

LA PROTECCION DEL CONSUMIDOR EN PRODUCTOS O SERVICIOS INMOBILIARIOS EN EL PERU. CRITERIOS JURISPRUDENCIALES DEL INDECOPI COMO ORGANISMO NO JURISDICCIONAL DE PROTECCION A LA VIVIENDA DIGNA COMO UN DERECHO HUMANO

Esteban Carbonell O'Brien

Doctor en Derecho por la Universidad de Castilla la Mancha, España. Maestría en Derecho Constitucional por la Universidad de Castilla La Mancha, España. Maestría en Justicia Constitucional por la Universita di Bologna, Italia. Presidente de la Asociación de Protección al Usuario-APU. www.prousuuario.org

Resumen: *En este artículo analizaremos lo que es el derecho del consumidor y la protección de ellos en los servicios inmobiliarios, el cual se encuentra regulado en el código de protección y defensa del consumidor, además de otras instituciones como el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. También se dará un análisis comparativo del Perú con los otros países respecto a la protección del consumidor y analizaremos jurisprudencia de la sala especializada de protección del consumidor sobre casos que se han resuelto en materia de servicios inmobiliarios.*

Abstract: *In this article we will analyze what the consumer is and their protection in real estate services, which is regulated in the consumer protection and defense code. In addition to making a comparative analysis of Peru with the other countries regarding consumer protection.*

Palabras Claves: *Consumidor, Protección, Mercado, Contratos, Bienes, Inmuebles, Compra y Venta, Inmobiliario y Proveedor.*

Keywords: *Consumer, Protection, Market, Contracts, Goods, Real Estate, Purchase and Sale, Real Estate and Supplier.*

SUMARIO: *I. Mercado inmobiliario II. Servicios inmobiliarios III. . El consumidor inmobiliario V. Productos y servicios inmobiliarios en el Perú VI. Instituto Nacional de defensa de la competencia y de la protección de la propiedad intelectual, INDECOPI VII. El mercado de la intermediación inmobiliaria comparada VIII. Jurisprudencia emitida por la Sala Especializada en Protección al Consumidor en servicios inmobiliarios. IX. Conclusiones X. Bibliografía.*

INTRODUCCIÓN

Muchas veces hemos sido parte de una relación de consumo, hemos sido consumidores de productos y servicios que se ofrecen diariamente en el mercado; sin embargo, hay experiencias en las cuales uno, como consumidor, recibe, producto de una operación económica, un bien o servicio que no es el deseado o que no cumple las expectativas por las que incentivan su compra o adquisición; experiencias que sólo generan malestar e impotencia por parte de los consumidores frente a los proveedores.

En efecto, estas situaciones pueden surgir, entre otros factores, por la falta de información por parte de éstos; y, si al no brindarla en el tiempo pertinente, el consumidor realiza una operación de consumo inadecuada, diferente a la buscada. Este fenómeno es denominado “Asimetría informativa”. Este factor es importante a destacar, pues, como veremos más adelante, cumple un rol esencial para el buen funcionamiento del mercado. Sólo con un consumidor bien informado,

la dinámica de las transacciones económicas crecería y se realizaría una asignación eficiente de los recursos. (Morales, 2009, pág. 183)¹.

Por otro lado en los últimos años se ha visto un crecimiento económico en la economía peruana. Siendo este crecimiento desarrollado en los diversos sectores económicos, como también se puede apreciar que el sector inmobiliario ha generado mayor impacto para mejorar el bienestar de los consumidores.

Siguiendo con este enfoque consideramos que el incremento de las transacciones comerciales se vio involucrada por la compra y venta de bienes inmuebles, aunque ésta debiendo ser controlada por las entidades competentes de dicho mercado. Sin embargo dicho control solo se tenía regulado por el decreto legislativo 716°, ley de protección al consumidor del año 1991, sin embargo esta normativa no presentaba una regulación específica para las actividades comerciales enfocándonos en el sector inmobiliario, ya que regulaba de manera genérica las sanciones o infracciones que se darían en estas relaciones de consumo.

Es así, que en el año 2009, se publica el decreto supremo 006-2009, “texto único ordenado de la ley del sistema de protección al consumidor”, pero aun con esta normativo, no se dio una expresa y específica regulación es las relaciones de consumo.

