

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

**APRUEBA CIRCULAR  
INTERPRETATIVA SOBRE  
TICKETERAS Y PRODUCTORAS.**

**RESOLUCIÓN EXENTA N°- 0186**

21 MAR 2019

**SANTIAGO,**

**VISTO:** Lo dispuesto en el Decreto con Fuerza de Ley N° 1-19.653, de 2000, que fija el texto refundido, coordinado y sistematizado de la Ley N° 18.575, Orgánica Constitucional de Bases Generales de la Administración del Estado; la Ley N° 19.496 que Establece Normas sobre Protección de los Derechos de los Consumidores; la Ley N° 20.285, sobre Acceso a la Información Pública; en la Ley N° 19.880; el Decreto Supremo N° 90 de 2018, del Ministerio de Economía, Fomento y Turismo; la resolución exenta N° 158 de fecha 14 de marzo de 2019, que establece la organización interna y determina las denominaciones y funciones de cada centro de responsabilidad; y la Resolución N° 1.600, de 30 de octubre de 2008, de la Contraloría General de la República

**CONSIDERANDO:**

1.- Que, el Servicio Nacional del Consumidor, en adelante también SERNAC, es un servicio público descentralizado, dotado de patrimonio y personalidad jurídica propia, que tiene por función velar por el cumplimiento de las disposiciones de la ley N° 19.496 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.

2.- Que, la ley N° 21.081 incorporó al artículo 58 de la ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de Consumidores, entre otras, la función del SERNAC de interpretar administrativamente la normativa de protección de los derechos de los consumidores.

3.- Que, en efecto, es una necesidad determinar el sentido y alcance de materias respecto de las normas de protección a los consumidores, entre ellas, la regulación sobre proveedores dedicados a los rubros de venta de tickets y producción de eventos.

4.- Que, en virtud de lo anterior, mediante Oficio N° 01628, de fecha 24 de enero de 2019, se realizó una invitación a los representantes del Consejo Consultivo de la Sociedad

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

Civil, en la que participaron gremios y asociaciones de consumidores, para que realizaran observaciones a las hoy llamadas "Guías de alcance jurídico" con sus representados, las cuales fueron recogidas para efectos de la dictación de la presente circular interpretativa administrativa.

5. Que, por disponerlo así el artículo 3° de la ley N°19.880, las decisiones escritas que adopte la Administración se expresarán por medio de actos administrativos, es decir las decisiones formales que emitan los órganos de la Administración del Estado en las cuales se contienen declaraciones de voluntad, realizadas en el ejercicio de una potestad pública, por lo que

**RESUELVO:**

**1. APRUEBA DOCUMENTO.** Apruébase el documento denominado "Circular Interpretativa sobre Ticketeras y Productoras", cuyo texto forma parte integrante de este acto administrativo.

**2. ÁMBITO DE APLICACIÓN.** La "Circular Interpretativa sobre Ticketeras y Productoras" será obligatoria para los funcionarios del Servicio Nacional del Consumidor.

**3. ACCESIBILIDAD.** El texto original de la "Circular Interpretativa sobre Ticketeras y Productoras" será archivado en la Oficina de Partes del Servicio Nacional del Consumidor y estará disponible al público en su página web.

**4. ENTRADA EN VIGENCIA.** La presente resolución exenta entrará en vigencia en la fecha de la total tramitación de este acto administrativo.

**5. REVOCACIÓN.** De conformidad a lo previsto en el artículo 61 de la Ley N° 19.880 y en consideración a las circunstancias de oportunidad, mérito y conveniencia expuestos en este acto administrativo, déjase sin efecto - a partir de la entrada en vigencia de este acto, cualquier guía anterior sobre la misma materia.

**ANÓTESE, REGÍSTRESE y COMUNÍQUESE.**

  
  
**LUCAS DEL VILLAR MONTT**  
DIRECTOR NACIONAL  
SERVICIO NACIONAL DEL CONSUMIDOR

**Servicio Nacional  
del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo



VALR/ACC/DMZ

Distribución:

- Integrantes del Comité Asesor
- Subdirección Jurídica e Interpretación Administrativa.
- Gabinete.
- Fiscalía Administrativa.
- Oficina de partes.

**CIRCULAR INTERPRETATIVA SOBRE TICKETERAS Y PRODUCTORAS.**

I. INTRODUCCIÓN .....	4
II. ASPECTOS REGULATORIOS A CONSIDERAR EN LA LEY N° 19.496 APLICABLES A LAS EMPRESAS PRODUCTORAS y TICKETERAS.....	4
A. Deber de profesionalidad del proveedor de bienes y servicios.....	4
B. Deber de cumplir los términos y condiciones contractuales .....	5
C. Deber de proporcionar información veraz y oportuna a los consumidores .....	8
D. De la intermediación en este mercado .....	10
E. De los contratos de adhesión en este mercado. ....	11
F. En cuanto al análisis de las cláusulas abusivas: .....	12



## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

### **I. INTRODUCCIÓN**

De acuerdo a nuestro mandato legal de velar por el cumplimiento de la Ley N° 19.496 sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en adelante también LDPC, y demás normas que digan relación con los consumidores, es necesario comunicar los alcances legales que, nuestro organismo mantiene en relación a la actividad que desarrollan las empresas que se dedican al giro de las producciones de eventos masivo, como asimismo, las empresas encargadas de la promoción y comercialización de ticket o entradas para los mismos.

En los últimos años el negocio de las productoras y ticketeras han ido en evidente alza, dado el aumento creciente de espectáculos asociados a recitales, festivales, ferias, fútbol profesional y otros espectáculos, a lo largo de nuestro país. De esta forma, coexisten empresas que desarrollan actividades de promoción, producción, comercialización y representación de eventos musicales, artísticos, deportivos y otros, con empresas que se dedican a la promociones y ventas de entrada a través a través de redes de distribución que les permiten llegar a más público, según las distintas modalidades de adquisición de ticket o entradas, compra en línea, a través entrega en locales comerciales y/o, con despacho a domicilio, entre otros.

