



FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIA POLÍTICA

ESCUELA PROFESIONAL DE DERECHO

TESIS

**“VULNERACIÓN A LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR RESPECTO
A LAS CLÁUSULAS DE LOS CONTRATOS DE LAS INMOBILIARIAS,
PIURA 2020”**

PRESENTADA POR:

Bach. CENDY BRISSETTE MARIA FARIAS ROSALES

ASESORES:

DR. GODOFREDO JORGE CALLA COLANA

DR. CARLOS RODOLFO BULNES TARAZONA

PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL DE ABOGADO

LIMA – PERU

2021

DEDICATORIA:

Por ser una mujer de principios que creció en un hogar católico esta investigación está dedicada a Dios nuestro creador por socorrerme y darme vigor de saber enfrentar esta pandemia que golpea al mundo, a mis amados padres Mirla Haydee Rosales Masías y Pedro José Farías Reyes por nunca dejar de creer en mí y brindarme su apoyo incondicional, a mi esposo Javier Martin Gonzales Aymar por acompañarme en esta etapa de mi vida sosteniéndome de su mano, a mis hijos Gael Danilo Nunjar Farías y Javier Martin Gonzales Farías por ser mi motor y motivo para cumplir mi gran anhelado sueño de convertirme en una profesional, siendo su ejemplo a seguir y se sientan orgullosos de mí.

Agradecimiento:

En primer lugar, dar gracias a Dios por demostrarme siempre que todo es posible manteniéndome con vida y salud llenándome de fortaleza en los momentos más difíciles encomendándome en todo momento a él para poder lograr mis objetivos.

En segundo lugar, a mi familia, mis padres Mirla Haydee Rosales Masías, a mis hijos Gael Danilo Nunjar Farias, mi esposo Javier Martin Gonzales Aymar por apoyarme siempre demostrándolo con amor y confianza llegando hacer ese trampolín que me impulsa a crecer en el aspecto personal y profesional.

En tercer lugar, a la Universidad Alas Peruanas facultad de Derecho y Ciencias Políticas por darme la oportunidad de conocer a renombrados maestros que han transmitido sus conocimientos con motivación y empeño mostrándome lo bello que es el derecho y lo dichosa que seré a realizarme como Abogada.

RECONOCIMIENTO:

Me siento orgullosa al reconocer el desempeño del Doctor Godofredo Jorge Galla Colana y del Doctor Carlos Rodolfo Bulnes Tarazona, por su labor como asesores, orientándome por medio de sus majestuosas enseñanzas y críticas constructivas a culminar la presente investigación.

A los Abogados que aportaron en esta investigación colaborando con sus conocimientos y comentarios a juicio personal, a las inmobiliarias por brindarme información a través de sus gestores inmobiliarios orientándome conforme a sus propuestas.

Por último y no menos importante a la Universidad Alas Peruanas Facultad de Derecho y Ciencias Políticas por ser parte primordial en mi formación profesional.

ÍNDICE

Carátula	
Dedicatoria.....	II
Agradecimientos.....	III
Reconocimiento.....	IV
Índice	V
Resumen.....	VI
Abstract.....	VII
Introducción.....	VIII
CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	11
1.1 Descripción de la realidad problemática.....	11
1.2 Delimitación de la investigación.....	13
1.2.1 Delimitación social.....	13
1.2.2 Delimitación espacial.....	13
1.2.3 Delimitación temporal	14
1.2.4. Delimitación conceptual.....	14
1.3 Problema de investigación.....	15
1.3.1 Problema general.....	15
1.3.2 Problemas específicos.....	15
1.4 Objetivos de la investigación.....	15
1.4.1 Objetivo general.....	16
1.4.2 Objetivos específicos.....	16
1.5 Supuesto (cualitativa).....	16
1.5.1 Categoría y subcategorías	17
1.5.2 Definición operacional de las categorías	18
1.6 Metodología de la investigación.....	19
1.6.1 Enfoque de la investigación.....	19
1.6.2 Tipo y nivel de la investigación.....	20
a) Tipo de investigación.....	20
b) Nivel de investigación.....	20
1.6.3 Método y diseño de la investigación.....	20
a) Método de la investigación.....	21
b) Diseño de investigación.....	21
1.6.4 Población y muestra de la investigación.....	21

a) Población.....	21
b) muestra.....	21
1.6.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos.....	22
a) Técnicas.....	22
b) Instrumentos.....	22
1.6.6 Justificación, importancia y limitaciones de la investigación.....	23
a) Justificación.....	23
b) Importancia.....	25
c) Limitaciones.....	26
CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO.....	27
2.1 Antecedentes de la investigación.....	27
2.2 Bases legales.....	32
2.3 Bases teóricas.....	37
2.4. Definición de términos básicos.....	54
CAPÍTULO III: PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS.....	57
3.1 Análisis de tablas.....	57
3.2 Discusión de resultados.....	63
3.3 Conclusiones.....	64
3.4 Recomendaciones.....	65
3.5 Fuentes de información.....	66
ANEXOS.....	71
Anexo: 1 Matriz de consistencia.....	72
Anexo: 2 Guía de entrevista con preguntas abiertas	73
Anexo: 3 Ficha de validación del instrumento. Juicio de expertos.....	
Anexo: 4 Proyecto de Ley	

RESUMEN

Debido al crecimiento poblacional a nivel nacional, y con un acreciente en la ciudad de Piura, varias empresas inmobiliarias aprovechando el auge económico que esto denota, comercializan lotes de terreno y casas construidas listas para habitar, pero el problema surge cuando los usuario desea resolver el contrato de adhesión por situaciones ajenas o propias a la inmobiliarias, quienes aprovechándose de la asimetría informativa, omiten información relevante que desde un inicio hubiera logrado que el consumidor decida si contratar o no con aquella inmobiliaria.

PALABRAS CLAVES:

Contratos de Adhesión,
Resolución Contractual,
Inmobiliaria,
Asimetría Informativa,
Ejercicio Abusivo del Derecho.

ABSTRACT

Due to population growth at the national level, and with an increase in the city of Piura, several real estate companies taking advantage of the economic boom that this denotes, commercialize lots of land and houses built ready to live, but the problem arises when the user wants to solve the problem. contract of adhesion for situations foreign or own to the real estate, who taking advantage of the informational asymmetry, omit relevant information that from the beginning would have made the consumer decide whether to contract or not with that real estate.

KEYWORDS:

Adhesion contracts,

Contractual Resolution,

Real estate,

Informative asymmetry,

Abusive Exercise of Law.

INTRODUCCIÓN

Mediante la presente investigación titulada “VULNERACIÓN A LOS DERECHOS DEL CONSUMIDOR RESPECTO A LAS CLÁUSULAS DE LOS CONTRATOS DE LAS INMOBILIARIAS, PIURA 2020” el cual trata sobre un problema existente en relación a las cláusulas abusivas que son impuestas mediante los contratos de adhesión ya que el mismo no se puede modificar, suprimir o cambiar cláusulas por lo que el presente trabajo se pretende demostrar la desprotección que sufre el consumidor inmobiliario frente a las cláusulas abusivas que son ejercidas mediante un uso abusivo del derecho.

La presente tesina está dividida en tres capítulos de igual importancia cada uno de ellos:

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO METODOLÓGICO describiremos la realidad problemática que nos motivó a realizar la investigación, así como los objetivos de nuestra investigación, se plantea categorías y sub categorías, también se define la operacionalización de las categorías, se señala la metodología de la investigación, desarrollaremos el diseño, tipo y nivel de investigación, así como el enfoque y el método utilizado en la investigación, la población y muestra estudiada, señalaremos las técnicas e instrumentos de recolección de datos, y finalmente; indicaremos los criterios de validez y confiabilidad de los instrumentos, y por último indicaremos la justificación, importancia y las limitaciones de la investigación.