Por ello en el año 2010, se dio una Ley 29571, Ley de protección y defensa del consumidor (lo que se llamaría después, el código del consumo), el cual representa la primera codificación para regular la protección al consumidor y las relaciones que en ellas se genere. Esta ley, deroga las anteriores mencionadas, tomando una normativa competa incluyendo regular en el sector inmobiliario, que es en lo que se centrará este artículo, siendo que este cuerpo normativo cubre el vacío de nuestra actual Constitución Política de 1993 que no reconoce de manera explícita, el derecho a la vivienda digna. Sin embargo, debemos mencionar que el Art. 3 y la Cuarta Disposición Final y Transitoria de la citada Carta Magna avala dicho derecho fundamental en función al Art. 25 de la Declaración Universal de Derechos Humanos que reconoce el derecho de toda persona a un nivel adecuado de vivienda. Asimismo, el Art. 11.1 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales reconoce dicho derecho y además obliga a los Estados a adoptar medidas apropiadas para asegurar la efectividad de este derecho.

I. MERCADO INMOBILIARIO

Según Philip Kotler mercado es un “Conjunto de compradores reales y potenciales de un producto. Estos compradores comparten una necesidad o un deseo particular que se puede satisfacer mediante una relación de intercambio”. Podemos decir entonces que el “Mercado Inmobiliario” es un conjunto de compradores potenciales con el propósito de adquirir, vender o usufructuar un bien inmueble mediante una negociación con el vendedor. Conceptualmente el mercado inmobiliario se puede definir como el mercado de las operaciones inmobiliarias donde se proyecta, desarrolla, construye, promociona, avalúa, financia, administra, intermedia y comercializa bienes inmuebles, que contribuyen al desarrollo económico de la nación. (Kotler, 2014)

Existen dos tipos de mercado inmobiliario:

1. El mercado inmobiliario construido; que es el mercado de la vivienda, sea ésta nueva o usada.
2. El mercado inmobiliario no construido; que básicamente son los terrenos, dirigidos a los inversores o promotores inmobiliarios con la finalidad de construir proyectos inmobiliarios de bien futuro habitacionales, comerciales o simplemente dirigirlos para la industria.

¹ MORALES ACOSTA, Alonso. Asimetría informativa. Ob. Cit. SALAS BALDERRAMA, Rodolfo. “*algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado*”. Lima 2009: Foro Jurídico.p.183.

En el Perú, la intermediación inmobiliaria en el mercado inmobiliario está íntimamente vinculada al mercado inmobiliario urbano llámese a las viviendas, oficinas, playas de estacionamientos, locales comerciales y naves industriales; así como también a los terrenos sin construir. Pero que sin embargo se vinculan terrenos rurales con fines de inversión para su posible cambio de zonificación y uso para que ingresen al mercado inmobiliario urbano o industrial para su explotación económica vía el tráfico inmobiliario.²

II. SERVICIOS INMOBILIARIOS

Son aquellos servicios relacionados con la gestión de la propiedad, el marketing, la valoración de los bienes inmobiliarios y las inversiones junto con la provisión de servicios profesionales de organización y control en el uso inmobiliario, la inversión y promoción.

Cuando hablamos de servicios inmobiliarios nos referimos a la venta de inmuebles, como un departamento o una casa, las cuales las ofrecen los proveedores inmobiliarios a través de una empresa inmobiliaria o una constructora.

En tanto para adquirir unos servicios inmobiliario debemos tener en cuenta:

1. Comparar todas las opciones que brindan la inmobiliaria y las diversas formas de financiamiento.
2. Verificar si tiene las características que el consumidor desea, cuando e trate de vienes ya construidos.
3. Solicitar información sobre los detalles de la constructora o empresa inmobiliaria, para verificar si el consumidor está conforme con lo que le ofrecen.
4. Revisar el número de ficha o tomo de inscripción en los registros públicos, lo cual es un requisito indispensable para comprar o vender un inmueble.
5. Los periodos de garantía del inmueble son establecidos por el proveedor dependiendo del bien inmueble que se trate, y las estructuras de construcción tienen una garantía de diez años contados desde la emisión del certificado municipal de finalización y recepción de la obra.

