

El deber de informar y la información como activo de la empresa

● POR SOLEDAD GARCÍA FARIÑA, BOUTIQUE LEGAL SERVICES

Actualmente, y cada vez con mayor frecuencia, se requiere de los actores del mercado la conducción de sus negocios conforme el principio de buena fe. La buena fe supone, entre otros aspectos, deberes de información a efectos de que se conozca y represente con exactitud la realidad de hecho o de derecho sobre la que las partes pretenden celebrar y ejecutar un contrato. En este sentido, de la buena fe se deriva un deber de veracidad que consiste en hacer saber a la otra parte ciertos hechos susceptibles de influir sobre su decisión.

Así, el deber de informar se justifica en la protección de los siguientes intereses:

- La libertad contractual, en el sentido de libertad de decisión.
- La lealtad contractual, en virtud de la cual se estima que las partes deben comportarse de forma honesta durante la negociación y ejecución del contrato.
- La protección general del mercado, específicamente la promoción de su transparencia.

La información como bien económico

El término bien se utiliza para nombrar cosas que son útiles a quienes las usan o poseen por la satisfacción de una necesidad que producen. Son aquellos bienes por los que un sujeto está dispuesto a realizar un determinado sacrificio y, por definición, son limitados.

En este entendido, la información supone claramente un bien económico en tanto coloca a aquel que la posee en una situación de ventaja frente a otro, por lo que cualquier sujeto está dispuesto a hacer un sacrificio o invertir recursos para su obtención.

Límites al deber de información

Así, sin perjuicio del mencionado principio de buena fe y en el entendimiento que la información supone un bien económico para el que la posee, no es claro que siempre se deba dar respuesta a las peticiones expresas de información de la contraparte en un contrato. Precisamente, es necesario hacer referencia a dos

tipos de limitaciones aplicables en términos generales al deber de informar.

a. Limitaciones fácticas. Pueden exponerse en términos de costos y de lo que se llama racionalidad imperfecta que significa que las personas no siempre pueden utilizar adecuadamente la información que se les suministra por carencias propias del sujeto que recibe la información.

b. Limitaciones normativas, puesto que la vocación del derecho no ha sido jamás, ni lo es, convertir a los agentes jurídicos en incapaces. Por lo mismo, si en los hechos la parte más débil puede, fácilmente, conseguir la información, no se ve por qué debería asignarle a la otra parte el deber de proporcionarla.

Finalmente, pero no menos importante, otra limitación —no vinculada con ninguna de las dos categorías anteriores— es que en una economía de mercado es necesario remunerar la investigación y el conocimiento ya que,



por regla general, la parte que dispone de mayor información debe ser capaz de poder aprovecharse de ella, aún en detrimento de la que tiene menos. Esto se justifica precisamente en que la información es un bien económico, un activo de cada persona física o jurídica.

Así, Gómez Calle¹ sigue la distinción antes mencionada y se refiere a fundamentos jurídicos y fundamentos económicos del deber de informar y también de sus limitaciones. El fundamento jurídico, desde su perspectiva del deber de informar, es la buena fe, entendida en términos objetivos. Los deberes de información tendrían, entonces, una finalidad protectora de la parte que se encuentra en una posición más débil.

El fundamento económico del deber de informar, pero también de sus limitaciones, es el de potenciar la inversión en la adquisición y difusión de información socialmente útil. Con este fundamento se limitan las exigencias que, en términos de suministro de información, plantea la buena fe a las partes durante la negociación de un contrato. Esto significa que autores como Gómez Calle parten de la consideración de la información como bien económico y desde su propia definición como tal limitan las exigencias de la buena fe del deber de informar.

Gómez Calle desarrolla el fundamento económico a través de una serie de distinciones y concluye: "Cuando la obtención de una información es igualmente costosa para ambas partes y solo una de ellas realiza la inversión precisa a tal fin, debe permitírsele aprovecharse de sus beneficios si implica un aumento del valor de la cosa a que se refiere, por lo que esta parte debe quedar liberada del deber de dar a conocer la información a otro contratante".

Conclusiones

Para determinar las condiciones bajo las cuales surge el deber de informar es necesario tener presente que existen múltiples intereses cuya protección se justifica así, por ejemplo, la libertad contractual, la lealtad contractual y la protección general del mercado.

Sin embargo, el deber de informar debe ser ponderado conjuntamente con:

- El principio de autorresponsabilidad, en virtud del cual se asume que cada persona debe negociar sus contratos con diligencia, protegiendo sus propios intereses y, por lo tanto, procurándose toda información relevante.
- La seguridad jurídica, según la que aspira que los contratos mantengan su eficacia no obstante el error en que pueda haber incurrido una de las partes.

- La conveniencia de crear incentivos para que las personas adquieran y utilicen la información de que disponen, permitiéndoles apropiarse de los beneficios económicos que produce dicha información, lo que durante la negociación de un contrato, implica justamente no revelar cierta información a la otra parte.

Es necesario, entonces, encontrar en esta materia el punto de equilibrio para ponderar todos los intereses mencionados anteriormente.

1 Gómez Calle, E. *Los deberes precontractuales*, La Ley, Madrid, 1994, pp. 12-26. citado en De La Maza Gazmuri, Iñigo (2009), *Los límites del deber precontractual de información (tesis doctoral)*. Universidad Autónoma de Madrid, Madrid.