CAPITULO II: MARCO TEORICO, donde hallar el marco teórico en el cual halaremos los antecedentes del presente estudio como lo son tesis internacionales y nacionales; así mismo contiene bases teóricas sobre contratos, cláusulas abusivas, contratos de adhesión, inmobiliarias, responsabilidad civil, excesiva onerosidad, entre otros.

CAPÍTULO III: ANÁLISIS, PROCESAMIENTO E INTERPRETACIÓN DE DATOS: se presenta el análisis e interpretación de resultados, discusión de resultados,

conclusiones, y las respectivas recomendaciones, como también las fuentes de información.

ANEXOS:

- Matriz de Consistencia
- Cuestionario de preguntas.
- Proyecto de Ley.

La autora.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la Realidad Problemática

El crecimiento poblacional es indudablemente una realidad que no solo se palapa en Piura sino en todo el mundo, por lo que la desmesurada expansión urbana poblacional en la Ciudad de Piura, tiene como consecuencia el sueño y anhelo de familias jóvenes en obtener una vivienda, un lugar donde crear un hogar y ser parte de la sociedad, por lo que este sueño de tener una vivienda propia abraza a cientos de Piuranos, los impulsan a optar por adquirir un terreno de una de las inmobiliarias que actualmente brinda ese servicio en la ciudad de Piura, pero estas no hacen más que aprovecharse de las necesidades de los ciudadanos, al cotizar los terrenos en dólares, siendo la moneda nacional peruana reconocida el sol.

Ahora bien, en el anhelo de encontrar un terreno en el que construir su hogar es el objetivo, los piuranos buscan entre varias opciones la que le conviene y se adecue a sus ingresos, es por lo que desde el año 2004 surgieron en esta calurosa ciudad las inmobiliarias quienes ofrecen predios para ser pagados en 5, 10 o hasta 20 años en muchos casos con intereses ya que son financiados de forma directa, quiere decir que no existe intervención de una entidad financiera que avale al comprador sino que es la misma inmobiliaria quien le otorga dicho beneficio. Existen inmobiliarias que te ofrecen solo terreno, y otras el predio construido y saneado.

El tema de los contratos de adhesión en las inmobiliarias se determina cuando el usuario o consumidor se acerca a una inmobiliaria con la intención de adquirir un bien ya sea terreno o predio construido, pero el usuario no puede poner sus condiciones de adquisición ni de pago ya que este debe firmar

contratos que las inmobiliarias ya han elaborado con los términos y condiciones que lógicamente favorecen a la inmobiliaria excluyendo que el usuario o consumidor pueda modificarlo, cabe mencionar que dicho contrato pre establecido no es únicamente para un usuario ya que es elaborado con la finalidad de que todos los usuarios y consumidores se adhieran a estos aceptando los términos y condiciones tales como por ejemplo: tasa de interés, fechas de pagos, interés por atraso en el pago, penalidad por desistir unilateralmente el contrato, entre otros que afectan al usuario o consumidor final, quiere decir que dentro de esta gama de cláusulas que como se puede concluir son abusivas ya que se aprovechan del desconocimiento del usuario para poder incluir términos ambiguos, cabe recalcar que dichos contratos se les hace firmar al usuario o consumidor final cuando desea adquirir el bien, dicha firma se realiza dentro de las instalaciones de la inmobiliaria por lo que el usuario o consumidor final no tiene tiempo de leer las hojas ni mucho menos de analizar clausula por clausula y determinar si está de acuerdo o no, otra particularidad de los contratos de adhesión es que el usuario o consumidor final acepta de bloque el contrato o lo rechaza por lo que el usuario o consumidor no puede modificar el contrato de adhesión lo que lo pone en una situación de desventaja.

Bajo esta línea de ideas puedo determinar que el problema surge en la adhesión forzada que realiza el consumidor o usuario final ya que si desea el bien debe firmar si o si el contrato de adhesión, el mismo que tiene cláusulas que no puede ser modificadas ni suprimidas por el usuario o consumidor final, quiere decir que si desea el bien debe adherirse sin objeción alguna a las cláusulas pre- establecidas en este caso en los contratos pre- elaborados por las inmobiliarias.

Pero qué pasa si surgen problemas después de que el usuario o consumidor final firma dicho contrato, que pasa si no puede seguir pagando las cuotas, o si

desea alargar el tiempo pago con la finalidad de disminuir la cuota mensual, o quizá si ya no desea el bien como se debe proceder, o tal vez el día de la entrega del bien este no cumple con sus expectativas. Todos y cada uno de estos problemas que suscitan durante la vigencia del contrato de adhesión impuesto por la inmobiliaria hacia el consumidor final debería solucionarse salomónicamente, pero en la totalidad de las situaciones que se presentan el consumidor o usuario final es el perjudicado, ya que la inmobiliaria le exige el cumplimiento del contrato cuando en realidad la inmobiliaria incumple muchas veces con dicho contrato como es en el tiempo de entrega, la calidad del producto, entre otros; concluyendo de esta manera que quien siempre va a perjudicarse y no tener un respaldo legal al que acudir es el consumidor o usuario final.

1.2. Delimitación de la Investigación

1.2.1. Delimitación Social

La vulneración del derecho al consumidor, y la burla que las empresas inmobiliarias hacen a los usuarios cuando el contrato de adhesión de compraventa de un terreno o inmueble es resuelto.

1.2.2. Delimitación Espacial

Las empresas inmobiliarias de la ciudad de Piura, en este caso el presente trabajo de investigación se abocará a las inmobiliarias que desarrollan su espacio laboral y expansión urbana en la Ciudad de Piura.

1.2.3. Delimitación Temporal

De los contratos suscritos entre el usuario o consumidor y las empresas inmobiliarias. Se realizará entre el lunes 03 de febrero del 2020 hasta el jueves 04 de febrero del 2021.

1.2.4. Delimitación conceptual

En el presente trabajo de investigación se hará uso de:

- **Constitución política del Perú;**

Al ser la Constitución Política del Perú, la madre de todas las leyes, y al encontrarse en la cúspide de la pirámide de Kelsen, se manifiesta sobre el Derecho Contractual en su artículo 625° que dice “La libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato. Los términos contractuales no pueden ser modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase. Los conflictos derivados de la relación contractual sólo se solucionan en la vía arbitral o en la judicial, según los mecanismos de protección previstos en el contrato o contemplados en la ley”.

- **Código Civil, artículos contractuales**

CONTRATO: Contemplado en el Artículo 1351° “El contrato es el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial.”¹

EFFECTOS DEL CONTRATO: Artículo 1363.- manifiesta “Los contratos sólo producen efectos entre las partes que los otorgan y sus herederos, salvo en cuanto a éstos si se trata de derechos y obligaciones no transmisibles”

¹ Artículo 1351° del Código Civil Peruano.

CONTRATO DE AHESIÓN: Artículo 1390.- nos dice “El contrato es por adhesión cuando una de las partes, colocada en la alternativa de aceptar o rechazar integrante las estipulaciones fijadas por la otra parte, declara su voluntad de aceptar”

RESOLUCIÓN DE CONTRATO: Artículo 1371 manifiesta “La resolución deja sin efecto un contrato válido por causal sobreviniente a su celebración”

- **Código del Consumidor.**

ARTICULO 45. CONTRATO DE CONSUMO:

El contrato de consumo tiene como objeto una relación jurídica patrimonial en la cual intervienen un consumidor y un proveedor para la adquisición de productos o servicios a cambio de una contraprestación económica.

Las disposiciones del presente capítulo son aplicables a todos los contratos de consumo, sean celebrados por cualquier modalidad o forma, según la naturaleza y alcances correspondientes.