De esta forma, las empresas que se dedican a este giro comercial, han profesionalizado su actuar y han tenido que adecuar sus actividades comerciales a la LPDC.

El presente documento tiene por objeto indicar los parámetros de cumplimiento que, a juicio de este Servicio, exigen las normas legales vigentes sobre protección a los derechos del consumidor, el cual además se difunde con el fin de propender al correcto desenvolvimiento de los agentes económicos en nuestro mercado.

### **II. ASPECTOS REGULATORIOS A CONSIDERAR EN LA LEY N° 19.496 APLICABLES A LAS EMPRESAS PRODUCTORAS Y TICKETERAS**

#### **A. Deber de profesionalidad del proveedor de bienes y servicios**

Del texto de la LPDC aparece que existe un deber de profesionalidad del proveedor derivado de la habitualidad de su giro comercial, así como de la experiencia en el manejo de su negocio.

Así las cosas, la LPDC se construye sobre la base de este pilar. Toda empresa, grande, mediana o pequeña, que decide ofrecer y comercializar productos o servicios y participar en un mercado, debe hacerlo en un marco de profesionalidad, es decir, que todo proveedor debe tomar los resguardos necesarios para evitar errores, fallas o deficiencias de



## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

cualquier naturaleza, de manera tal que se encuentre en condiciones de cumplir de cara a los consumidores con los términos de sus ofrecimientos.

En relación a este deber de profesionalidad, contemplado en el inciso 1° del artículo 23 de la LDPC, se ha advertido, en general, diversos incumplimientos que dicen relación con:

- ❖ Vulneración al derecho a la libre elección del bien o servicio (Art.3 inciso 1° letra a) de la LDPC) y la falta de información veraz y oportuna (Art.3 inciso 1° letra b) de la LDPC) en relación a los precios y condiciones de contratación, particularmente, los proveedores, cuando informan sus precios de manera desagregada.
- ❖ Incumplimientos asociados a las cancelaciones y/o reprogramaciones de eventos que han afectado masivamente los derechos de los consumidores, en que, además, se promocionan y comercializan, sin las debidas autorizaciones por parte de las autoridades competentes.
- ❖ Falta de información frente a los consumidores, ante las cancelaciones y/o reprogramaciones de los citados eventos, y la no adopción de medidas tendientes a mitigar y evitar las consecuencias de aquellas.
- ❖ Demoras en los procesos de compra y de devolución del precio completo de las entradas, incluido el cargo por servicio, en este último caso, frente a cancelaciones y/o reprogramaciones.
- ❖ Vulneración al derecho que le asiste a todo consumidor de ser reparado e indemnizado adecuada y oportuna de los daños perjuicios, en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas por el proveedor.

Cabe hacer presente, además, que el artículo 23 inciso 2° de la LDPC, sanciona a los organizadores de espectáculos públicos, incluidos los artísticos y deportivos, que pongan en venta una cantidad de localidades que supere la capacidad del respectivo recinto.

### **B. Deber de cumplir los términos y condiciones contractuales**

Los proveedores de bienes y servicios, están obligados a respetar los términos, condiciones y modalidades conforme a los cuales han ofrecido o convenido con los consumidores la entrega del bien o la prestación del servicio. En efecto, este artículo plasma, en materia de protección a los derechos de los consumidores, el principio de la fuerza obligatoria de los contratos consagrado en el artículo 1545 del Código Civil, el que establece que: *"Todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes..."*. En este sentido, el proveedor se encuentra bajo la obligación legal de respetar los términos, condiciones y modalidades bajo las cuales fue pactada la prestación del servicio.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

En nuestro país existen principios que, en materia de consumo, regulan la actividad publicitaria, dentro de los cuales encontramos el Principio de Integración Publicitaria<sup>1</sup>, según el cual, cualquier comunicación publicitaria y sus condiciones, al ser informada al público, se entiende incorporada en el contrato, no pudiendo un proveedor desconocer aquello en caso de incumplimiento, ya que, conforme a lo establecido por el artículo 12 de la LPDC y, al principio de integración publicitaria de los contratos establecido en los artículos 1° N° 4 y 28 de la LPDC, la publicidad forma parte del contrato. Es decir, el proveedor queda obligado a respetar el contenido de aquellos elementos publicitarios que, antes del contrato y hasta la celebración de éste, coloca a disposición del consumidor a fin de informarlo, o motivarlo, a adquirir o contratar un determinado bien o servicio.

Una de las particularidades de este mercado es, sin duda, el uso de los medios tecnológicos para la promoción, oferta y comercialización de los eventos masivos, y para tales efectos, utiliza sistemas de contratación masiva y estandarizada, en que se emplean mayormente internet, para acceder a los productos y servicios que ofrecen, y así, el consumidor pueda concretar la operación de consumo. *"Para saber si estamos ante la presencia de un contrato electrónico lo más importante es que se produzca por medios electrónicos, cuya oferta y aceptación se produzca vía electrónica. De este modo si una oferta se hace vía web y la aceptación se produce por el mismo medio estamos frente a un caso de contratación electrónica. De modo similar opina Ruperto Pinochet Olave al indicarnos que un contrato electrónico se distingue por contar en soporte informático."*<sup>2</sup>

*"Una particularidad es la forma en que se nos presenta la voluntad de obligarse."*<sup>3</sup> En el marco de la contratación electrónica, los consumidores deben realizar una serie de actividades tendientes a acceder a la página web, y luego, a los ofrecimientos y contratación de los productos y servicios que se ofrecen y publicitan. En efecto, para adquirir estos productos y servicios, los consumidores deben, en general, registrarse en la página web, proporcionando para ello sus datos personales, para luego, acceder a una gran cantidad de contratos vía web que habilita a los consumidores comparar precios, productos y servicios, y elegir aquellos productos y servicios que ofrezca los mejores términos, y por último,

<sup>1</sup> Artículo 1°, N° 4 de la LPC, define publicidad señalando que 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", y éste último artículo a su vez señala que "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: (...)*

*c) las características relevantes del bien o servicio destacadas por el anunciante o que deban ser proporcionadas de acuerdo a las normas de información comercial..."*

<sup>2</sup> Fundación Fernando Fueyo, Universidad Diego Portales, Santiago- Chile, 2012, "Contratos de adhesión electrónicos. Análisis a los contratos de Retail electrónicos y contratos de servicios de suscripción en línea, películas, televisión y otros tipos de entretenimiento audiovisual. Página 15.

