

GUÍA DE ALCANCES JURÍDICOS, LEY 19.496 REFERENTE A EMPRESAS PRODUCTORAS DE EVENTOS

1.-INTRODUCCION

Teniendo presente el mandato legal de velar por el cumplimiento de la ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, en adelante también LPC, 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 Ud. desarrolla, El presente documento por tanto, tiene por objeto, indicar los parámetros de cumplimiento que, a juicio de este Servicio, exigen las normas vigentes sobre protección al consumidor, el cual además se difunde con el fin de propender al correcto desenvolvimiento de los agentes económicos en nuestro mercado.

2. Principios generales aplicables a las empresas productoras de eventos

2.1 Principio de profesionalidad del proveedor.

La Ley 19.496¹ define a los proveedores como aquellas "personas naturales o jurídicas, de carácter público o privado, que habitualmente desarrollen actividades de producción, fabricación, importación, construcción, distribución o comercialización de bienes o de prestación de servicios a consumidores, por las que se cobre precio o tarifa"²,

Conforme a lo anterior, se puede considerar que existe un deber de profesionalidad del proveedor, derivado de la habitualidad de su giro comercial, así como de la expertiz que presenta.

Producto de lo anterior, es que el Art. 23 inc., 1° LPC establece la responsabilidad infraccional para el proveedor que en la venta de un bien o en la prestación de un servicio, actuando con negligencia, causa menoscabo al consumidor debido a fallas o deficiencias en la calidad, cantidad, identidad, sustancia, procedencia, seguridad, peso o medida del respectivo bien o servicio.

Se entiende entonces, que el proveedor tiene un deber de cuidado propio de los contratos onerosos, derivado de las normas de protección al consumidor, que encuentra su fundamento en la asimetría de información existente en una relación de consumo, a favor del proveedor, producto del conocimiento que requiere para poder desarrollar un giro comercial determinado.

¹ En adelante LPC

² Art. 1 N°2 LPC



2.2. Principio de calidad en la prestación del servicio.

Conforme al carácter de profesional del proveedor, éste se encuentra obligado a comercializar bienes o a prestar servicios de calidad.

De esta manera, no basta con el mero cumplimiento formal del acto de consumo, sino que además la prestación realizada por el proveedor, debe ser precisamente idónea para satisfacer la pretensión que tuvo en vista el consumidor al momento de contratar.

En este mismo sentido, el profesor FRANCISCO FERNÁNDEZ, define a la calidad como "la aptitud o idoneidad para satisfacer el propósito natural a que se destine el respectivo artículo o servicio, como también el grado en que uno u otro resultan acordes o ciertos descriptores o características incorporados en una norma o ponderados y exaltados por el proveedor en la publicidad que haga de sus mercancías"³.

El mismo autor nos señala el fundamento a lo anterior, al señalar: "¿Por qué existe este derecho a exigir calidad? Porque los contratos de consumo son esencialmente conmutativos, a diferencia de otro tipo de contratos en la esfera negocial privada"⁴

3.- Obligaciones de las empresas productoras de eventos

3.1. Respetar los derechos de los consumidores.

El desarrollo de su giro comercial, por parte de las empresas productoras de eventos y de los proveedores en general, debe realizarse respetando íntegramente todos los derechos conferidos a los consumidores, sea por la misma LPC o por otra norma complementaria a ella.

A continuación, este documento se referirá a ciertos derechos que merecen una especial consideración, en atención a la actividad que su representada realiza. De acuerdo a lo anterior, es que las garantías que se tratan a continuación, de ninguna manera implican que los otros derechos de los usuarios no deban ser satisfechos,

3.1.1. Derecho a información veraz y oportuna.

Conforme al Art. 3 letra b) LPC, le asiste al consumidor el derecho básico 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.

³ Fernández Fredes, Francisco: "La protección jurídica de la calidad", en Pizarro Wilson, Carlos Editor: "Temas de derecho del consumidor", cuadernos de análisis jurídico, Ediciones Universidad Diego Portales, servicio nacional del consumidor, Santiago, 1997, p,36

⁴ Fernández Fredes, Francisco: "La protección jurídica de la calidad", en Pizarro Wilson, Carlos, Editor; "Temas de derecho del consumidor", cuadernos de análisis jurídico, ediciones universidad diego Portales, Servicio Nacional del Consumidor, Santiago, 1997, p. 37

El derecho anteriormente señalado, impone al proveedor la carga de revertir la situación de inferioridad informativa en que se encuentra el consumidor, mediante la aplicación de ciertas instituciones que se encuentran establecidas en la misma LPC.