1.3. Problemas de Investigación

1.3.1. Problema General.

¿Los contratos de adhesión vulneran los derechos del consumidor inmobiliario cuando se resuelve unilateralmente?

1.3.2. Problemas específicos

A. ¿Qué, la empresa inmobiliaria al ejercer las cláusulas abusivas como consecuencia de la resolución del contrato de adhesión por parte del usuario le genera al consumidor una excesiva onerosidad?

B. ¿Qué, las empresas inmobiliarias se aprovechan de la asimetría informativa para lesionar contractualmente al consumidor débil?

C. ¿Qué, la legislación nacional tiene un vacío legal en relación a las cláusulas abusivas y los contratos de adhesión lo que permite el abuso por parte de las inmobiliarias hacia el usuario o consumidor final?

1.4. Objetivos de la Investigación.

1.4.1. Objetivo General

Determinar la vulneración de los derechos al consumidor que la empresa inmobiliaria ejecuta al consumidor cuando este resuelve el contrato de adhesión suscrito con ellas.

1.4.2. Objetivos Específicos

A) Determinar el perjuicio en la esfera patrimonial del consumidor al momento de resolver el contrato de adhesión suscrito con empresas de inmobiliarias.

B) Establecer el grado en que la omisión de información influye en el consumidor al momento de firmar el contrato de adhesión suscrito con empresas inmobiliarias.

C) Analizar si en el derecho comparado se regula de manera explícita las cláusulas abusivas en contratos de adhesión de empresas inmobiliarias.

1.5 Supuesto

Si, se vulneran los derechos del consumidor por parte de las empresas inmobiliarias cuando el usuario los resuelve unilateralmente debido a la existencia de las cláusulas abusivas.

1.5.1 Categoría

Derecho Civil

El derecho civil es un conjunto de reglas que regula las principales relaciones civiles de las personas.

Derecho del Consumidor

Es la rama del derecho que regula y protege los derechos de los consumidores quienes son todas las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales.

1.5.2. Subcategorías

Contexto jurídico

Aquí tendríamos que separar las palabras para poder entender el concepto, ya que el contexto habla sobre una situación, conjunto de circunstancia que determina un hecho y el jurídico es la situación relacionada al derecho. Entonces vemos que contexto jurídico quiere decir que es el conjunto de circunstancias relacionadas a las leyes.

Realidad provincial

Trata sobre la actualidad, la problemática y la verdad sobre lo que ocurre o acontece sobre un lugar determinado, en este caso la Provincia de Piura.

Régimen económico

Trata de explicar sobre lo que ocurre en la realidad, cuando se va a adquirir un terreno, en este caso de las cláusulas abusivas atentan contra la económica del consumidor. .

1.5.3 Operacionalización de las categorías

CATEGORIA	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	SUBCATEGORIAS	PREGUNTAS
Derecho Civil	El derecho civil es una rama del derecho que regula la relación entre particulares.	El derecho civil es un conjunto de reglas que regula las principales relaciones civiles de las personas.	<p><u>Contexto jurídico</u></p> <p>Aquí tendríamos que separar las palabras para poder entender el concepto, ya que el contexto habla sobre una situación, conjunto de circunstancia que determina un hecho y el jurídico es la situación relacionada al derecho.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. ¿Cree usted que los contratos de adhesión entre el usuario y las inmobiliarias cumplen su función? 2. ¿Cree usted que los contratos de adhesión son ejecutados cumpliendo con su objetivo? 3. ¿Considera usted que la buena fe del consumidor es motivo para que las inmobiliarias inserten en los contratos de adhesión las cláusulas abusivas? 4. ¿Considera usted que las inmobiliarias se aprovechan de la asimetría informativa para imponer cláusulas abusivas en los contratos de adhesión? 5. ¿Cree usted que son adecuadas la existencia e inclusión de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión? 6. ¿Los contratos de adhesión vulneran los derechos del consumidor? ¿Por qué?
Derecho del Consumidor	Es la rama del derecho que regula la relación entre los vendedores y los consumidores.	Es la rama del derecho que regula y protege los derechos de los consumidores quienes son todas las personas naturales o jurídicas que adquieren, utilizan o disfrutan como destinatarios finales productos o servicios materiales e inmateriales.	<p><u>Realidad provincial</u></p> <p>Trata sobre la actualidad, la problemática y la verdad sobre lo que ocurre o acontece sobre un lugar determinado, en este caso la Provincia de Piura.</p> <p><u>Régimen económico</u></p> <p>Trata de explicar sobre lo que ocurre en la realidad, cuando se va a adquirir un terreno.</p>	

1.6 Metodología de la investigación

1.6.1 Enfoque de la investigación

Enfoque cuantitativo: Como indica su propia denominación tiene como objeto la descripción de las cualidades de un fenómeno. Busca un concepto que pueda abarcar una parte de la realidad. No se trata de probar o de medir en qué grado o cierta cualidad se encuentra en un cierto acontecimiento dado, sino de descubrir tantas cualidades como sea posible. (Córdova,) El cual tendremos en cuenta a Sampieri. R. (2010) en donde nos indicó que: “el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación”. (p. 6).

1.6.2 Tipo y nivel de la investigación

a) Tipo de investigación

Analítica porque su finalidad es analizar la forma como regulan las leyes peruanas lo concerniente a el contrato de adhesión, resolución de contrato, y las cláusulas abusivas insertas en los contratos de adhesión.

b) Nivel de investigación

Descriptiva, ya que se procura determinar cuál es la situación actual respecto al problema de investigación. Por lo que para esta investigación utilizaremos el nivel descriptivo el cual Sampieri, R. (1998) nos indicó lo siguiente “Los estudios descriptivos permiten detallar situaciones y eventos, es decir como es y cómo se manifiesta determinado fenómeno y busca especificar propiedades importantes de personas, grupos, comunidades o cualquier otro fenómeno que sea sometido a análisis”. (p. 60).

1.6.3 Método y diseño de la investigación

a) Método de la investigación

Método Analítico Sintético: Analizando la doctrina, legislación nacional y extranjera obtenida sobre el particular, para de esta manera determinar la factibilidad de la aplicación de parámetros legales que protejan al consumidor de las cláusulas abusivas.

b) Diseño de investigación

El diseño de la presente investigación **es un diseño no experimental**, ya que con la presente investigación lo que se pretende es observar el fenómeno tal y como se dan en su contexto natural, para luego analizarlo. Es decir, se analizará en la legislación comparada si existe legislación alguna que proteja al consumidor de las cláusulas abusivas.

Además, se va a desarrollar en el aspecto formal de nuestra legislación, considerando aquellas opiniones y argumentaciones que estén remitidas a las normas vinculadas a la problemática de las Cláusulas abusivas en los contratos de adhesión suscrito entre inmobiliarias y los consumidores.

1.6.4 Población y muestra de la investigación

a) Población

Para poder entender la población es necesario tener en cuenta lo señalado por Sampieri. H, (2014) el cual nos indicó que: “la Población o universo es un conjunto de todos los casos que concuerdan con determinadas especificaciones”. (p. 174). En este caso la población de abogados en la Municipalidad Provincial de Sullana la cual está determinada de la siguiente manera:

Población	Abogados especialistas en Derecho Civil Contractual.
	10

Fuente: Abogados especialistas en Derecho Civil – Piura.

Para nuestro trabajo de investigación el universo o población fue de un total de 10 abogados los cuales son especialistas en Derecho Civil Contractual.

b) Muestra

Para poder entender la muestra es necesario tener en cuenta lo señalado por Sampieri. R, (2014) en el cual nos indicó que: “la muestra no probabilística o dirigida Subgrupo de la población en la que la elección de los elementos no depende de la probabilidad, sino de las características de la investigación”. (p. 176). En este caso se seleccionó a 2 abogados especialistas en Derecho Civil Contractual. para la realización de la entrevista con preguntas abiertas, todos ellos especialistas en temas de corrupción en las sobrevaloraciones de obras y nos explicaron, por qué se da este fenómeno que es un mal para la sociedad.