<sup>3</sup> Fundación Fernando Fueyo, Universidad Diego Portales, Santiago- Chile, 2012, "Contratos de adhesión electrónicos. Análisis a los contratos de Retail electrónicos y contratos de servicios de suscripción en línea, películas, televisión y otros tipos de entretenimiento audiovisual. Página 15.



## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

adoptada la decisión por parte de consumidor, proceder a ejecutar la operación de compra, la cual que culmina con la entrega de ticket de entrada, según las distintas modalidades ofrecidas y contratadas.

Adicionalmente a todo lo expuesto, las empresas informan en sus páginas web sus Términos y Condiciones de compra y uso de sitio web como, asimismo, la Política de Privacidad. Conforme se ha expresado, la información contenida en los citados documentos publicitarios forma parte del contrato, en virtud del principio de integración publicitaria, quedando de este modo, proveedores obligados a respetar los términos y condiciones ofrecidas.

En nuestra legislación, el artículo 12 A y 32 de la LDPC, establece la regulación sobre formación del consentimiento en materia de contratación electrónica, sin embargo, con respecto a la aceptación del consumidor de los Términos y Condiciones de compra y uso de sitio web como, asimismo, la Política de Privacidad, u otros instrumentos similares, el inciso 2° del artículo 12 A de la LDPC, dispone que *"La sola visita del sitio de Internet en el cual se ofrece el acceso a determinados servicios, no impone al consumidor obligación alguna, a menos que haya aceptado en forma inequívoca las condiciones ofrecidas por el proveedor"*. Por tanto, el legislador es claro en sostener que dichos instrumentos obligan a los consumidores, siempre que éstos hayan aceptado en forma inequívoca las condiciones ofrecidas por el proveedor.

De este modo, los problemas particulares de los contratos de adhesión por vías electrónicas no se relacionan con el contenido de los mismos, sino con el acceso al contenido y la forma en que se expresa la voluntad.<sup>4</sup>

En ese mismo orden de ideas, resulta relevante precisar lo dispuesto en el artículo 12 A de la LDPC, en relación al consentimiento respecto de contratos celebrados por medio electrónico, el que no se entenderá formado si el consumidor no ha tenido previamente un acceso claro, comprensible e inequívoco de las condiciones generales del mismo y la posibilidad de almacenarlos o imprimirlos, y luego agrega que, una vez perfeccionado el contrato, el proveedor estará obligado a enviar confirmación escrita del mismo. Ésta podrá ser enviada por vía electrónica o por cualquier medio de comunicación que garantice el debido y oportuno conocimiento del consumidor, el que se le indicará previamente. Dicha confirmación deberá contener una copia íntegra, clara y legible del contrato.

En complemento de lo expuesto, el inciso 2° del artículo 32 de la LDPC obliga al proveedor a informar, de manera inequívoca y fácilmente accesible, los pasos que deben seguirse para celebrarlos, e informará, cuando corresponda, si el documento electrónico en que se formalice el contrato será archivado y si éste será accesible al consumidor. Agrega la

---

<sup>4</sup> Fundación Fernando Fueyo, Universidad Diego Portales, Santiago- Chile, 2012, "Contratos de adhesión electrónicos. Análisis a los contratos de Retail electrónicos y contratos de servicios de suscripción en línea, películas, televisión y otros tipos de entretenimiento audiovisual. Página 19.



## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

citada norma, que el proveedor deberá indicar, además, su dirección de correo postal o electrónico y los medios técnicos que pone a disposición del consumidor para identificar y corregir errores en el envío o en sus datos.

Otro aspecto fundamental a considerar en los contratos de adhesión por medios electrónicos, es que los documentos denominados Términos y Condiciones de compra y uso de sitio web, Política de Privacidad, y las estipulaciones contenidas en el ticket de entradas, no pueden ni deben contener cláusulas contrarias a las normas de equidad en las estipulaciones y en el cumplimiento de los contratos de adhesión, lo que será materia de análisis en acápite aparte.

Todo lo expuesto, nos lleva a la conclusión lógica y legítima de que, en materia de contratos por adhesión por medios electrónicos, pesa sobre el proveedor la obligación de cumplir con las exigencias legales y precontractuales, que permitan que el consumidor pueda decidir libre e informadamente sobre cuál es la mejor decisión de consumo; que, las estipulaciones contractuales que se contienen en ellos, deben observar los principios de equidad y buena fe en los términos definidos en la LDPC; y lo más importante, que los consumidores hayan tenido acceso a los términos y condiciones de los mismos, y haber manifestado su consentimiento, en término de entender que aquellos les obligan.

### **C. Deber de proporcionar información veraz y oportuna a los consumidores**

Cuando se trata de relaciones de consumo, la Ley del Consumidor consagra el deber general del proveedor de proporcionar información veraz y oportuna a los consumidores, en la fase previa a la formación del consentimiento, y al momento de la contratación, y durante la ejecución del contrato. En consecuencia, puede advertirse que estamos ante una regla general, ya que no se encuentra reducida a determinados tipos contractuales, por lo que, en consecuencia, su alcance se extiende a toda relación de consumo.

Precisamente, el artículo 3º inciso 1º letra b) de la LDPC que: "*son derechos y deberes básicos del consumidor: 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*". Como puede colegirse de la norma transcrita, la información debe reunir un doble carácter: veraz y oportuna.

Que la información sea veraz importa que aquella cumpla con los requisitos de completitud y veracidad que lleve a los consumidores a prestar su consentimiento de manera libre y espontánea, es decir, que el destinatario exprese su voluntad de manera consciente, racional y libre. Asimismo, la información debe resultar comprensible para los

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

destinatarios de aquella, y su contenido accesible al público consumidor, sin que deba requerir de un esfuerzo intelectual extraordinario para ello.

