


ESTACIONAMIENTOS DE VEHÍCULOS

DESCRIPCIÓN BOLETÍN 11149-03

REFERENCIA	Modifica la ley N°19.496, que Establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, en materia de regulación del cobro de servicios de estacionamiento de acceso al público
INICIATIVA	Moción de los diputados Sra. Molina y Sres. Coloma, Hasbún, Hernández, Lavín, Morales, Norambuena, Sandoval, Ulloa y Urrutia (Osvaldo)
ORIGEN	Cámara de Diputados
COMISIÓN	De Economía, Fomento y Desarrollo
INGRESO	15 de marzo de 2017
ARTICULADO	Artículo único

OPINIÓN EJECUTIVA DE LYD


En la misma línea de otros proyectos sobre la regulación de los estacionamientos, este proyecto exige un consumo mínimo para tener derecho a estacionar gratis el automóvil en un estacionamiento cuyo giro sea anexo al del centro comercial. Vincular gratuidad con consumo mínimo, cualquiera que éste sea, no es una forma adecuada de remunerar la inversión que exige la construcción de un estacionamiento.

También se propone sancionar la interpretación errada de una ley con el fin de inducir a engaño al consumidor o usuario. Debe tratarse, según el proyecto, de una interpretación dolosa para inducir la conducta del consumidor. Se sancionaría con el doble de la multa asignada a la publicidad engañosa. Pero en general, sancionar en forma específica y directa la errada interpretación de la ley es una medida inconveniente que, si se adopta, podría distorsionar todo el sistema legal 

CONTENIDO DEL PROYECTO DE LEY

Manteniendo la normativa vigente sobre estacionamientos, se agregan dos disposiciones:

–Se establece que en los malls, supermercados y establecimientos similares, habrá gratuidad hasta por una hora de estacionamiento, siempre que el usuario hubiere efectuado una compra o consumo de al menos \$6.600, acreditado con la correspondiente boleta.

–Se sanciona con multa (de hasta 1.500 UTM en caso de), al que induzca a error al usuario de un estacionamiento regido por la ley de derechos de los consumidores, respecto del texto legal relativo a sus derechos y deberes 

IV. COMENTARIOS DE MÉRITO EN GENERAL

Véanse a este respecto los comentarios al proyecto signado como boletín 11133-03, en esta misma Reseña

Legislativa (págs. 5 y siguientes) ■■■

V. COMENTARIOS ESPECÍFICOS

Establecer un período de estacionamiento gratuito en centros comerciales y similares no es una idea nueva, frente a los últimos casos motivados en la “ley de estacionamientos”. La proposición contenida en este proyecto de ley incorpora nuevos elementos, en el sentido de establecer un consumo mínimo para tener derecho a una primera hora liberada. Ese consumo sería de 0,25 UF lo que equivale actualmente a unos \$6.600 pesos.

La proposición, sin embargo, es poco práctica al hacer referencia a la UF, cuyo valor varía cada día, en lugar de utilizar la UTM, que es de

variación mensual y se mantiene estable durante todo ese período. Además de que vincular consumo con gratuidad de estacionamiento no parece una medida práctica, debe señalarse que no se tienen a la vista elementos que permitan dilucidar por qué se fijó en 0,25 UF el valor mínimo de consumo para acceder a la gratuidad.

En todo caso, la gratuidad de una hora inicial también debe examinarse desde el punto de vista de la recuperación de la inversión que fue necesario efectuar para construir el estacionamiento. El proyecto hace referencias únicamente a estacionamientos con giro anexo a

un mall o supermercado, tal como se comenta en la parte general del boletín 11133-03 en esta misma Reseña Legislativa.

Por otra parte, la multa propuesta para sancionar la publicidad engañosa consistente en alterar el contenido de un texto legal relativo a los derechos y deberes de los consumidores, se eleva a un millón y medio de pesos. Para ello se agregaría un inciso final al artículo 24 de la ley 19.496, que establece que, en caso de la infracción recién señalada, la multa se elevará al doble. La norma así redactada plantea la necesidad de determinar cuál de las multas indicadas en el artículo 24 es la que se debe duplicar para sancionar esta nueva infracción. En dicho artículo hay tres valores: 50 UTM, 750 UTM y 1.000 UTM. La primera corresponde a la sanción general por infracción a la ley 19.496 cuando no hubiere una multa específica; la segunda sanciona la publicidad falsa o engañosa y la tercera sanciona esta misma conducta cuando incide en la salud o seguridad de la población o en el cuidado del medio ambiente. Así, en principio, debería tratarse de duplicar la sanción de 750 UTM, a menos que la infracción incidiera en la salud o seguridad de la población o en el cuidado del medio ambiente, caso en el cual el máximo llegaría a 2.000 UTM.