Muestra	Abogados especialistas en Derecho Civil Contractual.
	3

1.6.5 Técnicas e instrumentos de recolección de datos

a) Técnicas

Análisis documental y Observación no experimental:

Análisis del derecho comparado y como esos países regulan el derecho del consumidor frente a las cláusulas abusivas impuestas por las empresas aprovechando la asimetría informativa.

Para poder entender las técnicas es necesario tener en cuenta a Peñuelas, R, (2008) las técnicas, “son los medios empleados para recolectar información, entre las que destacan la observación, cuestionario, entrevistas, encuestas”. (p. 10).

Y en nuestro trabajo de investigación utilizaremos la entrevista como técnica para la recolección de datos y para entender la entrevista recurriremos a Galindo, (1998) el cual nos indicó que: “Las entrevistas y el entrevistar son elementos esenciales en la vida contemporánea, es comunicación primaria que contribuye a la construcción de la realidad, instrumento eficaz de gran precisión en la medida que se fundamenta en la interrelación humana”. (p. 277).

b) Instrumentos

Para Hernández, Fernández y Baptista (1997) define el instrumento como “Aquel que registra datos observables que representan verdaderamente a los conceptos o variables que el investigador tiene en mente”. (p. 242).

En el cual realizamos cuestionarios con preguntas abiertas para una mejor recepción de respuesta de los entrevistados.

1.6.6. Justificación, importancia y limitaciones de la investigación

a) Justificación

Para Sampieri, R. (2010). El cual nos indicó que: “la justificación es la investigación que indica el porqué de la investigación exponiendo sus razones. Por medio de la justificación debemos demostrar que el estudio es necesario e importante”. (p. 39).

Comentario: Al ser el derecho al consumidor un importante pilar en la actualidad se debe velar por su total cumplimiento, esta es la justificación para la presente tesina, ya que al ser los derechos de los consumidores burlados por empresas que ejercen un uso abusivo del derecho lo cual la ley no lo permite.

- **Justificación teórica**

Para esta investigación acudiremos a: Méndez Carlos, A. (2011) en el cual nos dice que: “La motivación se refiere a la inquietud que surge en el investigador por profundizar en uno o varios enfoques teóricos que tratan el problema que se explica, a partir de los cuales espera avanzar en el conocimiento planteado, o para encontrar nuevas explicaciones que modifiquen o complementen el conocimiento inicial”. (p. 196).

Comentario: Es por ello que la investigación propuesta busca, mediante la aplicación de la teoría encontrar la mala praxis que tienen las inmobiliarias al imponer cláusulas abusivas en los contratos de adhesión para cuando el usuario desea adquirir un bien inmueble.

- **Justificación metodológica**

Para entender esta investigación es necesario tener en cuenta lo que señala:

Méndez Carlos, A. (2011) que nos dice que: “La motivación hace alusión al uso de metodologías y técnicas específicas (Instrumentos como encuestas o formularios; modelos matemáticos) que han de servir de aporte para el estudio de problemas similares para el investigado y a su aplicación posterior por otros investigadores”. (p. 196).

Comentario: En razón a lo antes manifestado se debe señalar que la presente investigación contribuirá con instrumentos como los on los cuestionarios con preguntas abiertas. Además, servirá como antecedentes para trabajos de investigación futuros en la misma línea.

- **Justificación práctica**

Para este trabajo de investigación recurrimos a: Méndez Carlos, A. (2011) el cual nos indicó que: “Las motivaciones prácticas se manifiestan en el interés del investigador por acrecentar sus conocimientos, obtener un título académico, o si es el caso por contribuir a la solución de problemas concretos que afectan a organizaciones empresariales, públicas o privadas”. (p. 196).

Comentario: Se determina que con los objetivos planteamos la investigación permitirá determinar si existen cláusulas abusivas en los contratos de adhesión.

- **Justificación Legal**

Para entender este aspecto hemos acudido a:

Sánchez Carlessi, H y Reyes, C (1986). Que nos dice que: “Básicamente trata las razones que sustenta el código según la ley vigente en relación a la investigación”. (p.120).

Comentario: El presente trabajo de investigación se basará en leyes que regulen los contratos de adhesión, así como también las cláusulas abusivas.

b) Importancia

Para Fernández, Hernández y Baptista (2014) señala que:

Una investigación llega a ser conveniente por diversos motivos, tal vez ayude a resolver un problema social, a formular una teoría o a generar nuevas inquietudes de investigación. Lo que algunos consideran relevante para investigar puede no serlo para otros, pues suele diferir la opinión de las personas. Sin embargo, es posible establecer criterios para evaluar a utilidad de un estudio propuesto en los cuales evidentemente son flexibles y de ninguna manera son exhaustivos. (p. 40).

El consumidor no sabe los derechos inherentes a él por su condición de usuario, es por ello que esta tesina pretende dar luces para poder luchar por ellos.

c) Limitaciones de la Investigación

Para Price.J y Murnan. J (2004) nos indicó que: “las limitaciones de la Investigación pueden estar relacionadas con la formulación de los fines y objetivos de la investigación, con la implementación del método de recolección de datos, falta de estudios previos en el área de investigación, entre otros. (p. 89).

En el trabajo de investigaciones nos encontramos con varias limitaciones entre ellas una legislación dócil, escasa información en relación al tema, Covid 19.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la Investigación

La presente tesis tiene como trabajos precios los siguientes que se enuncian y precisan:

Ámbito internacional:

Domínguez, J (2009) presentó la tesis titulada “*Cláusulas abusivas en la adquisición de vivienda*” para optar al grado académico de Doctor en Ciencias Jurídicas y Políticas en la Universidad Pablo de Olavide, Sevilla España.

La investigación tuvo un enfoque objetivo, llegando a las siguientes conclusiones:

La insuficiente actuación legislativa en materia de vivienda, tanto antes de la crisis económica que aún padecemos, carestía que fue el medio para arrancar y mantener el motor económico ex promoción inmobiliaria privada; como después de hacerse aquella evidente, con la excusa de exiguos fondos a dedicar, y el papel que el Tribunal de Justicia ha jugado en forzar un cambio legislativo, al menos, en sede procesal.

En el ámbito nacional:

Najar, E (2018) presento la tesis titulada “*Las cláusulas abusivas en la contratación masiva y la protección y defensa de los consumidores: una visión a la Resolución de N° 243-2018/SPC*” para optar por el título de Segunda Especialidad en Derecho de Protección al Consumidor ante la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima Perú. El autor llego a las siguientes conclusiones:

1. No solo es legítima la regulación de las cláusulas abusivas en la contratación en masa, sino que también es necesaria, ya que es una herramienta más para que el consumidor pueda **equilibrar la relación contractual celebrada**.

2. El consumidor en el Perú no es razonable, pues la gran mayoría de consumidores no llegan a superar la **asimetría informativa**, económica, tecnológica o de poder respecto de la relación que tiene con el proveedor, motivo por el cual se le debe brindar mayores herramientas de protección.

3. Los contratos por adhesión y las cláusulas generales de contratación traen beneficios como por ejemplo la reducción del costo de transacción y el dinamismo económico. Sin embargo, también traen desventajas como **la limitación al derecho de la libertad contractual**.

4. El legislador peruano reguló las cláusulas abusivas en dos grupos. Por un lado, las cláusulas abusivas de ineficacia absoluta y; por otro lado, las cláusulas abusivas de ineficacia relativa. Ambas figuras cuentan con características propias y con consecuencias diferentes.