III. EL CONSUMIDOR INMOBILIARIO

Según Arthur Okum que plantea una teoría de mercados de subasta y mercado de consumo, nos dice que: en el mercado de consumo , los bienes y servicios no son estandarizados, por lo cual el consumidor se pregunta si puede conseguir a otro proveedor por el mismo bien que quiere consumir; esto nos lleva a la conclusión que las relaciones de consumo de permanente conformación (nacen casi de manera espontánea) deben llevar a relaciones de consumo de duradera existencia (ni el proveedor ni el consumidor pueden darse el lujo de perder uno al otro).El mercado inmobiliario califica en la anteriormente referida teoría de los mercados de consumo.

En efecto, el proveedor inmobiliario suele ser un agente inmobiliario quien se ve amenazado, por un lado, por la creciente competencia de los agentes inmobiliarios informales y, por otro, por el tradicional desdén de los vendedores, los compradores y demás partícipes del negocio inmobiliario de contactar a uno de ellos para su operación. Cuando dicho proveedor inmobiliario no es un agente inmobiliario, sino simplemente el titular del bien, lo acecha el ímpetu de conseguir un cliente para cerrar la transacción.

Sin embargo, el consumidor inmobiliario suele ser una persona natural o una persona jurídica que, desconociendo la complejidad de la actividad inmobiliaria, subestima los alcances de la transacción y se somete entonces a un mundo desconocido, donde actúa más por intuición que por conocimiento, por lo cual desea no dejar pasar la oportunidad cuando esta real o aparentemente se le presenta ante sí.

² KOTLER KOTLER, Philip. “*Fundamentos de Marketing*”. 8º Editorial: Prentice Hall. México 2014.

En ese orden de ideas y dada la natural asimetría informativa a favor del proveedor inmobiliario, corresponde pues al consumidor inmobiliario actuar diligentemente y acceder a la información que resulte pertinente para la operación inmobiliaria en la cual se ve inmerso, la cual no sólo es de orden general (como los datos de los intervinientes) sino también de orden legal (como el proceso de titulación) y técnico (como los materiales empleados en la construcción), de lo cual nos ocuparemos en el siguiente acápite.³ (Macaulay, 2008)

IV. PRODUCTOS Y SERVICIOS INMOBILIARIOS EN EL PERÚ

En el año 2007 se produjo una crisis hipotecaria que puso en desequilibrio económico a Estados Unidos lo cual se vio afectada en las actividades inmobiliarias a nivel internacional. Sin embargo, en el Perú la economía con respecto al sector inmobiliario iba creciendo, con zonas top en la ciudad de Lima que van desde el centro financiero de San Isidro hasta la zona comercial de La Victoria y es que en estos tiempos, la actividad económica se ve reflejada en también en el crecimiento de las relaciones que se dan en el sector inmobiliario, generando una expansión a nuestra economía.

En el Perú la actividad inmobiliaria ha replanteado lo tradicional de los derechos reales, tomando en cuenta algunas antiguas instituciones como el derecho de superficie, e integrando unas nuevas instituciones como la multipropiedad y aproximándose a modernas figuras contractuales como los contratos de leasing inmobiliario, lease-back inmobiliario, shopping center, management inmobiliario, real estate service y real estate consulting, así como los contratos de engineering y B.O.T. (build, operate and transfer) en modalidades llave en mano, a suma alzada, etc.

Lo anterior nos señala que la actividad inmobiliaria se engloba en una actividad más compleja y entonces la asimetría informativa es potencialmente más aguda, de ahí que el Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley N° 29571) se preocupe en regularla, en el Capítulo IV (Productos o servicios inmobiliarios) dentro del Título IV (La protección del consumidor en productos o servicios específicos), dedicándole cinco artículos: 76 (Protección del consumidor en contratos inmobiliarios), 77 (Información mínima en el proceso de compra), 78 (Información mínima del contrato de compraventa), 79 (Obligación de saneamiento del proveedor) y 80 (Servicio posventa). Asimetría informativa

Para comprender qué es asimetría informativa, tomemos prestado la definición de Morales Acosta quien postula que: “la Asimetría Informativa es una característica intrínseca a cualquier transacción económica (e incluso a otros aspectos sociales), en tanto que siempre en un intercambio de bienes y servicios habrá un actor mejor informado que otro. En efecto, dicho actor suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado, lo que genera que ciertas prácticas puedan distorsionar excepcionalmente el buen funcionamiento del mismo.”⁴