De esta manera, la información que otorga el proveedor, debe ser cierta, precisa y comprobable, no sólo por aplicación del Art. 3 letra b) LPC, sino que por la sencilla razón de que es un imperativo de la buena fe, que evitará yerro en la voluntad del Consumidor, entendida a esta última como, "La facultad que nos permite hacer o no hacer lo que deseamos"⁵

En efecto, "El error está íntimamente vinculado con la información, ya que la información es directamente proporcional a este vicio del consentimiento. A mayor información, obviamente existe una menor posibilidad que se produzca el error"⁶.

De esta manera, resulta indubitada la situación de asimetría de la información que existe entre el proveedor profesional y el consumidor, que implica una evidente desigualdad en los antecedentes con que cuentan las partes a la hora de contratar"⁷.

En primer lugar se debe mencionar la obligación del proveedor de suministrar información básica comercial, entendiendo por ésta a "los datos, instructivos, antecedentes o indicaciones que el proveedor debe suministrar obligatoriamente al público consumidor, en cumplimiento de una norma jurídica". Esta información básica debe ser suministrada por la empresa proveedora por medios que aseguren un acceso claro, expedito y oportuno⁸.

De la misma manera, se debe considerar que el Art. 21 inc 1° LPC 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 LPC, el mismo Art. 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 (Art. 1 N° 3 LPC).

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"⁹ y sobre qué puede descansar mayor certeza, que sobre la información precontractual que se puedan otorgar las partes contratantes.

⁵ León Hurtado, Avelino: "La voluntad y la capacidad en los actos jurídicos", Editorial Jurídica de Chile, Santiago, 1990, p.33

⁶ 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.167.

⁷ En este sentido: "Sernac con Claro Chile S.A.", rol 8933-5-06 4 JPL Santiago 24.08.07, confirmada por la C. Ap.Santiago, Ing 272-08,05.03.08," Opazo con Claro Chile S.A. "ROL 191.250-J,1 JPL Temuco, 21.12.07, se declaró desierto recurso de apelación, Ing. 169-08,22.08.08.

⁸ Ar. 1 N°3

⁹ 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.

Respecto al producto o servicio ofrecido, se debe tener en consideración además que éste debe ser cierto y determinado, de tal manera que no se modifiquen las condiciones contractuales una vez celebrado el acto de consumo, debiendo informarse entre otras cosas, los artistas, fecha, lugar y precio de cada evento.

Así las cosas, en el caso de que efectivamente la realización y comercialización de un evento de este tipo. conlleve por naturaleza la eventualidad de su realización, debe ser esta circunstancia informada a los consumidores antes de la celebración del contrato de consumo. Por lo tanto, comercializar o poner a disposición del público consumidor un servicio con la calidad de cierto, estando pendiente su autorización eventual, atenta en contra del derecho básico de los consumidores a la información veraz y oportuna, establecido en el Art. 3 letra b) LPC.

3.1.2. Derecho a la libre elección.

La satisfacción del derecho a la información, permite también el ejercicio del derecho básico de los consumidores a una libre elección del bien o servido, puesto que no se configurará yerro en su voluntad.

Al respecto, FERNANDEZ FREDES ha señalado que "un contrato de consumo no puede encerrar un óleo o azar para el consumidor, ya que él está pagando una determinada cantidad o precio a cambio de oigo que le están ofreciendo, precio que constituye el valor monetario de esa cambio de algo que le están ofreciendo, precio que constituye el valor monetario de esa cosa, determinado libremente por el proveedor"¹⁰

De esta manera, ofrecer un servicio que no cuenta con la debida autorización, evidentemente encierra un alea, derivada de la falta de certeza de que éste se preste o en condiciones y lugares diversos a los contratados.

