley 18.287 sobre Procedimiento ante los Juzgados de Policía Local y los artículos 3, 12, 50, 51, 56 y 61 de la Ley 19.496 sobre Protección a los Derechos de los Consumidores, se declara :

a) Que, se rechaza la excepción de Incompetencia Absoluta opuesta por la parte de Banco Itaú y T4F Chile S.A.

b) Que, se rechaza la excepción de Prescripción opuesta por la parte de T4F Chile S.A.

c) Que, se rechaza la denuncia interpuesta a fs.7 por SERNAC en contra de Banco Itaú y T4F Chile S.A. por no haber incurrido en las infracciones denunciadas.

d) Que, cada parte pagará sus costas.

e) Archívense los antecedentes.

**Déjese copia en el registro de sentencias del Tribunal
Notifíquese**

Remítase copia de la presente sentencia al Servicio Nacional del Consumidor una vez que esté ejecutoriada, de acuerdo a lo señalado en el artículo 58 bis de la Ley 19.496.

**Dictada por don ALEJANDRO COOPER SALAS- Juez
XIMENA MANRIQUEZ BURGOS - Secretaria**



C.A. de Santiago

Santiago, veintisiete de abril de dos mil dieciséis.

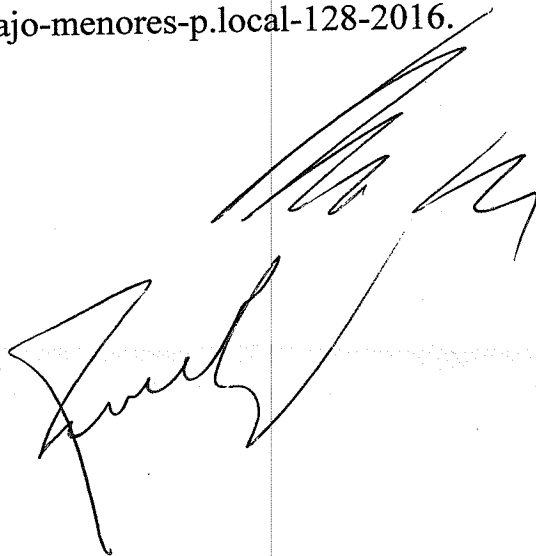
A fojas 213 a 216: téngase presente.

VISTOS:

Se confirma la sentencia apelada de veintidós de diciembre de dos mil quince, escrita a fojas 157 y siguientes.

Regístrese y devuélvase.

NºTrabajo-menores-p.local-128-2016.



Chaimovich

Pronunciada por la **Segunda Sala** de la Corte de Apelaciones de Santiago, presidida por el Ministro señor Mario Rojas González e integrada por el Ministro (S) señor Tomás Gray Gariazzo y por la Abogado Integrante señora Claudia Chaimovich Guralnik.

Autorizado por el (la) ministro de fe de esta Corte de Apelaciones.

En Santiago, a veintisiete de abril de dos mil dieciséis, notifique en secretaría por el estado diario la resolución precedente.