En términos económicos, la Asimetría informativa genera costos de transacción en el mercado, los cuales deben entenderse como aquéllos en los que las partes deben incurrir para llegar a celebrar un contrato que satisfaga de la mejor manera posible sus intereses, tendiendo así a maximizar la utilidad social”

1. El deber de información en la regulación del producto y servicio inmobiliario

Estando de acuerdo con Iparraguirre Gianfranco, señala que: El deber de información es una de las principales obligaciones de los proveedores de productos y servicios en el mercado peruano y, a su vez, uno de los derechos más importantes que ostentan los consumidores al momento de

³ MACAULAY GILMORE, Stewart. “El impacto del Derecho de los Contratos en la Economía”. En: Revista de Economía y Derecho. Lima, Sociedad de Economía y Derecho de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2008, Volumen 5, N° 18, p. 34.

⁴ MORALES ACOSTA, Alonso. Asimetría Informativa. 2009 Recuperado en: http://www.teleley.com/articulos/art_290507.pdf, p.5.

iniciar una potencial relación de consumo. Así, en términos generales dicho “deber de información” obliga a los proveedores en el mercado a brindar a los consumidores toda la información relevante y de manera oportuna para que estos puedan tomar una decisión o elección de consumo de acuerdo con sus expectativas e intereses, y también para el correcto uso o consumo de los productos que adquieren o de los servicios que contratan.

Ahora bien, además de las disposiciones generales sobre el denominado “deber de información”, contenidas en el Código de Consumo, en materia de la regulación de los productos y servicios inmobiliarios se han establecido obligaciones específicas.

Dentro de estas obligaciones específicas se encuentra en el artículo 76 del Código de Consumo, aquella referida a la obligación de brindar al consumidor en los contratos inmobiliarios que suscriba con los consumidores la información sobre las características físicas y técnicas del inmueble que se encuentra adquiriendo (área del inmueble, distribución del inmueble, materiales de construcción, acabados), así como la información legal que permita brindarle al consumidor la seguridad de que efectivamente el proveedor del servicio inmobiliario contará con las inscripciones y autorizaciones correspondientes para la construcción y/o venta de este (habilitación urbana, autorizaciones municipales, inscripciones registrales del terreno, declaratoria de fábrica o de edificación, reglamento interno, independización).

Al respecto, si bien la redacción de este artículo es poco precisa en cuanto a la determinación exacta de la documentación que el proveedor deberá brindar para cada tipo de producto inmobiliario que ofrezca en el mercado (lotes o edificaciones, por ejemplo), presenta como primera exigencia la obligación de brindar información relevante al consumidor sobre el bien que desea adquirir.

Por otra parte, cabe señalar que la falta de precisión en el artículo antes mencionado busca ser superada con la inclusión de los artículos 77 y 78, respectivamente, del antes mencionado cuerpo normativo, los cuales se entiende complementan a las obligaciones establecidas en el artículo 76, intentando suplir esa falta de precisión en el mandato contenido en este último, buscando precisar aquella información que el proveedor de productos y servicios inmobiliarios deberá brindar a los consumidores durante el proceso de compra del inmueble —circunstancia que implica la etapa previa a la suscripción del contrato— y los elementos mínimos que deberá contener el contrato que eventualmente se suscriba por la adquisición del referido inmueble.

En consecuencia, como señalamos previamente, el Código de Consumo ha regulado el deber de información del proveedor de productos y servicios inmobiliarios a través de los mencionados dispositivos legales, estableciendo un listado de información que deberá ser entregada por dicho proveedor a los consumidores durante el proceso de adquisición de un bien inmueble. Cabe señalar que el referido listado de información, principalmente técnica y legal que deberá ser entregada por el proveedor, puede ser complementada por información adicional que sea considerada por el proveedor como relevante para la contratación del bien ofrecido. (Iparraguirre, 2010)⁵.