5. Se configurará una cláusula abusiva cuando se configuren los siguientes criterios i) son **redactadas unilateralmente** por un proveedor, ii) vinculan el contrato de consumo a los intereses del proveedor en **perjuicio del consumidor** iii) **no son negociadas**, pues el consumidor o usuario suele plegarse o adherirse a las cláusulas pre redactadas por la empresa iv) **van en contra de los principios de buena fe, transparencia, justo equilibrio entre los derechos y obligaciones de las partes**.

Falcon, S (2018) presento tesis titulada *“Las consecuencias generadas por las cláusulas abusivas en el ejercicio de derechos y obligaciones en una relación de consumo inmobiliaria”* para optar por el título de Segunda Especialidad en Derecho de Protección al Consumidor ante la Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima Perú. El autor llegó a las siguientes conclusiones:

1. En los **contratos por adhesión existe una desproporción** en cuanto a la paridad de las partes, y las cláusulas abusivas la acentúan. Es por ello que el adherente merece la protección del ordenamiento jurídico en su conjunto, teniendo en cuenta que es la parte débil del contrato, más aún si el adherente, además, es consumidor.
2. Cuando los **proveedores insertan cláusulas abusivas en el contenido predispuesto del contrato de adhesión** defrauda la confianza del adherente, consolidándose así la contrariedad con la buena fe.
3. Para determinar cuándo se trata de una cláusula abusiva, es necesario realizar un análisis considerando los criterios establecidos por la Sala de Protección al Consumidor, en tanto que ha quedado demostrado que no todas las cláusulas que comprenden una desventaja para el consumidor son abusivas, ya que pueden tratarse de remedios ante el incumplimiento de obligaciones.
4. Existen diversos mecanismos de tutela de los derechos de los consumidores, no limitándose su ámbito a la esfera estatal, sino además al privado, tales como la autotutela individual y colectiva.
5. Es importante que INDECOPI cumpla un rol activo de prevención en ese mercado, ya que los consumidores solo podrán hacer valer sus derechos cuando estos ya fueron transgredidos, debiendo interponer la denuncia

correspondiente ante INDECOP, invertir tiempo y dinero para obtener una resolución favorable

Herrera, J (2015) presento la tesis titulada *“Análisis jurídico de las cláusulas abusivas en los contratos de consumo”* para optar por el título de Abogado ante la Universidad Nacional de San Agustín, Lima Perú. El autor llegó a las siguientes conclusiones:

1. La Constitución no formula directamente una noción de consumidor; sin embargo, a partir de una interpretación constitucional integral, así como la jurisprudencia constitucional existente, puede afirmarse que no se trata solo de un eslabón más de la cadena productiva, sino que se le reconoce por ser dicha posición. De esa forma, el constitucionalismo es una herramienta para el control del poder que incluye en los derechos fundamentales garantías para todos, pero en especial para los sectores minoritarios y débiles.

2. La Constitución encomienda al Estado la defensa de los intereses de los consumidores, lo cual implica no solamente una intensa defensa de todos los derechos que le corresponden, con especial énfasis en sus derechos esenciales: a la información, a la libre elección, a la idoneidad de los bienes y servicios adquiridos y a la no discriminación, en el marco de sus intereses particulares; sino también la salvaguarda de sus intereses generales por un intenso proceso competitivo y por el libre comercio.

3. La constitucionalización del derecho privado es una realidad inobjetable y necesaria, pues los particulares, especialmente los que asumen una posición de poder en sus relaciones con los demás, pueden desconocer principios constitucionales o incluso derechos fundamentales que están obligados a proteger. El Código, ha dado paso a la Constitución en la regulación de la

conducta entre los particulares, estos no escapan a la irradiación de los principios y valores; y, en el campo de las relaciones contractuales no puede concebirse el principio de autonomía privada y la libertad contractual como absoluto, fundado en la libertad, pues encuentra límites en la Constitución, y en especial, en el principio que obliga a no abusar de la libertad de contratación y los derechos fundamentales, normas que sustentan todo el ordenamiento jurídico.

4. El estándar de consumidor razonable no se adapta a la imagen constitucional de persona, por lo que en términos constitucionales el consumidor tutelado es más bien un consumidor promedio, teniendo en cuenta que la Constitución finalmente garantiza la defensa de las personas como son considerando sus múltiples dimensiones.

5. Las cláusulas abusivas en un contrato de consumo generan situaciones de desequilibrio o desigualdad, reduciendo, limitando o eliminando por completo los derechos del consumidor; aumentando o haciendo excesivamente onerosas sus cargas y obligaciones contractuales o, por el contrario, aumentando o concediendo mayores facultades, beneficios o derechos al proveedor, o limitando, excluyendo o reduciendo sus deberes u obligaciones contractuales.

6. El Estado tiene tres mecanismos de tutela del consumidor frente a las cláusulas abusivas, consistentes en el control administrativo, donde son las entidades de cada sector estatal las que de manera previa han implementado procedimientos de aprobación de cláusulas contractuales con la finalidad de detectar y expulsar a las cláusulas abusivas de los futuros contratos de consumo, siendo Indecopi el ente rector. El control legislativo, comprende una red normativa donde se definen principios, preceptos generales para su definición, la lista negra y la lista gris de cláusulas abusivas sancionadas con la ineficacia absoluta e ineficacia relativa, según sea el caso concreto, así

como normas generales que sirven de base para los mecanismos de tutela. Finalmente, el control judicial que mediante la intervención del juez en un conflicto generado busca reconocer y catalogar a éstas dentro de los preceptos legalmente establecidos, para luego aplicar la ineficacia absoluta o relativa que corresponda, e incluso, los vacíos, ambigüedades o contradicciones causados por la expulsión judicial de las cláusulas abusivas, podrán ser reparadas e integradas.

2.2. Bases legales

2.2.1. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ

Artículo 61°. -

“El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas.

Ninguna ley ni concertación puede autorizar ni establecer monopolios.

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios de expresión y comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares²”.

OPINIÓN:

El artículo 61 de la Constitución política del Perú, ubicado en el título correspondiente al Régimen Económico, trata de la libre competencia, ordena combatir las prácticas que la limiten, también el abuso de posiciones dominantes y manda que ninguna ley o concertación pueda autorizar ni establecer monopolios. Comparativamente con artículos de finalidad

² Constitución Política del Perú – Artículo 61.

parecida ubicados en Constituciones anteriores, ha significado un importante avance y una mejor comprensión del fenómeno económico, y ha servido para desterrar la práctica de los monopolios estatales que en términos históricos casi nunca han sido beneficiosos para el desarrollo del país. (KRESALJA, 2014)

El Estado permite la libertad de acceder y mantener una posición en el mercado, si bien INDECOPI permite las posiciones dominantes no se permite el abuso del derecho de ésta, donde dolosamente en el afán de mantenerse o de alcanzar el éxito empresarial se establezcan monopolios (atentando contra la libre competencia) en el mercado nacional o conductas de competencia desleal. Se establece así mismo de forma más precisa se establece que esas reglas también serán aplicables para los medios de comunicación y expresión social, tanto empresas públicas (en representación del Estado) como para particulares. (QUIROZ VIGIL, 2010)

Artículo 62:

“La libertad de contratar garantiza que las partes pueden pactar válidamente según las normas vigentes al tiempo del contrato. Los términos contractuales no pueden ser modificados por leyes u otras disposiciones de cualquier clase. Los conflictos derivados de la relación contractual sólo se solucionan en la vía arbitral o en la judicial, según los mecanismos de protección previstos en el contrato o contemplados en la ley.

Mediante contratos-ley, el Estado puede establecer garantías y otorgar seguridades. No pueden ser modificados legislativamente, sin perjuicio de la protección a que se refiere el párrafo precedente³”.

³ Constitución Política del Perú – Artículo 62.