Ahora bien, respecto de la oportunidad de la información, dice relación con que aquella debe ser proporcionada por el proveedor, de manera previa a que el consumidor adopte la decisión de materializar el acto de consumo.

En cuanto a la obligación del proveedor de suministrar información a los consumidores, el artículo 3° inciso 1° letra b) de la LDPC establece el deber general de informar los bienes y servicios ofrecidos, su precio, condiciones de contratación y otras características relevantes de los mismos.

Ahora bien, el artículo 1° N° 3 de la LDPC define "*Información básica comercial*", como: "*Los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica.*"

*Tratándose de proveedores que reciban bienes en consignación para su venta, éstos deberán agregar a la información básica comercial los antecedentes relativos a su situación financiera, incluidos los estados financieros cuando corresponda.*

*En la venta de bienes y prestación de servicios, se considerará información comercial básica, además de lo que dispongan otras normas legales o reglamentarias, la identificación del bien o servicio que se ofrece al consumidor, así como también los instructivos de uso y los términos de la garantía cuando procedan. Se exceptuarán de lo dispuesto en este inciso los bienes ofrecidos a granel. La información comercial básica deberá ser suministrada al público por medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno. Respecto de los instructivos de uso de los bienes y servicios cuyo uso normal represente un riesgo para la integridad y seguridad de las personas, será obligatoria su entrega al consumidor conjuntamente con los bienes y servicios a que acceden."*

Lo principal de esta norma, es la definición de información básica comercial y, por ende, las obligaciones que conllevan para el proveedor, y como contrapartida el derecho del consumidor, y en que se establece un deber mayor para el proveedor, cual es, la de asegurar un acceso claro, expedito y oportuno a dicha información.

Cabe señalar, asimismo, que no basta con incluirla en el documento del contrato, sino que se debe otorgar de manera precontractual, toda vez que tal como lo ha señalado Barcia, "*uno de los principios fundamentales, tanto del derecho de propiedad, como del Derecho en general, es la certeza*".<sup>5</sup>

<sup>5</sup> Barcia Lehmann, Rodrigo: "Los contratos desde la perspectiva del análisis económico del derecho", en Revista *Ius et Praxis*, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, universidad de Talca, Año 4, N°2, Talca, 1998, p.160.



## **Servicio Nacional del Consumidor**

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

De la misma manera, se debe considerar que el artículo 32 inciso 1° de la LDPC establece que 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 de que el proveedor o anunciante pueda incluir adicionalmente, esos mismos datos en otro idioma, unidad monetaria o de medida.

Respecto de las formas de información básica contenida en la LDPC, el mismo artículo 1 N°3, señala que además de lo que dispongan otras normas legales o reglamentarias, la identificación del bien o servicio que se ofrece al consumidor, así como también los instructivos de uso y los términos de la garantía cuando procedan.

Cabe hacer presente, la inobservancia de estos deberes precontractuales, contractuales y pos contractuales son sancionados al tenor del artículo 24 de la LDPC, sin perjuicio de la posibilidad que les asiste a los consumidores de ejercitar la reparación e indemnización, adecuada y oportuna, de los daños, materiales y morales, en el supuesto de que se incumplan las obligaciones contraídas por parte del proveedor.

### **D. De la intermediación en este mercado**

Las empresas de venta de entradas adquieren la calidad jurídica de proveedor ya sea, por el desarrollo de su propio negocio como por la calidad de intermediario que adoptan o que deben adoptar para el desarrollo de aquel.

En el referido escenario, la responsabilidad de estas empresas para con el público consumidor, también tiene su fundamento legal en el artículo 43 de la Ley N° 19.496, toda vez que no son sino aquellas, quienes aparecen enfrentando la relación de consumo en representación del directo prestador del servicio y, quien ha asumido el rol de vender por aquel, las entradas para un determinado espectáculo, evento deportivo, musical u otro.

En consecuencia, en su calidad de intermediario, y en virtud de la norma legal citada, la ley ha radicado en la ticketera la responsabilidad de responder directamente frente al consumidor, sin perjuicio de su derecho de repetir contra el verdadero prestador del servicio. Así lo establece claramente la citada disposición -artículo 43 de la Ley de Protección a los Derechos de los Consumidores- al disponer que: *"El proveedor que actúe como intermediario en la prestación de un servicio responderá directamente frente al consumidor por el incumplimiento de las*

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

*obligaciones contractuales, sin perjuicio de su derecho a repetir contra el prestador de los servicios o terceros que resulten responsables”.*

Nuestra legislación contempló la institución de la intermediación, con la finalidad de resguardar poderosamente a los consumidores de las diversas figuras jurídicas que visten a los distintos proveedores, muchas veces hasta desconocidos por los consumidores como, asimismo, para hacer responsable a todos los integrantes de la cadena de ofrecimiento.

En otras palabras, la ley impone un deber de resguardo o seguridad que debe estar radicado en el oferente de los respectivos servicios, en términos tales que los consumidores siempre tengan en quienes hacer efectiva las responsabilidades que nazcan desde la perspectiva de la normativa. Según se infiere del claro tenor literal del artículo 43 de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores, de lo que se trata, es que el consumidor no quede expuesto a una situación de indefensión y, para tal fin, se ha previsto que pueda dirigirse directamente en contra de quien intermedió en la prestación del servicio que contrató.