2. El deber de idoneidad en la regulación del producto y servicio inmobiliario

Según Salas Valderrama, Rodolfo nos dice que, el deber de idoneidad, por su lado, refiere a que los proveedores deben entregar los bienes y prestar los servicios tal cual como ellos se comprometieron por medio de su oferta. La justificación de este deber es que si propuso una oferta en el mercado, la que fue más atractiva para los consumidores entre todos sus competidores, debe ser cumplida a cabalidad, puesto que, hubo un factor determinante en la oferta que los hizo inclinarse por ella. Por ejemplo, imaginemos el caso de la venta de calzados y uno de los proveedores, en su oferta al mercado, enfatiza una mejor calidad que la de sus competidores, en este caso, según

⁵ IPARRAGUIRRE ROMERO Gianfranco. *La regulación de protección al consumidor en los productos y servicios inmobiliarios del Perú*. Lima 2010: Circulo de Derecho Administrativo. pp. 132-141.

el deber de idoneidad, “el proveedor sí tiene el deber de cumplir con el nivel de calidad a que se comprometió en su oferta.

Los productos o servicios deben responder a los usos y fines para los cuales fueron fabricados o ideados, de acuerdo a lo que esperaría un consumidor razonable. Por tanto, el deber de idoneidad consiste en que el proveedor es responsable por la correspondencia entre la calidad ofertada y la calidad que recibe el consumidor en su adquisición”. Por tanto, existe un supuesto de falta de idoneidad cuando no existe coincidencia entre lo que el consumidor espera y lo que el consumidor recibe, naturalmente lo que el consumidor (razonable) espera depende de la información y la calidad que el proveedor le ha brindado. (Morales, 2009, pág. 190)⁶.

V. EL ROL DEL INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL- INDECOPI.

Siendo el INDECOPI un organismo que posee como una de sus funciones, la aplicación de las normativas con el objeto de proteger a los consumidores y los servicios inmobiliarios. Por tanto, establece el derecho del consumidor de acceder a la información transparente y documentos que acrediten toda información relevante sobre los productos o servicios inmobiliarios, que este consumidor quiera obtener, siendo obligación del proveedor proporcionarle tal acervo relevante.

1. Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento El Ministerio de Vivienda, Construcción y Saneamiento es una institución del estado encargado de administrar servicios de arrendamiento, comercialización, asesoramiento, registros de agentes inmobiliarios, ventas, transferencias, usufructo, permuta entre otros servicios inmobiliarios que recaigan algún derecho sobre él. , esto quiere decir que la intermediación inmobiliaria está establecida en la normativa peruana el cual está a cargo de este ministerio, siendo acreditado por el Estado.
2. Para ello, la ley 29080 regula que el agente inmobiliario registrado es aquella persona que está reconocida por el Estado peruano, siendo esta natural o jurídica que realiza actividades inmobiliarias a cambio de un beneficio o retribución económica.

VI. JURISPRUDENCIA EMITIDA POR LA SALA ESPECIALIZADA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR EN SERVICIOS INMOBILIARIOS

Desde que entra en vigencia el código de protección del consumidor, la sala especializada en protección al consumidor del tribunal del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, conocida como INDECOPI, han emitido una gran cantidad de resoluciones en los años 2006 al 2019 en materia de productos y servicios inmobiliarios. Ahora bien, presentaremos resoluciones emitidas en los tres últimos con respecto a materia de productos y servicios inmobiliarios, referida a la sala de protección al consumidor en la cual presenta algunos criterios y datos importantes que mencionaremos:

⁶ MORALES ACOSTA, Alonso. . Asimetría informativa. Ob.Cit SALAS BALDERRAMA, Rodolfo. "Algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado. Lima 2009: Foro Jurídico. p. 190