OPINIÓN:

Se reconoce y protege el principio contractual de libertad para contratar, el que implica la libertad de elegir con quien se ha celebrar un contrato. Cuando la inversión privada contrata con el Estado se puede dar un contrato ley que se caracteriza porque estos gozarán de protección legal superior, aun cuando existiendo un cambio de gobierno. Surge para efectos de brindar seguridad jurídica a la inversión privada y no se pueda abusar de la posición de una de las partes que representa a un Estado, y que, en cualquier momento por el poder y control que tiene cambiaría las condiciones y reglas del juego. Op Cit (QUIROZ VIGIL, 2010)

Artículo 65:

“El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de la población⁴”

OPINIÓN:

El estado defiende al consumidor por la importancia que implica su rol en la economía como el último eslabón de la cadena productiva, garantizando y facilitándole el acceso a sus derechos de los cuales el que más resalta es el de recibir información sobre los bienes o servicios prestados a su favor. Op Cit (QUIROZ VIGIL, 2010)

Este artículo protege al consumidor. En una economía de mercado la defensa por el Estado, del interés de los consumidores y usuarios es muy importante, ya que se garantiza a los consumidores y usuarios el derecho a informarse sobre los bienes y servicios que se ofrecen o prestan en el mercado. (PATIÑO TENORIO, 2012)

⁴ Constitución Política del Perú – Artículo 65.

2.2.2. CÓDIGO CIVIL PERUANO

Artículo 1351:

“El contrato es el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial⁵”.

Este artículo 1351° nos habla de un acuerdo de voluntades, verbal o escrito, manifestado en común entre dos o más, personas con capacidad (partes del contrato), que se obligan en virtud del mismo, regulando sus relaciones relativas a una determinada finalidad o cosa permitiendo la negociación, que permite expresar a cada una su manifestación y voluntad.

Sobre el contrato de adhesión el código civil peruano manifiesta que es cuando una de las partes contratantes por un acto unilateral, impone reglas contractuales, condiciones, sobre las cuales se va a contratar, de modo que la otra parte no llega a tener el poder de implementar modificaciones y de tal modo que dicha parte se limita a adoptarse o a incorporarse a las reglas contractuales, condiciones, sin poder discutirlos.

Artículo 1373:

“El contrato queda perfeccionado en el momento y lugar en que la aceptación es conocida por el oferente⁶”.

⁵ Código Civil artículo 1351°

⁶ Código Civil artículo 1373°

2.2.3. CODIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

El doctor Walter Gutiérrez, ex decano del CAL mediante entrevista realizada por RPP opina que el consumidor no solo necesita información al momento de hacer la compra. Pidió al Gobierno revisar el anteproyecto. (GUTIERREZ, 2010)

- ✚ "No dudo de las buenas intenciones de los miembros de esa comisión y también del Gobierno, pero, con ese mismo respeto, diría que este es un código con muchas deficiencias y que, lejos de proteger al consumidor, lo va a desproteger"

- ✚ Gutiérrez consideró que el anteproyecto, que recién el miércoles sería aprobado por el Consejo de Ministros, es inconstitucional, porque "recoge una regla que llaman principio de subsidiariedad del Estado para proteger al consumidor". "Este principio sí existe en la Constitución, pero para la actividad empresarial del Estado"

- ✚ "Nosotros creíamos que el consumidor no solo necesitaba información, que el consumidor necesitaba que los productos y servicios que ingresan al mercado sean productos con una calidad mínima. Además, reconocíamos que en el mercado existen prácticas abusivas"

- ✚ "Para esta nueva versión (del código), lo único que necesita el consumidor es información y habla de la llamada soberanía del consumidor y que con la información sería suficiente. En países donde se han hecho estudios sobre si la información basta revela lo

siguiente: un consumidor necesitaría días de 48 horas para poder informarse de todo aquello que consume"

✚ Al respecto, Walter Gutiérrez recomendó al Gobierno revidar el anteproyecto para incluir mejoras. "Hay que tener prudencia. Le pediría al Gobierno que se dé más tiempo, que se revise este anteproyecto, porque exige mejoras urgentes"

2.3. BASES TEÓRICAS

A continuación, se presentan las bases teóricas que sustentan la investigación sobre la corrupción y de las sobrevaloraciones de obras públicas. Pero ¿Que son as bases teóricas? Para eso tenemos que ir con el investigador Sampieri. R. (2008) el cual señala que un Marco Teórico es “un compendio escrito de artículos, libros y otros documentos que describen el estado pasado y actual del conocimiento sobre el problema de estudio. Nos ayuda a documentar cómo nuestra investigación agrega valor a la literatura existente”. (p. 64) y además agrega que:

“Un proceso de inmersión en el conocimiento existente y disponible que puede estar vinculado con nuestro planteamiento del problema, y un producto que a su vez es parte de un producto mayor: el reporte de investigación... Ello implica exponer y analizar las teorías, las conceptualizaciones y los antecedentes en general, que se consideren válidos para el correcto encuadre del estudio... El marco teórico proporciona una visión de dónde se sitúa el planteamiento propuesto dentro del campo de conocimiento en el cual nos moveremos”. (Sampieri. R, 2008, p. 64).

En esta parte del trabajo vamos a recopilar información, antecedentes de varios autores para darle forma a nuestro trabajo de investigación. Esta sección es la parte fundamental, es el pilar de nuestro proyecto, en el cual se demostrará cual es nuestro aporte en el tema cláusulas abusivas en los contratos de adhesión entre el consumidor y las inmobiliarias.

2.3.1. ¿Qué es el contrato?

Para el jurista peruano Lizardo Taboada Córdova “El contrato es definido en la doctrina como un acuerdo de voluntades que produce efectos jurídicos patrimoniales, en la medida que se cumpla con una serie de elementos, presupuestos y requisitos estrujarles de orden legal, entre los que destaca como elemento fundamental, como es evidente, el consentimiento de las partes contratantes, además, claro está, de la finalidad lícita, el objeto, la capacidad legal de ejercicio, la forma prescrita bajo sanción de nulidad si se trata de un acto solemne, etc.

Por ello nadie duda que el contrato pueda ser caracterizado adecuadamente como un acuerdo de voluntades, consecuencia de la perfecta coincidencia entre la oferta y la aceptación. En tal sentido el artículo 1351 del Código Civil Peruano señala que el contrato es el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial”

2.3.2. ¿Qué es el contrato de adhesión?

Para el jurista De La Puente y Lavalle, M (1983) denomina como contratos por adhesión a “aquellos en que las condiciones del mismo son pre redactadas unilateralmente por una de las partes, de manera que la otra solo puede aceptarlas o rechazarlas en bloque”

Diez Picazo ha comentado el tema en relación a los contratos por adhesión, en los cuales se acentúa poder unilateral del predisponente, señalando que el problema esencial respecto a ellos reside en la articulación de un régimen jurídico que haga posible el deseo de evitar o en su caso suprimir los posibles abusos que se puedan generar por la situación preponderante de una de las partes. (p. 350).

2.3.3. ¿Qué es el contrato de consumo?

El capitalismo y el desarrollo económico y social trajeron consigo dieron lugar a la formación de la gran empresa y con ella al surgimiento de modalidades de contratación de acuerdo con el gran movimiento comercial de nuestros días y con el poder económico de los empresarios. A parecer así, para facilitar el comercio de bienes y servicios a gran escala, la denominada contratación en masa, traducida en la existencia de figuras como los contratos de hecho, los celebrados por adhesión, las cláusulas generales de contratación, los contratos tipo, los contratos normativos, etc. (CARDENAS QUIROS)

2.3.4. ¿Qué es un consumidor?