### **E. De los contratos de adhesión en este mercado.**

El mercado de las productoras de eventos y de las ticketeras que publicitan y comercializan entradas y/o ticket para las producciones artísticas, culturales, deportivas, entre otros, en su mayoría tienen publicados sus Términos y Condiciones de compra y uso, y en otros casos, las Políticas de Privacidad en sus páginas web, por otra parte, también existen las estipulaciones contenidas en los tickets de entradas. Todos los cuales, a la luz de la Ley sobre Protección de los derechos de los consumidores, artículo 1º N° 6, son contratos de adhesión, debido a que sus cláusulas *“han sido redactados y preparados por el proveedor; por lo que sus cláusulas han sido propuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido; lo que constituye una premisa fundamental para el análisis del artículo 16 de la LPC.”*<sup>6</sup>

Con respecto al ticket de entrada, *“cabe tener presente que cada entrada que la denunciada vende constituye un contrato de adhesión, toda vez que es una fuente de obligaciones o previamente escriturada por el proveedor, quedándole al consumidor sólo la opción de aceptar su contenido, pero jamás de modificarlo, todo lo cual se enmarca dentro del concepto de contrato de adhesión que la Ley 19.496 define en su artículo 1 N° 6.”*<sup>7</sup>

<sup>6</sup> SERNAC con TICKETEK Co. SpA, del 8º Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A de Santiago, Rol N° 663-2015, y C.S., Rol N° 26932-2015.

<sup>7</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A., 2º Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5579-2009. C.A de Santiago, Rol N° 778-2016. C.S., Rol N° 62158-2016.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

La citada norma define los contratos de adhesión como, *"aquel cuyas cláusulas han sido dispuestas unilateralmente por el proveedor sin que el consumidor, para celebrarlo, pueda alterar su contenido."*

Por su parte el artículo 17 de la LDPC establece los requisitos de forma de los contratos de adhesión, poniendo énfasis en las exigencias de legibilidad, idioma y firma. Al respecto cabe destacar que, respecto de este tipo de contratos, aquellos están sujetos a las normas sobre contratación electrónica cuya regulación fue latamente desarrollado en los párrafos anteriores.

### **F. En cuanto al análisis de las cláusulas abusivas:**

**Aquellas estipulaciones que otorgan a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato o de suspender unilateralmente la ejecución del contrato. (Artículo 16 letra a) de la LDPC)**

**(i)** Existen cláusulas que autorizan al predisponente a cambiar los términos y condiciones, mediante estipulaciones, tales como, que el proveedor *"se reserva el derecho a cambiar estas Condiciones en cualquier momento, las cuales aplicarán inmediatamente después de que hayan sido publicadas en el Sitio"*.

El juez declaró nula la cláusulas transcrita, argumentando que: *"En este sentido, resulta manifiesta la falta de certeza y situación de incertidumbre en la que se encuentran los consumidores, al no poder conocer íntegra y acabadamente las condiciones en las efectúan la compra, ya que de acuerdo a su redacción, éstas serían eminentemente transitorias y su contenido y vigencia dependería de la sola voluntad de la empresa demandada."*<sup>8</sup>

A su vez, la sentencia extiende la causal de abusividad a la cláusula *"contenida en el ticket de entrada"*, la que está sujeta a modificación unilateral como consecuencia de las *"condiciones de uso"*, por lo que de la misma forma, declara la nulidad de la mismas por las razones expresadas en precedentemente.<sup>9</sup>

**(ii)** Aquellas estipulaciones que establecen que: *"No se aceptará ningún tipo de cambio, reintegro, cancelación o devolución de las localidades adquiridas, excepto en las condiciones que el organizador establezca. Si por algún motivo, causa o razón de la fecha u horario del evento se modificase; las localidades adquiridas serán válidas para la fecha definitiva que determine el organizador del evento."* Y, aquellas que estipulan que: *"En caso de cancelación del evento, el precio establecido en este boleto, con exclusión de los cargos por servicio y por envío, si los*

<sup>8</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A. del 16° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35370-2011, C.A. de Santiago Rol N° 4835-2014. C.S. 1533-2015.

<sup>9</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A. del 16° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35370-2011, C.A. de Santiago, Rol N° 4835-2014. C.S. Rol N° 1533-2015.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

*hubiere será reembolsado contra su presentación, en el lugar de su adquisición, a partir de las 48 horas siguientes de la fecha de aviso de cancelación, según lo indique y bajo responsabilidad del mandante."*

Esta cláusula vulnera el artículo 16 letra a) de la Ley N° 19.496, en virtud que otorgan a una de las partes la facultad de dejar sin efecto o modificar a su solo arbitrio el contrato de suspender unilateralmente su ejecución. Se sostiene que al reservarse la facultad de modificar el contrato unilateralmente y a su arbitrio, se alteran los términos y condiciones a los cuales se informó, ofreció y perfeccionó con los consumidores la relación de consumo, representando un desajuste a la normativa de la Ley de Protección de los Derechos de los Consumidores, generando a estos últimos una sensación de incertidumbre que viene en definitiva a vulnerar el principio de certeza jurídica que todo proveedor de bienes y servicios debe mantener. Se indica que esta cláusula, además, vulnera el principio de igualdad y de la fuerza obligatoria de todo contrato que debe regir entre las partes contratantes.

El sentenciador declara en relación a la cláusula transcrita que, *"la referida cláusula infringe el artículo 16, afectando el interés difuso de los consumidores, y constituyen ejemplos de cláusulas abusivas, concepto analizado debidamente por la Corte de Apelaciones de Valparaíso con fecha 4 de octubre de 2007, en fallo causa rol número 874-2007, al señalar que la cláusula abusiva "en doctrina es aquella que confiere derechos exorbitantes en favor del proponente del contrato de adhesión, le atribuyen la facultad de fijar o modificar sus elementos, su régimen jurídico, como cambiar el tipo de producto o servicio, modificar los precios, ceder el contrato sin el consentimiento del adherente, la atribución de la facultad exclusiva de interpretación del contenido contractual, la sumisión de la ejecución de las presentaciones a condiciones de carácter potestativo, cuya realización dependa únicamente de la voluntad del proponente, la atribución del derecho de la libre rescisión del contrato al mismo proponente y, en general, cualquier reforma al contenido del contrato."*<sup>10</sup>

**(iii)** Estipulaciones, tales como, que: *"El organizador se reserva el derecho de agregar, modificar el programa del evento, variando programas, precios y ubicaciones, así como la capacidad del recinto, el organizador se reserva también el derecho de admisión" o, que dispone: "Ningún cambio, reintegro o devolución se encuentran permitidos, excepto en los supuestos y condiciones que el mandante establezca y bajo su responsabilidad", y, aquellas que señalan: "Si la fecha de un evento variara por alguna circunstancia, las entradas podrán ser válidas para la fecha definitiva que fije el mandante."* En todos los casos, el sentenciador