RESOLUCIÓN	MATERIA	SANCIÓN	CRITERIO
145-2017/SPC	Deber de Idoneidad y Deber de informacion	6,4 UIT	Se confirma la resolución venida en grado, que halló responsable a Menorca Inversiones S.A.C. por infracción del numeral 1 del artículo 77° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haber quedado acreditado que omitió brindar información en el proceso de compra a los consumidores sobre la identificación del representante legal, así como la cantidad de unidades inmobiliarias de los proyectos "San Antonio de Carabayllo", "San Antonio de Carabayllo 2", "San Antonio de Carabayllo 3", "San Antonio de Carabayllo 4", "San Antonio de Carabayllo 5 – Las Praderas", "San Antonio de Carabayllo 6 – El Boulevard", "San Antonio de Carabayllo 7 – Las Cascadas"; y, "Los Molinos", durante el proceso de compra en el año 2014.
532-2017/SPC	Deber de idoneidad- incumplimiento de los compromisos contractuales	3 UIT, por la falta de entrega de las áreas verdes y alamedas de la Casa Club Recrea Los Nogales. - 2 UIT, por la falta de construcción de veredas.	Se confirma la resolución venida en grado, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Edificaciones y Construcciones El Agustino S.A.C. por infracción de los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor; al haberse acreditado que (i) no cumplió con entregar las áreas verdes y alamedas del proyecto inmobiliario "Casa Club Recrea Los Nogales"; y, (ii) no cumplió con construir veredas para los transeúntes pese al tránsito de vehículos que salen de los cuatro sótanos. Asimismo, se revoca la resolución apelada, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Edificaciones y Construcciones El Agustino S.A.C. por infracción de los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor; y, reformándola, se declara infundada la misma, al haberse acreditado que no ofreció a los denunciantes la instalación de toboganes en las piscinas de adulto y niños. Por tanto, se deja sin efecto la sanción impuesta de dos (2) UIT como consecuencia de la presente infracción revocada y la medida correctiva ordenada por este extremo. Por otro lado, se revoca la resolución recurrida, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Edificaciones y Construcciones El Agustino S.A.C. por infracción de los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, respecto a la instalación de ascensores que presentaron averías; y, reformándola, se declara improcedente la misma, al haberse acreditado que se subsanó la conducta infractora antes de la notificación de la imputación de cargos.
654-2017/SPC	Idoneidad en el servicio	4,3 UIT 1 UIT: por la falta de instalaciones de agua caliente 3 UIT: por la falta de obtención de la declaratoria de fábrica 0,3 UIT: por la falta de reposición del caño	Se confirma la resolución venida en grado que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Villa Club S.A. por infracción de los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que ha quedado acreditado que: (i) no cumplió con entregar al denunciante un inmueble con instalaciones de agua caliente; (ii) no obtuvo la declaratoria de fábrica del inmueble adquirido por el denunciante; y, (iii) no cumplió con reponer el caño ubicado en la parte externa del inmueble del denunciante. De otro lado, se revoca la resolución venida en grado que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Villa Club S.A. por infracción de los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en los siguientes extremos: (i) no habría cumplido con adoptar las medidas necesarias para evitar que se produjera un hurto en el inmueble del denunciante; y, (ii) no habría cumplido con arreglar el gras dañado del inmueble del denunciante; y, reformándola, se declara infundada, toda vez que no se encuentra acreditado que la denunciada haya incurrido en incumplimiento respecto de dichos hechos.