Lo anterior, además resulta de la aplicación del principio de buena fe contractual, cuya finalidad es precisamente "completar el contenido del contrato, más allá de lo expresamente pactado o previsto por la ley, con el contenido normativo que se entiende atendida la naturaleza de la obligación o que lo que establece la costumbre"¹¹

3.1.3. Derecho a la seguridad en el consumo.

Conforme al Art. 3 letra d) LPC "Son derechos y deberes básicos del consumidor: d) La seguridad en el consumo de bienes y servidos, la protección de la salud y el medio ambiente y el deber de evitar los riesgos que puedan afectarles".

Se trata de una garantía fundamental, toda vez que desarrolla el propio derecho constitucional a la integridad física y psíquica del individuo"¹² de tal manera que su satisfacción resulta fundamental e imprescindible.

Así las cosas, es deber de la empresa productora de eventos, contar con las autorizaciones administrativas correspondientes, que garanticen un espectáculo seguro, así como garantizar que las entradas o tickets vendidos correspondan a la capacidad real del recinto.

¹⁰ Fernández Fredes Francisco: "La protección jurídica de la calidad", en Pizarro Wilson, Carlos, Editor: "Temas de Derecho del consumidor", Cuadernos de análisis jurídico, Ediciones Universidad Diego Portales, Servicio Nacional del Consumidor, Santiago, 1997,p.37.

¹¹ Barros Bourie, Enrique: "Límites de los derechos subjetivos privados, introducción a la doctrina del abuso del derecho", Revista Derecho y Humanidades, Santiago de Chile, 1999, N°7,P.20.

¹² Art, 19 N°1 CPR

3.2. Cumplimiento contractual.

El Art. 12 LPC establece que "todo proveedor de bienes o servicios estará obligado a respetar los términos, condiciones y modalidades conforme o las cuales se hubiere ofrecido o convenido con el consumidor la entrega del bien o la prestación del servicio".

La regla anteriormente indicada, es una verdadera manifestación del Art. 1545 del Código Civil, conforme al cual "todo contrato legalmente celebrado es una ley para los contratantes, y no puede ser invalidado sino por su consentimiento mutuo o por causas legales", De esta manera, una vez celebrado el acto de consumo, éste es obligatorio para las partes intervinientes, las que no pueden modificarlo en forma unilateral. Se justifica plenamente la regla señalada, toda vez que ambas partes han consentido precisamente, en razón de la voluntad de la contraria,

Se reitera asimismo, que todo aquello que la empresa proveedora ofrezca al público consumidor, mediante un mensaje publicitario, debe ser satisfecho plenamente. En efecto, el proveedor debe dar cumplimiento tanto a lo pactado, como a lo ofrecido publicitariamente, sin perjuicio de la invalidez de eventuales cláusulas abusivas que pudieren estar presentes en los instrumentos respectivos.

Así las cosas, todo evento, debe cumplir con las condiciones informadas y publicitadas, tales como artista invitado, fecha de realización del evento, lugar, ubicación determinada, etc.

3.3. Efectos de la suspensión de espectáculos.

El mero pago del precio, no implica necesariamente, que el riesgo de la compraventa, radique en el consumidor, de tal manera que en caso de suspensión o no realización de un evento o espectáculo, se le debe retornar al consumidor, todo lo pagado en razón de ello.

Esto, no puede entenderse de otra forma, toda vez que la obligación del consumidor, de pagar una suma de dinero, se justifica precisamente en razón de la prestación de un servicio que no va a ser satisfecho. De esta manera, al carecer de causa el pago del consumidor, constituiría, además de una infracción a la LPC, un supuesto de enriquecimiento injusto.

La devolución debe comprender entonces, el precio total, sin perjuicio de que puedan existir ítems desagregados, y si n perjuicio de eventuales indemnizaciones a que quede obligado el proveedor, a consecuencia de daños generados por la suspensión.

4.- A modo de finalización.

Este documento transmite los principales criterios y alcances, que este Servicio considera deben tenerse presente por los agentes económicos a la hora de desarrollar su giro comercial, de tal manera que se de un cabal cumplimiento tanto a la LPC como a sus normas complementarias.

De esta manera, se remite esta guía de alcances jurídicos, con el fin de contribuir al entendimiento entre la autoridad y los proveedores para lograr en conjunto, una correcta e íntegra Protección de los Derechos de los Consumidores.