<sup>10</sup> SERNAC con TICKET FÁCIL S.A. del 30° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35419-2011, confirmada C.A. Santiago Rol N°8993-2016.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

aplicó el mismo razonamiento antes transcrito, para estimar abusiva la cláusula precedente.<sup>11</sup>

**(iv)** Aquellas cláusulas que autorizan modificar los términos y condiciones contractadas, tales como: *"El mandante se encuentra facultado para modificar los programas, precios y ubicaciones difundidas, así como la capacidad del auditorio. Asimismo, se encuentra facultado para hacer uso del derecho de admisión y permanencia."*<sup>12</sup>

Esta cláusula vulnera el artículo 16 letra a) de la Ley N° 19.496, en virtud que otorgan a una de las partes la facultad de modificar a su solo arbitrio el contrato de suspender unilateralmente su ejecución, en lo demás me remito a lo expuesto en el punto (ii).

### **Cláusulas que ponen de cargo del consumidor los efectos de deficiencias, omisiones o errores administrativos, cuando ellos no le sean imputables. (Artículo 16 letra c) de la LDPC)**

**(i)** Cuando el predisponente estipula que no se hace *"responsable por ninguna pérdida de datos que surja por la operación del sitio o por aplicar los términos"*, de esta forma, ante un eventual error o deficiencia que pudiere afectar al sitio web y que sea imputable al proveedor, serían los consumidores quienes asumirían dicho defecto en virtud de la redacción señalada, lo que a todas luces resulta contrario al espíritu de la legislación de protección del consumidor y específicamente respecto al art. 16 letra c) de la ley 19.496.<sup>13</sup>

**(ii)** Por su parte, cuando en el ticket de entrada, se estipula que: *"En caso de cancelación o posposición del evento, el precio establecido en este boleto, con exclusión de los cargos por servicio y por envío, si los hubiere, será reembolsado contra su presentación, en el lugar de adquisición, a partir de las 48 horas siguientes de la fecha del aviso de cancelación o posposición."*

El razonamiento del juez de primera instancia para declarar nula la cláusula transcrita, señala: *"Que, al tenor de lo estipulado en la cláusula transcrita, el proveedor, en caso de cancelación de un evento, lo cual es un hecho fortuito, imprevisto e incierto para los consumidores, pone de cargo de estos últimos los efectos de la ocurrencia de tal hecho, respecto del cargo por servicio que estos han cancelado al momento de adquirir las entradas, cobro que ya se ha – estimado no corresponde conforme las normas de la ley en comento-, y que la demandada se exime en forma absoluta de devolver. A mayor abundamiento, cabe reiterar que el servicio de comercialización de entradas a espectáculos masivos que una*

<sup>11</sup> SERNAC con TICKET FÁCIL S.A. del 30° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35419-2011, confirmada C.A. Santiago Rol N° 8993-2016. C.S. Rol N° 79123-2016.

<sup>12</sup> SERNAC con TICKET FÁCIL S.A. del 30° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35419-2011. C.A. de Santiago, Rol N° 8993-2016. C.S. Rol N° 79123-2016.

<sup>13</sup> SERNAC con TICKET FÁCIL S.A. del 30° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35419-2011. C.A. Santiago Rol N° 8993-2016. C.S. Rol N° 79123-2016.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

*empresa como la demanda realiza, va en directo beneficio de las empresas productoras de dichos eventos, razón por la cual, lógica y jurídicamente, corresponde que ambos tipos de empresas, en el marco de su relación comercial, sean las que resuelvan o asignen entre ellas mismas las consecuencias económicas que derivan de la cancelación de un evento. En razón de lo anterior, y atendido lo dispuesto por el artículo 16 letra c) de la Ley 19.496, que dispone que "No producirán efecto alguno en los contratos de adhesión en las cláusulas o estipulaciones que: c) Pongan de cargo del consumidor los efectos de deficiencias, omisiones o errores administrativos, cuando ellos no le sean imputables." resulta claro que la cláusula contractual analizada precedentemente a deber ser declarada nula."<sup>14</sup>*

A mayor abundamiento, el sentenciador declara que: *"refuerzan la conclusión anterior las hipótesis de las letras e) y g) del artículo 16 de la Ley 19.496 las que resultan aplicables en la especie para declarar nula la cláusula en estudio, toda vez que el proveedor, mediante ella, limita absolutamente su responsabilidad frente a los consumidores en caso de cancelación de eventos, privándoles de un resarcimiento efectivo y total del precio que previamente estos habían cancelado por las entradas, originando de esta manera un desequilibrio importante entre los derechos y obligaciones de las partes, el que va en perjuicio de los consumidores en su calidad de adherentes del contrato previamente redactado por la demandada, todo lo cual es demostrativo, además, de la mala fe por la predisponente."<sup>15</sup>*

### **Cláusulas que contengan limitaciones absolutas de responsabilidad frente al consumidor que puedan privar a éste de su derecho a resarcimiento frente a deficiencias que afecten la utilidad o finalidad esencial del producto o servicio. (Artículo 16 letra e) de la LDPC)**

**(i)** Aquellas estipulaciones contractuales presentes en estos contratos de adhesión, y en que se establezca que el proveedor *"no es responsable o de cualquier otra manera responsable legalmente de cualquier uso o divulgación de su información de contacto, o información financiera, por parte de un tercero con quien el proveedor tenga permitido divulgar su información de un contacto bajo esta política de privacidad"*.<sup>16</sup> Las que *"libera de toda responsabilidad de garantías, el proveedor no será responsable por ningún daño de cualquier tipo que surja del uso de este sitio, incluyendo sin limitación, daños directos, indirectos, incidentales, punitivos y consecuenciales"*. Y, por último, aquellas que limitan la responsabilidad de proveedor del bien o servicio, y en que se vuelve a recalcar la absoluta irresponsabilidad que se arroga la empresa, cuando

<sup>14</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A. del 2° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5579-2009. C.A. Santiago Rol N° 778-2016. C.S. Rol N° 62158-2016.