Por otra parte, el artículo 24 vigente también ordena sancionar la reincidencia con el doble de la multa respectiva. De esta forma se sumarían la sanción del nuevo inciso final (doble de la multa por publicidad engañosa) más la eventual doble multa por reincidencia, lo que haría llegar la multa por la nueva infracción a 3.000 UTM. Tratándose de sancionar infracciones se debe cuidar la mecánica de su aplicación, para no incurrir en multas que pueden resultar desproporcionadas en relación a la infracción o

de las sanciones de otras infracciones dentro del mismo cuerpo legal.

En cuanto a la conducta misma, se trata de un caso bien específico y de difícil ocurrencia: que se intente inducir a error al consumidor mediante la interpretación de un texto legal. Se debe proceder “a sabiendas”, como señala el actual artículo 24 de la ley 19.496, lo que se ha interpretado como una exigencia de dolo directo; no se trata, entonces de cualquier interpretación errada de la ley, sino que debe estar conscientemente (“a sabiendas”) dirigida a engañar al consumidor. Al respecto, la prensa ha informado de una empresa de estacionamientos que habría interpretado el artículo 15 A de la ley 19.496 en el sentido de inducir a los usuarios a contratar el servicio de lockers para dejar en ellos sus pertenencias de valor y no al interior del vehículo. Ello se relaciona con la responsabilidad del proveedor del servicio por hurto o robo en los vehículos estacionados. De esta forma, se reduciría al mínimo el riesgo por robo o hurto al estar los objetos de valor en los lockers. En principio, la idea no es mala si nace de una decisión espontánea del usuario, lo malo sería inducirla mediante la ley o mediante una interpretación abusiva de ella.

No obstante que la exigencia de dolo directo es un resguardo importante para evitar sancionar un error jurídico (que siempre puede cometerse), el proyecto en este parte abre un campo peligroso, consistente en sancionar penal o infraccionalmente la interpretación errada de la ley. Tal interpretación solo debe tener como sanción una resolución adversa ya sea en sede civil o penal, pero no una sanción pecuniaria adicional a la condenación en costas que acompaña a las sentencias condenatorias en materia penal y a muchas en lo civil. De hecho, una interpretación errada

del derecho podría darse también en un fallo judicial. De ahí que sancionar el error en la interpretación de la norma jurídica en forma específica e independiente de lo que resuelvan los tribunales, no parece aceptable.

La proposición desde este punto de vista, no es conveniente ■■■

VI. **TEXTO** COMPARADO

PROYECTO DE LEY	LEY VIGENTE
<p><i>En el caso de estacionamientos de centros comerciales, malls, strip centers y supermercados, durante la primera hora de permanencia, el usuario estará liberado del pago exhibiendo una boleta por un monto no inferior a 0,25 UF, debidamente emitida por alguno de los proveedores de bienes o servicios presentes en la edificación principal o anexa al centro comercial que sirven a los estacionamientos. En lo demás, se regirán por las disposiciones señaladas precedentemente.</i></p>	<p>-----</p>
	<p>Artículo 24.- Las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 50 unidades tributarias mensuales, si no tuvieren señalada una sanción diferente.</p> <p>La publicidad falsa o engañosa difundida por medios de comunicación social, en relación a cualquiera de los elementos indicados en el artículo 28, hará incurrir al infractor en una multa de hasta 750 unidades tributarias mensuales. En caso de que incida en las cualidades de productos o servicios que afecten la salud o la seguridad de la población o el medio ambiente, hará incurrir al anunciante infractor en una multa de hasta 1.000 unidades tributarias mensuales.</p> <p>El juez, en caso de reincidencia, podrá elevar las multas antes señaladas al doble. Se considerará reincidente al proveedor que sea sancionado por infracciones a esta ley dos veces o más dentro del mismo año calendario.</p>

PROYECTO DE LEY	LEY VIGENTE
<p><i>En el caso de la letra g) del artículo 28, la sanción se aumentará al doble.</i></p>	<p>Para la aplicación de las multas señaladas en esta ley, el tribunal tendrá especialmente en cuenta la cuantía de lo disputado, los parámetros objetivos que definan el deber de profesionalidad del proveedor, el grado de asimetría de información existente entre el infractor y la víctima, el beneficio obtenido con motivo de la infracción, la gravedad del daño causado, el riesgo a que quedó expuesta la víctima o la comunidad y la situación económica del infractor.</p> <p>[...].</p>
<p><i>Incorpórese una nueva letra g) al artículo 28:</i></p> <p><i>“g) El contenido de un texto legal relativo a los derechos y deberes de los consumidores.</i></p>	<p>Artículo 28.- 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:</p> <p>[g)].</p>

VII. TEXTO DEL PROYECTO DE LEY

Artículo Único: Modifíquese la Ley N° 19.496 de la siguiente forma:

1.- Incorpórese un nuevo inciso final al artículo 15 A¹:

“En el caso de estacionamientos de centros comerciales, malls, strip centers y supermercados, durante la primera hora de permanencia, el usuario estará liberado del pago exhibiendo una boleta por un monto no inferior a 0,25 UF², debidamente emitida por alguno de los proveedores de bienes o servicios presentes en la edificación principal o anexa al centro comercial que sirven a los estacionamientos. En lo demás, se regirán por las disposiciones señaladas precedentemente”.