15-2018/SPC	Deber de idoneidad-desperfectos despues de la entrega	2 UIT, por la existencia de rajaduras en el techo del segundo piso. 2 UIT, por la existencia de rajaduras en las uniones de las paredes de los pisos de la vivienda. 2 UIT, por la imposibilidad de abrir la puerta del baño. 1 UIT, por la imposibilidad de abrir la puerta del patio.	Se confirma la resolución venida en grado en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Llaxta S.A.C., por infracción del artículo 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, toda vez que quedó acreditado que la empresa puso a disposición de la denunciante un inmueble que presentaba las siguientes deficiencias: existencia de rajaduras en el techo ubicado en el segundo piso del inmueble; existencia de rajaduras en las uniones de las paredes del primer con el segundo piso así como de este con la azotea que generaban filtraciones de agua hacia el interior del inmueble; imposibilidad de abrir por completo la puerta del baño del primer piso, ya que se lo impedía una ventana mal colocada; e, imposibilidad de abrir por completo la puerta que daba al patio, ya que se lo impedía un punto de foco de luz.
327-2018/SPC	Deber de idoneidad	5 UIT	Se confirma la resolución venida en grado en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta por los señores Daniel Ayala Angulo y Rayna Isaura Travezaño de Ayala contra Los Portales S.A., por infracción de los artículos 18° y 19° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haber quedado acreditado que la denunciada no cumplió con entregar a los denunciantes un lote dentro de una urbanización cerrada y exclusiva, conforme a lo que fue informado
2868-2018/SPC	Deber de informacion	2,50 UIT – por omitir informar a la consumidora sobre las restricciones y obligaciones que asumiría al adquirir el bien inmueble. 0,50 UIT – por omitir informar que el abono realizado por concepto del 5% del valor total de terreno constituían arras.	Se confirma la resolución venida en grado, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Inmobiliaria Esperanza Real S.A., por infracción del artículo 76.2° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto la denunciada omitió informar a la consumidora sobre las restricciones y obligaciones que asumiría al adquirir el bien inmueble. Por otro lado, se confirma la resolución venida en grado, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Inmobiliaria Esperanza Real S.A., por infracción del artículo 76.2° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, en tanto la denunciada omitió informar a la denunciante que el abono realizado por concepto del 5% del valor total de terreno constituían arras; y, que en caso incumpliese dicho pago, se le aplicaría una penalidad.
180-2019/SPC	Deber de informacion	8 UIT	Se confirma la resolución impugnada, modificando fundamentos, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Corporación Casanni S.A.C., por infracción de los artículos 76° y 78.1° del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado que el proveedor no cumplió con informar al consumidor sobre: (i) el área total del estacionamiento y su ubicación; (ii) áreas y servicios exclusivos y comunes; (iii) situación del proceso de habitación urbana o anteproyecto de arquitectura; (iv) autorizaciones municipales; y, (v) fecha de entrega del inmueble y fecha de independización para obtener la escritura pública.
2566-2019/SPC	Deber de informacion - entrega documentaria	2 UIT	Se confirma la resolución de primera instancia, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra Inmobiliaria Esperanza Real S.A., por infracción de los artículos 76° y 77.2 del Código de Protección y Defensa del Consumidor. Ello, en tanto quedó acreditado que no cumplió con entregar a los denunciantes, de manera previa a la suscripción del contrato de compraventa, la información referida a la: (i) partida registral del lote; (ii) personería jurídica del proveedor y la vigencia de poderes de su gerente; y; (iii) copia de la resolución de Gerencia de la Municipalidad Distrital de Joya que autorizaba la construcción y venta de lotes (licencia de edificación)
2636-2019/SPC	Deber de idoneidad	6 UIT	Se confirma la referida resolución, en el extremo que declaró fundada la denuncia interpuesta contra RB Edificaciones S.A.C. por infracción del artículo 80° literales c) y d) del Código de Protección y Defensa del Consumidor, al haberse acreditado que puso a disposición de los denunciantes un servicio de atención posventa no idóneo, pues brindó respuestas evasivas sin brindar solución a los requerimientos de los denunciantes.

VII. CONCLUSIÓN

La protección de los consumidores y usuarios debe ser una tarea fundamental en una economía social de mercado. No puede entenderse un sistema económico sin la importante participación activa de los agentes de mercado. Sin embargo, hemos visto, a lo largo del ensayo, que los consumidores poseen una cierta vulnerabilidad cuando se interrelacionan con los proveedores, los otros agentes económicos claves del mercado; ya sea por una falta de información por parte de éstos a aquéllos, y por ende evitan una adecuada decisión de consumo, o ya sea, por la falta de coincidencia entre lo que el proveedor ofrece y lo que realmente el consumidor adquiere, vulnerándose así los deberes de información y de idoneidad, respectivamente. Una falta de educación lo cual es una necesidad imperiosa, a fin de evitar se presenten distorsiones en el mercado, que afecten la libre de circulación de bienes y servicios.

Este contexto de asimetría, si no es regulada, traería repercusiones fatales para el mercado y la economía de la sociedad. En efecto, habría consumidores que, si no se informan, adquirirían bienes o servicios no deseados y habría proveedores que se aprovecharían de ellos por estar en mejor posición de conocer el proceso productivo o los atributos de los productos y servicios que ofrecen en el mercado.

Consecuencia de ello, es decir, con la mala asignación de recursos en sus transacciones económicas o, si se quiere ver así, una decisión de consumo ineficiente, la economía se vería distorsionada, lejana de la que sería la correcta si se contara con el bien de mayor valor en el mercado, y que a nuestro juicio es: una idónea y suficiente información.