<sup>15</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A. del 2° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5579-2009. C.A. de Santiago, Rol N° 778-2016. C.S. 62158-2016.

<sup>16</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A. del 16° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35370-2011. C.A. Santiago Rol N° 4835-2014. C.S. 1533-2015.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

señala, *"Bajo ninguna circunstancia el proveedor será responsable de cualquier daño indirecto, consecuencial, ejemplar, incidental, especial o punitivo, o por la pérdida de ganancias, ingresos u oportunidades de negocios, aun cuando se le haya avisado al proveedor de las posibilidades de tales daños".*<sup>17</sup>

El sentenciador concluye que, *"la redacción es categórica y absolutista en cuanto exime de toda responsabilidad a la empresa demandada respecto de cualquier tipo de daño, incumplimiento o divulgación de informaciones a terceros respecto de los consumidores. En este sentido, las cláusulas aludidas contravienen manifiestamente el art. 43 de la Ley 19.496, que establece expresamente la responsabilidad del proveedor frente a los consumidores en caso de incumplimiento contractual."*<sup>18</sup>

(ii) Estipulaciones que declaran: *"Si el evento se llegase a cancelar por cualquier causa o razón, incluso las que respondan a caso fortuito o fuerza mayor, no existirá derecho alguno a efectuar contra la empresa, reclamos por devoluciones o reintegros. En este caso el organizador tendrá 90 días de la fecha estipulada para la realización del evento para efectuar el reintegro del importe de dicha entrada, no serán reembolsados los cargos por servicio ni el costo de envío si el mismo se hubiese efectuado."*<sup>19</sup> A su vez, *aquello contenido contractuales que establece: "La política de reintegros o devoluciones será fijada por el mandante en un plazo razonable y dentro de aquellos que la ley pudiera fijar, en caso de cancelación del evento, aún por caso fortuito o fuerza mayor, no recayendo sobre el proveedor responsabilidad alguna."*<sup>20</sup>

En relación a la cláusula, el sentenciador resolvió que la *"La referida cláusula infringe el artículo 16, afectando el interés difuso de los consumidores, y constituyen ejemplos de cláusulas abusivas, concepto analizado debidamente por la Corte de Apelaciones de Valparaíso con fecha 4 de octubre de 2007, en fallo causa rol número 874-2007, al señalar que la cláusula abusiva "en doctrina es aquella que confiere derechos exorbitantes en favor del proponente del contrato de adhesión, le atribuyen la facultad de fijar o modificar sus elementos, su régimen jurídico, como cambiar el tipo de producto o servicio, modificar los precios, ceder el contrato sin el consentimiento del adherente, la atribución de la facultad exclusiva de interpretación del contenido contractual, la sumisión de la ejecución de las presentaciones a condiciones de carácter potestativo, cuya realización dependa únicamente de la voluntad del proponente, la atribución del derecho de la libre*

<sup>17</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A. del 16° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35370-2011. C.A. Santiago Rol N°4835-2014. C.S. 1533-2015.

<sup>18</sup> SERNAC con TICKET MASTER CHILE S.A. del 16° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35370-2011. C.A. Santiago Rol N°4835-2014. C.S. 1533-2015.

<sup>19</sup> SERNAC con TICKET FÁCIL S.A. del 30° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35419-2011, confirmada C.A. Santiago Rol N°8993-2016.

<sup>20</sup> SERNAC con TICKET FÁCIL S.A. del 30° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35419-2011, confirmada C.A. Santiago Rol N°8993-2016.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

*rescisión del contrato al mismo proponente y, en general, cualquier reforma al contenido del contrato.*<sup>21</sup>

(iii) Respecto de aquellos contenidos contractuales que estipulan: *"El Organizador es el único y directo responsable del espectáculo o evento a realizarse, sujeto a las condiciones de venta del Organizador."*<sup>22</sup> Y, los que disponen, que: *"Dado que el proveedor actúa como intermediario y por cuenta y orden del Organizador, cualquier reclamo deberá ser ejercido exclusivamente ante el organizador. Sin perjuicio de ello, el proveedor, sin asegurar resultado o garantía alguna podrá ofrecer a su exclusivo criterio sus servicios en base a esfuerzos razonables para gestionar dichos reclamos."*<sup>23</sup>

El sentenciador de primera instancia concluye que, del tenor de la cláusula transcrita se observa claramente que, en su redacción en esta materia, existe una clara afectación al principio de responsabilidad que la norma consagra, artículo 43 de la LDPC, y que atenta a esta sola disposición legal y especial, basta para estimar esta cláusula como abusiva. Señala lo que sigue: *"Que basta la sola lectura de esta cláusula para establecer que efectivamente hay una exoneración de responsabilidad de parte del intermediario y ahora demandado de autos, la que como ya se señaló es la directa responsable ante el consumidor, sin perjuicio de su derecho de repetir ante el Organizador; no siendo suficiente sus razonables esfuerzos para gestionar los reclamos, sobre todo si se considera que ellos quedan sujetos a la mera voluntad del proveedor, sin asegurar ningún resultado; por lo que a todas luces, esta cláusula es abusiva y en consecuencia no tiene valor alguno."*<sup>24</sup>

Por su parte, el Tribunal de Alzada<sup>25</sup>, a su vez, resolvió que *"en cuanto a que la cláusula primera infringe lo dispuesto en el artículo 43 de la Ley 19.496, al exonerar anticipadamente a la demandada, trasladando únicamente al organizador la responsabilidad del espectáculo o evento a realizarse, toda vez que la cancelación del acto obliga –en principio– a restituir el valor de lo pagado, de modo tal que no podría eximirse la empresa demandada para responder ante los consumidores, sin perjuicio de repetir ante el organizador."* Y agrega que, *"en lo relativo a la cláusula tercera del contrato, a que aluden los considerandos vigésimo primero y vigésimo segundo del fallo, no puede prosperar, dado que en la forma como ha sido redactada, aquello importa otra forma de alterar el claro tenor del artículo 43 citado, pues la resistencia que la demandada muestra a recibir los reclamos de los consumidores, ante un incumplimiento del organizador, contraviene la evidente función de intermediaria que le*

<sup>21</sup> SERNAC con TICKET FÁCIL S.A. del 30° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-35419-2011, confirmada C.A. Santiago Rol N° 8993-2016.