1 Artículo 15 A vigente:

Artículo 15 A.- Los proveedores que ofrezcan servicios de estacionamiento de acceso al público general, cualquiera sea el medio de pago utilizado, se regirán por las siguientes reglas:

1. El cobro de uso del servicio de estacionamiento por períodos inferiores a veinticuatro horas, se podrá efectuar optando por alguna de las siguientes modalidades:
 - a) Cobro por minuto efectivo de uso del servicio, quedando prohibido el cargo por períodos, rangos o tramos de tiempo.
 - b) Cobro por tramo de tiempo vencido, no pudiendo establecer un período inicial inferior a media hora. Los siguientes tramos o períodos no podrán ser inferiores a diez minutos cada uno.
2. Cualquiera sea la modalidad de cobro que utilice el proveedor del servicio de estacionamientos, no podrá, bajo circunstancia alguna, redondear o aproximar la tarifa al alza.
3. Los proveedores de servicio de estacionamiento podrán fijar un período de uso del servicio sin cobro, de acuerdo a sus políticas comerciales o a las condiciones de uso de dicho servicio.
4. En caso de pérdida del comprobante de ingreso por parte del consumidor, corresponderá al proveedor consultar sus registros con el fin de determinar de manera fehaciente el tiempo efectivo de utilización del servicio, debiendo cobrar, en tal caso, el precio o tarifa correspondiente a éste, quedando prohibido cobrar una tarifa prefijada, multas o recargos. En este caso, el proveedor deberá solicitar al consumidor cualquier antecedente que permita acreditar o identificar al propietario del vehículo.
5. Si, con ocasión del servicio y como consecuencia de la falta de medidas de seguridad adecuadas en la prestación de éste, se producen hurtos o robos de vehículos, o daño en éstos, el proveedor del servicio será civilmente responsable de los perjuicios causados al consumidor, no obstante la responsabilidad infraccional que corresponda de acuerdo a las reglas generales de esta ley.

Cualquier declaración del proveedor en orden a eximir o a limitar su responsabilidad por hurtos, robos o daños ocurridos con ocasión del servicio no producirá efecto alguno y se considerará como inexistente.
6. El proveedor deberá exhibir de forma visible y clara, en los puntos donde se realice el pago del estacionamiento, y en los ingresos del recinto, el listado de los derechos y obligaciones establecidos en la ley, haciendo mención del derecho del consumidor de acudir al Servicio Nacional del Consumidor o al juzgado de policía local competente, en caso de infracción.

[...].

2 UF al 15 de marzo de 2017: \$26.442,95; la cuarta parte equivale a \$6.611.

2.- Incorpórese un párrafo final al inciso segundo del artículo 24³:

“En el caso de la letra g) del artículo 28, la sanción se aumentará al doble”.

3.- Incorpórese una nueva letra g) al artículo 28⁴:

“El contenido de un texto legal relativo a los derechos y deberes de los consumidores”.



3 Artículo 24 vigente:

Artículo 24.- Las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 50 unidades tributarias mensuales, si no tuvieran señalada una sanción diferente. La publicidad falsa o engañosa difundida por medios de comunicación social, en relación a cualquiera de los elementos indicados en el artículo 28, hará incurrir al infractor en una multa de hasta 750 unidades tributarias mensuales. En caso de que incida en las cualidades de productos o servicios que afecten la salud o la seguridad de la población o el medio ambiente, hará incurrir al anunciante infractor en una multa de hasta 1.000 unidades tributarias mensuales.

El juez, en caso de reincidencia, podrá elevar las multas antes señaladas al doble. Se considerará reincidente al proveedor que sea sancionado por infracciones a esta ley dos veces o más dentro del mismo año calendario.

Para la aplicación de las multas señaladas en esta ley, el tribunal tendrá especialmente en cuenta la cuantía de lo disputado, los parámetros objetivos que definan el deber de profesionalidad del proveedor, el grado de asimetría de información existente entre el infractor y la víctima, el beneficio obtenido con motivo de la infracción, la gravedad del daño causado, el riesgo a que quedó expuesta la víctima o la comunidad y la situación económica del infractor.

[...].

4 Artículo 28 (encabezamiento)

Artículo 28.- 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:

[g)...].