Consumidor es la palabra con la que en el campo de la economía y el mercadeo se describe a aquel individuo que se beneficia de los servicios prestados por una compañía o adquiere los productos de esta a través de diferentes mecanismos de intercambio de pagos y bienes disponibles en la sociedad (compra-venta). Un consumidor es aquel que consume, aquellas compañías destinadas a producir eso que el cliente adquiere tienen la tarea de crear estrategias para que dicho consumidor sea permanentemente fiel a su marca y variedad de opciones que presentan en productos y servicios. Los consumidores son el principal interés en las empresas que producen a mayor escala, la ganancia de estas depende de un constante número de clientes

consumidores los cuales siempre aportaras números positivos a la causa, con el fin de generar más producción y estabilidad en la empresa. (Acercade, 2013)

2.3.5. ¿Qué son las cláusulas generales del contrato?

Como regla general, el contrato se perfecciona cuando confluyen las dos declaraciones de voluntad emitidas por los interesados (oferente y aceptante) con la intención de celebrar un contrato y, usualmente, con conocimiento de los alcances de las obligaciones y derechos que forman parte del programa de prestaciones que las partes diseñan de común acuerdo. En el caso de los contratos que se concluyen con arreglo a condiciones generales de contratación, al comentar los artículos 1392 y 1395 del Código Civil, la aceptación se traduce en la adhesión de una de las partes a las cláusulas predispuestas por la otra como un mecanismo de estandarización de las relaciones contractuales con el objetivo de reducir costos y dar trato uniforme a las transacciones que concierne en el mercado. (VEGA MERE)

Pero, por otro lado, también es cierto que no siempre se celebra un contrato por medio de declaraciones expresas provenientes de las partes. Por ello, se admite desde antaño la conclusión de contratos y de negocios jurídicos en general (en tanto no sujetos a una determinada formalidad solemne), por medio de comportamientos no declarativos de los cuales se infiere de modo indubitable la intención de contratar. Así resulta de lo dispuesto por el artículo 141 del Código Civil. OP CIT (VEGA MERE)

2.3.6. ¿Qué es el contrato de adhesión?

De la Puente Lavalle, M (1991) manifiesta;

El primer elemento que tipifica el contrato por adhesión es que una de las partes fija unilateralmente las estipulaciones contractuales, sin participación de la otra. Esta fijación puede ser, en teoría, previa a la oferta (...) de tal manera que normalmente el oferente fija sus estipulaciones al momento de declarar su oferta, desde que, como se verá enseguida, están destinadas a que, mediante su aceptación, se forme el contrato. Esto solo puede ser posible técnicamente si las estipulaciones constituyen la oferta, que es la declaración contractual en la cual recae la aceptación

Se produce de esta manera una primera quiebra de la libertad de modelar el contrato, pues surge quizá imperceptiblemente al principio, una parte fuerte, que impone condiciones, y una parte débil, que las acepta. El contratar en las condiciones impuestas empieza a convertirse en necesario, por ser la única manera de alcanzar la efectiva provisión de los anhelados bienes y servicios.

Por otro lado, estos bienes y servicios suelen ser provistos por empresas que ocupan, de hecho, o por derecho, una situación de monopolio (u oligopolio) que les permite controlar el mercado. No es justificable, pero si es comprensible que tales empresas caigan en la tentación de utilizar el poder que les da encontrarse en esa situación para imponer condiciones que no estén dispuestas a negociar, porque saben, a la corta o a la larga, serán acatadas. Para ello, el medio más eficaz que tienen a su disposición es el contrato.

No es característica de la contratación necesaria por adhesión que las estipulaciones fijadas por el oferente sean abusivas o vejatorias, desde que

lo que fundamentalmente busca éste es que sean inmodificables, pero no puede desconocerse que en gran número de casos no puede resistir el oferente la tentación de beneficiarse indebidamente con el contrato.

Frente al oferente se encuentra el destinatario cuyo mayor anhelo es disfrutar del bien o servicio que se le ofrece y, para lo cual, está dispuesto a doblegarse ante las estipulaciones del oferente. No es exacto, como algunos sostienen, que el destinatario acepta la oferta contra su voluntad. Por el contrario, el estado de necesidad en que se encuentra -que puede ser real o solamente psíquico (fomentado, por ejemplo, por la propaganda)- lleva al destinatario a desear la celebración del contrato tal como se lo plantea el oferente, pues ésta es la única manera como puede satisfacer su necesidad.

(DE LA PUENTE LAVALLE: 1991)

2.3.7. ¿Qué es el derecho a la información?

Como observamos en su momento la publicidad tiene un papel fundamental en la formación del consentimiento del consumidor, consentimiento que en ningún caso puede tener una base errónea, por este motivo se establecen medidas de protección como: la identificación del mensaje publicitario, el deber de información previo o la cesación y rectificación de la publicidad, a las que nos hemos referido anteriormente. (LÓPEZ GARCÍA, 2004)

2.3.8. ¿Qué son las inmobiliarias?

Una inmobiliaria es una compañía dedicada a la compra y venta de propiedades, tales como casas, departamentos, oficinas, locales, entre otros. (NUÑEZ, 2017)

2.3.9. ¿Qué es la resolución contractual?

La resolución es un remedio jurídico que presupone un contrato perfecto, pero, además, un evento sobrevenido, o un hecho (objetivo) nuevo, o un comportamiento de la contraparte, posterior a la formación del contrato, que de algún modo altere las relaciones entre las partes tal como se habían constituido originariamente, o perturbe el normal desarrollo (ejecución) del contrato, de manera que éste no pueda continuar existiendo, porque se ha modificado, o en absoluto se ha roto, aquella composición de intereses, cuya expresión constituye el contrato, y a la cual las partes han hecho referencia al celebrarlo. (MESSIENO, 1966)

2.3.10. ¿Qué es la asimetría informativa?

La autora española María José Reyes López (2009) explica los orígenes y el fundamento de esta normativa de la siguiente manera:

“El derecho de consumo nació para paliar dicha situación de desigualdad y como respuesta a la falta de una normativa que dotase de protección a los particulares frente a los riesgos producidos por las innovaciones industriales y el crecimiento de las relaciones de mercado, que utilizaban como instrumento básico los contratos tipo o las condiciones generales de contratación”.

(...)

“Esta situación dio origen a que se constatase que el particular se encontraba en una posición de desigualdad frente al empresario, que le colocaba en un estado de desprotección jurídica, contrario a los principios básicos de la contratación, establecidos para regular relaciones en las que

los sujetos contratantes parten de una situación caracterizada por garantizar el principio de igualdad entre ambos”.

(...)

“En el ámbito jurídico, estas situaciones se vieron reflejadas en la esfera contractual; en la seguridad de productos y de servicios y, finalmente, íntimamente vinculado con ello, en la de responsabilidad por los daños derivados de actos de consumo” (p. 19)

Por lo que manifiesto que la asimetría informativa se da cuando en una negociación una de las partes tiene mayor conocimiento que la otra en relación al objeto de la transacción, y como en el caso de los contratos de adhesión que son cláusulas preestablecidas se concluye que la inmobiliaria es la que goza de la mayor información y que el consumidor o usuario final ignora estipulaciones importantes pero que aun así firma el contrato porque este tiene buena fe en el contenido del documento.

Rodriguez Leon (2011) manifiesta que la asimetría de la información, se refiere al hecho que uno de los contratantes puede estar mejor informado que su contra parte, los mejores informados toman mejores decisiones en detrimento de los menos informados.