<sup>22</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. Confirmada C.A. Santiago, Rol N° 663-2015.

<sup>23</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.

<sup>24</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.

<sup>25</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

*asiste a esa empresa en la realización del espectáculo, no pudiendo -por ende- eludir de esa forma la responsabilidad que le asiste.*"<sup>26</sup>

**Cláusulas contrarias a las exigencias de la buena fe, atendiendo para estos efectos a parámetros objetivos, causen en perjuicio del consumidor, un desequilibrio importante en los derechos y obligaciones que para las partes se deriven del contrato. (Artículo 16 letra g) de la LDPC)**

(i) Aquellas que estipulan que: *"El Organizador se reserva el derecho de agregar, modificar o sustituir artistas, variando los programas, precios y ubicaciones difundidas, así como la capacidad del auditorio, conforme esto sea informado oportunamente. El Organizador se reserva el derecho de admisión y permanencia. Las llegadas tarde del público implicarán que el ingreso del mismo se efectúe en el intervalo o cuando el organizador lo considere oportuno a su exclusivo criterio."*<sup>27</sup>

Lo razonado por el sentenciador, declara que: *"En cuanto al derecho que se reserva el Organizador de admisión y permanencia y que las llegadas tardes del público implicarán que el ingreso del mismo se efectúe en el intervalo o cuando el Organizador lo considere oportuna a su exclusivo criterio; cabe señalar que salvo el ingreso en el intervalo, las demás estipulaciones a simple vista resultan ser abusivas por cuanto infringen la letra g) del artículo 16 de la Ley 19.496, por faltar ellas a parámetros objetivos que evidentemente causan un perjuicio del consumidor y un desequilibrio importante en los derechos y obligaciones que para las partes se derivan del contrato; atendido fundamentalmente la finalidad del contrato y las disposiciones especiales y generales que lo rigen. Se trata entonces de una manifestación de la justicia procedimental y no sustantiva, que debe seguirse tanto en la fase de redacción como de celebración del contrato evitando que se establezca por parte del proveedor cláusulas que no se relacionan con las expectativas razonables del consumidor o con la finalidad normal del contrato."*<sup>28</sup>

Por su parte, el Tribunal de Alzada, además señaló que, además de lo razonado en la sentencia de primer grado, *"en cuanto a que el organizador del evento -cuyas entradas vende la empresa demandada- se reserva el derecho a modificar a los artistas, programas, precio, ubicaciones, sin establecer parámetros objetivos para que ello ocurra, debe considerarse abusiva porque ocasiona un claro desequilibrio entre los derechos del consumidor frente a los del proveedor, desde el momento que la demandada está vendiendo un servicio que lleva implícitas esas alternativas desmedidas, sin que pueda excusarse que aquello es solo atribuible al organizador, toda vez que obviamente entre la demandada y*

<sup>26</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.

<sup>27</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.

<sup>28</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.

## Servicio Nacional del Consumidor

Ministerio de Economía,  
Fomento y Turismo

*el organizador del evento hay un vínculo contractual previo, por lo cual no puede eludir su responsabilidad, máxime si en momento alguno se demostró que la empresa demandada haya solicitado la revisión del contrato impugnado por el SERNAC, para acogerse a la presunción que establece el artículo 16 letra g) de la Ley 19.496.*<sup>29</sup>

(ii) Estipulaciones, que causan desequilibrio en las prestaciones, y que han sido declaradas abusivas, son aquellas que estipulan que: *"No será permitido el ingreso al evento con pirotecnia, grabadoras, filmadoras, cámaras de fotografía y de video, ni cualquier elemento similar a los mencionados a criterio del Organizador, pudiendo los mismos ser retirados del lugar y destruido su contenido. El Organizador podrá solicitar que se apague todo equipo de radio llamado o teléfono celular antes del acceso al evento."*<sup>30</sup>

En razonamiento del Tribunal, fue entender que, se observa claramente, que se deja al criterio del organizador el determinar qué otros elementos de los mencionados sean prohibidos de ingresar, lo que constituye una falta de objetividad y arbitrariedad causando un perjuicio al consumidor, en una situación concreta, toda vez que queda entregada a la voluntad de quien se delega esta función para determinar si el elemento que está ingresando el espectador se encuentre dentro de los parámetros para cuya finalidad se ha dictado esta cláusula, lo que la transforma en una conducta que puede llegar a ser antojadiza, si no es bien manejada por aquél que le ha sido encomendada esta función; por lo que la expresión: *"a criterio del Organizador"* se dejará sin efecto al considerarse abusiva por infringir lo dispuesto en la letra g) del artículo 16. Además, considera injusta la medida destructiva, ya que se supone que el objeto que se puede destruir está siendo recién objeto de una revisión al momento del ingreso al evento, y que puede también contener información valiosa y/o muy personal de quien la posee; lo que la traduce en abusiva, por lo que la expresión *"y destruido su contenido"* será dejada sin efecto.

Por su parte, el Tribunal de alzada estimo que los fundamentos del fallo recurrido se estiman acertados, toda vez que la sola apreciación del organizador para la prohibición de los elementos que se indican resulta desproporcionada, unido a que no se explica el objetivo de esa prohibición. Ahora bien, respecto del retiro y destrucción de esos aparatos, señaló que es del todo exagerado y representa un perjuicio anticipado para los consumidores dueños de esos objetos que no se condice con el valor del espectáculo, lo que evidencia por sí solo el desequilibrio entre las prestaciones, razón por lo cual debe ratificarse el criterio sostenido en la sentencia, en este sentido.

<sup>29</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.

<sup>30</sup> SERNAC con TICKETEK CO. SpA. del 8° Juzgado Civil de Santiago, en causa Rol N° C-5711-2013. C.A. Santiago, Rol 663-2015.