Por ello, las Normas de Protección del Consumidor, en primer término, el Decreto Legislativo N° 716 y el reciente y vigente Código de Protección al Consumidor, que reemplaza a las anteriores normas en materia de consumo, busca subsanar estos problemas relevantes. Siempre incentivar, como uno de sus principales motores, obtener consumidores informados para realizar decisiones de consumo conforme a sus intereses, y proveedores que cumplan con su rol de informar, los que al querer captar consumidores informados, mejorarán la calidad de sus productos y servicios, bajo el marco del libre juego de la oferta y demanda (Morales, 2009, pág. 192).⁷

Como también el Código de consumo regula tantas actividades referidas a financiamientos, salud, seguridad, publicidad, servicios, entre otros, todo ello con el objetivo de proteger los derechos de los consumidores, fomentando la libre elección, dentro de un marco de libre competencia y como también la información transparente. Es por ello, que en sus articulados dedica un capítulo a las operaciones de consumo respecto a servicios inmobiliarios, a fin de que regule eficientemente estas actividades dando una especial atención a las actividades de compraventa de bienes inmuebles.

Es así que este ensayo se ha enfocado en el análisis a lo que establece las normativas sobre la protección del consumidor, con también a las actividades comerciales de sector inmobiliario, ya que dado a su incremento en los últimos años se requiere una mayor supervisión de las entidades competentes.

Se aprecia como el Código de consumo contiene normativas específicas que aplican al mercado inmobiliario, y a su vez son aplicadas jurisprudencialmente también por la entidad reguladora en materia de consumo, como es el INDECOPI, sin que todavía se puedan verificar precedentes de observancia obligatoria o criterios predecibles que permitan generar una mayor predictibilidad a los agentes que concurren en este mercado.

Por consiguiente se establece normativas que protegen los derechos de los consumidores frente a los servicios inmobiliarios, estas se pueden resumir en: Protección legal en los contratos inmobiliarios, información mínima en el proceso de compra, información mínima del contrato de

⁷ MORALES ACOSTA, Alonso. Asimetría informativa. Ob.Cit. SALAS BALDERRAMA, Rodolfo. *“Algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado”* Lima 2009 : Foro Jurídico. p.192.

compraventa, obligación de saneamiento del proveedor y obligación del proveedor en el servicio postventa.

Ante ello nos encontramos en una relación de consumo que depende de la información que se dé sobre estas transacciones comerciales para que este sector inmobiliario se vaya perfeccionando en el mercado. Por ello, se da la regulación de consumo aplicable a los productos y servicios inmobiliarios, pero esta aplicación mucho depende de la información que brinden los agentes que participan en el mercado.

VIII. BIBLIOGRAFIA

ESPINOZA BENEDETTI, Eduardo. *“El Corretaje Inmobiliario en Colombia”*. Tesis de Grado. Universidad Pontificia Javeriana, Bogotá 2012.

IPARRAGUIRRE ROMERO, Gianfranco. *La regulación de protección al consumidor en los productos y servicios inmobiliarios del Perú*. Lima 2010: Circulo de Derecho Administrativo. pp. 132-141.

KOTLER KOTLER, Philip. *“Fundamentos de Marketing”*, 8° Editorial: Prentice Hall. México 2014.

MORALES ACOSTA, Alonso, Asimetría informativa. Ob.Cit. SALAS BALDERRAMA, Rodolfo. *“Algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado”*., Lima 2009: Foro Jurídico. p.183

MORALES ACOSTA, Alonso. Asimetría Informativa. 2009 Recuperado de: http://www.teleley.com/articulos/art_290507.pdf, p.5.

MORALES ACOSTA, Alonso. . Asimetría informativa. Ob.Cit SALAS BALDERRAMA, Rodolfo. *“Algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado*. Lima 2009: Foro Jurídico. p. 190

MORALES ACOSTA, Alonso. Asimetría informativa. Ob.Cit. SALAS BALDERRAMA, Rodolfo. *“Algunos apuntes y reflexiones sobre la tutela de los derechos de los consumidores y la asimetría informativa en el mercado”* Lima 2009: Foro Jurídico. p.192.

MACAULAY GILMORE, Stewart. *“El impacto del Derecho de los Contratos en la Economía”*. En: Revista de Economía y Derecho. Lima, Sociedad de Economía y Derecho de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, 2008, Volumen 5, N° 18, p. 34

PACHECO CASTILLO, Hugo Víctor. *“La Intermediación Inmobiliaria Como Elemento De Seguridad Jurídica En Las Transferencias Inmobiliarias En El Perú”* 2015. Recuperado de <http://renati.sunedu.gob.pe/bitstream/sunedu/66400/1/PACHECO%20CASTILLO%20VICTOR%20HUGO.pdf>