

## **Análisis jurídico de las prácticas contractuales y publicitarias en la industria de los gimnasios en Chile, desde una perspectiva de derechos del consumidor**

### **Conclusiones jurídicas**

#### **1. Deber de información previa y disponibilidad de condiciones contractuales**

Puede estimarse que, en el caso de Upgrade (Pacific), existiría un déficit de información previa al consumidor, en la medida que el estudio constató que el contrato y el reglamento interno no se encontraban disponibles antes de la afiliación, ni en visitas presenciales ni a través de plataformas digitales al momento de la revisión. Esta práctica podría resultar incompatible con el derecho del consumidor a recibir información veraz y oportuna sobre los bienes y servicios ofrecidos, reconocido en el artículo 3 letra b) de la LPC, al impedir que las personas conozcan anticipadamente condiciones como duración del plan, reglas de término, penalidades y cobros asociados. En aquellos casos en que la contratación se realice por medios electrónicos o a distancia, esta misma omisión podría, además, ser evaluada a la luz del artículo 12 A de la LPC, que exige un acceso previo claro e inequívoco a las condiciones generales del contrato.

#### **2. Déficit deber de información derivado de estructuras soportes contractuales**

Respecto de Energy Fitness Club, puede estimarse que la utilización de soportes contractuales fragmentados, en la que el contrato principal incorpora y remite a múltiples documentos, concentrando reglas relevantes en un reglamento interno extenso y modificable, podría generar un riesgo informacional para el consumidor. Esta configuración podría dificultar la comprensión efectiva de los derechos y obligaciones asumidos al momento de contratar, tensionando el estándar de información exigido por el artículo 3 letra b) de la LPC.

#### **3. Penalidades por término anticipado y cargas económicas relevantes**

En el caso de SmartFit, particularmente en relación con el denominado Plan Black, puede estimarse que el diseño contractual descrito en el estudio, que contempla una vigencia anual, renovación automática y la aplicación de penalidades económicas relevantes en caso de término anticipado, podría ser

objeto de análisis conforme al régimen de cláusulas abusivas en contratos de adhesión previsto en el artículo 16 g) de la LPC, en la medida que generen un desequilibrio importante en perjuicio del consumidor.

#### **4. Término y devolución de lo pagado**

En relación con Sportlife, y considerando que el estudio solo logró acceder a su reglamento, el cual se presenta como parte integrante del contrato individual, puede estimarse que las reglas extremadamente restrictivas para el término del contrato y la devolución de lo pagado, podría ser evaluada como un riesgo de desequilibrio contractual relevante, susceptible de análisis bajo el artículo 16 g) de la LPC.

#### **5. Limitaciones de responsabilidad**

En los contratos y reglamentos de Energy Fitness Club, SmartFit y Sportlife, el estudio describe cláusulas y prácticas orientadas a trasladar al consumidor la responsabilidad por robos, pérdidas de pertenencias y daños a la salud derivados del uso de las instalaciones, limitando o excluyendo ampliamente la responsabilidad del proveedor que podrían tensionar el principio de irrenunciabilidad anticipada de los derechos del consumidor, consagrado en el artículo 4 de la LPC, y, adicionalmente, ser examinadas a la luz del control de abusividad del artículo 16 de la LPC.

#### **6. Brecha entre publicidad, condiciones ofrecidas y exigibilidad contractual**

Finalmente, puede estimarse que la brecha identificada por el estudio entre los mensajes publicitarios utilizados por las cadenas de gimnasios, centrados en flexibilidad, beneficios y facilidad de acceso, y las reglas contractuales efectivamente aplicadas en materia de duración, renovación automática, término y penalidades, podrían estimarse como infracción al artículo 12 28 de la LPC.