Para comprender lo explicado líneas arriba, manifestaremos lo señalado según la resolución N° 085-96-TDC de fecha 13 de noviembre de 1996; recaída en el expediente N° 005-96-CPC:

“De las dos partes es el proveedor el que se encuentra en mejor posición para poder determinar que la falla no puede serle atribuida. Ello porque el control y manejo que tiene sobre el proceso productivo y/o de comercialización y su propia experiencia de mercado le permiten, en el común de los casos, ser quien puede determinar a menor costo la idoneidad del producto. El consumidor, en la mayoría de los casos no contara con elementos suficientes como para determinar si el defecto es o no atribuible al fabricante (...) Hay que tener en cuenta, que resultaría imposible efectuar un análisis que, partiendo del supuesto contrario exija, al consumidor que demuestre la mala calidad o falta de idoneidad del producto, para lo cual tendría que contar con la misma información que tiene el proveedor respecto del bien, lo que supondría elevar excesivamente sus costos de prueba⁷”

El Código del Protección y Defensa al Consumidor, señala como Asimetría Informativa: Característica de la transacción comercial por la cual uno de los agentes, el proveedor suele tener mayor y mejor información sobre los productos y servicios que ofrece en el mercado a los consumidores⁸. Así como también manifiesta sobre el Principio de Corrección de la Asimetría: “Las normas de protección al consumidor buscan corregir las disposiciones o malas prácticas generadas por la asimetría informática o la situación de desequilibrio que se presente entre los proveedores o consumidores, sea en la contratación o en cualquier otra situación relevante, que coloquen a los

⁷ Resolución N° 085-96-TDC de fecha 13 de noviembre de 1996; recaída en el expediente N° 005-96-CPC

⁸ Código del Protección y Defensa al Consumidor. Artículo IV del Título Preliminar – Definiciones.

segundos en una situación de desventaja respecto de los primeros al momento de actuar en el mercado⁹”

2.3.11. ¿Qué son cláusulas?

Las cláusulas generales de contratación son disposiciones generales y abstractas que integrarán la oferta de una serie indefinida de contratos individuales y que adquirirán fuerza vinculante sólo una vez celebrados los correspondientes contratos.

El Código Civil define las cláusulas generales de contratación en el artículo 1392^o como:

“aquellas redactadas previa y unilateralmente por una persona o entidad, en forma general y abstracta, con el objeto de fijar el contenido normativo de una serie indefinida de futuros contratos particulares, con elementos propios de ellos”

2.3.12. ¿Qué son cláusulas abusivas?

Según Francesco Messineo, las cláusulas abusivas están dirigidas a "mantener a la contraparte en condiciones de inferioridad jurídica o, peor, a agravar esta situación" (MESSINEO, 2007). Manuel De la Puente las define como "aquellas cláusulas generales de contratación que alteran, en ventaja del predisponente, el equilibrio entre los derechos y obligaciones contractuales de las partes (DE LA PUENTE Y LAVALLE, 2007). La esencia de estas cláusulas consiste pues en agravar la situación del adherente con respecto al régimen legal contractual, resultando en una ventaja excesiva e indiscriminada a favor del predisponente (CALDERON ROJAS).

⁹ Código del Protección y Defensa al Consumidor. Artículo V del Título Preliminar – Principios.

2,3,13 ¿Qué es el principio de buena fe?

La buena fe un principio general del derecho. En el ámbito del derecho de consumo significa que debe existir lealtad y confianza entre las partes (numero 5, articulo V del Código); y en los contratos por adhesión exige tratar al consumidor en forma leal y equitativa y no aprovecharse de la situación de desequilibrio contractual en la que se encuentra.

En el preámbulo de la Directiva 93/12/CEE del Consejo Europeo, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con los consumidores, se considera lo siguiente respecto a la buena fe

“que en la apreciación de la buena fe hay que prestar especial atención a la fuerza de las respectivas posiciones de negociación de las partes (...)”

2.3.14 ¿Cuáles son los Derechos del consumidor frente a los contratos de adhesión?

El surgimiento de la globalización y el nacimiento de nuevas formas contractuales para acaparar las necesidades de las personas dan lugar a los contratos de adhesión. “El contrato es por adhesión cuando una de las partes, colocada en la alternativa de aceptar o rechazar íntegramente las estipulaciones fijadas por la otra parte, declara su voluntad de aceptar”

Ante el crecimiento desmedido de contratos de adhesión y la desprotección a los consumidores/usuarios que se adherían a ellos, surgen

los derechos al consumidor que es respaldo legal que recibe el consumidor por parte del Estado.

El principio contractual contenido en el artículo 1362 del Código Civil exige un cierto grado de lealtad, honestidad y en algunas ocasiones de cooperación entre las partes, en todas las fases que comprende el contrato (negociación, celebración y ejecución), lo que supone una plena observancia a todas las circunstancias particulares que atañen a la naturaleza del contrato celebrado, que desde luego merecen especial atención al momento en que una de ellas solicite el cumplimiento de la prestación a cargo de la otra; ello en aras de proteger el interés común que los ha motivado a celebrar un negocio jurídico. (Cas. N° 3608-2014-LIMA)

En general podemos decir que el consumidor cuenta con tres derechos (que a la vez se constituyen en obligaciones del proveedor): información, idoneidad y no discriminación (MAVARÍ CONTRERAS).

El consumidor es quien sabe, mejor que nadie, que es lo que le interesa y le conviene, siempre y cuando tenga la información que le permita tomar adecuadamente sus decisiones de consumo.

Los proveedores suelen tener mayor y mejor información que los consumidores dada su experiencia en el mercado. Esto es lo que se conoce como asimetría informativa y trae como consecuencia que se eleven los costos de transacción, es decir, aquellos costos que las partes deben asumir para celebrar un contrato acorde a los intereses de ambas partes. Mientras más costoso o difícil se vuelve contratar, menos dinámico se vuelve el mercado y, consecuencia, se desarrolla menos.

Entonces ¿Qué información debe brindar el proveedor? El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para

tomar su decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.

La información relevante se considera toda aquella sin la cual no se hubiera efectuado en términos substancialmente y distintos. Para ello se debe examinar si a la información omitida desnaturaliza las condiciones en que se realizó la oferta al consumidor. En tal sentido, la información debe ser veraz, suficiente, de fácil composición, apropiada, oportuna y fácilmente accesible, debido a ser brindada en idioma castellano.

El código quiere evitar que el consumidor caiga en confusiones, por lo tanto, valora negativamente el brindar información excesiva o sumamente compleja, atendiendo a la naturaleza del producto adquirido o al servicio contratado. Como es lógico, está prohibida la información u omisión que induzca a error respecto a la cantidad, calidad, precio, origen, modo de fabricación, componentes, etc., de los productos o servicios ofrecidos.

2.3.15. ¿Cuál es el deber especial de protección de los derechos de los usuarios y consumidores?

Detallaremos los fundamentos más importantes (siendo mi mejor parecer) de la STC: N° 0858-2003-AA/TC – fecha 24 de marzo del 2004.

Numeral N° 9 de los fundamentos:

En el ámbito de los usuarios y consumidores, ese deber especial de protección se encuentra establecido expresamente en el artículo 65° de la Constitución. Dicho precepto constitucional establece que “El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios”. Para tal efecto, garantiza

“el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado”, así como vela, “en particular, por la salud y la seguridad de la población”.

Numeral N° 10 de los fundamentos

En los fundamentos jurídicos N° 27 y siguientes de la STC 0008-2003-AI/TC, el Tribunal Constitucional sostuvo que “Así como la Constitución protege a los agentes económicos encargados de establecer la oferta en el mercado, a partir del ejercicio de los derechos de libre empresa, comercio e industria, con igual énfasis protege al individuo generador de demanda, es decir, al consumidor o el usuario.

El consumidor –o usuario- es el fin de toda actividad económica; es decir, es quien cierra el círculo económico satisfaciendo sus necesidades y acrecentando su bienestar a través de la utilización de una gama de productos y servicios. En puridad, se trata de una persona natural o jurídica que adquiere, utiliza o disfruta de determinados productos [como consumidor] o servicios [como usuario] que previamente han sido ofrecidos al mercado.

Es indudable que la condición de consumidor o usuario se produce a través de la relación que éste entabla con un agente proveedor – independientemente de su carácter público o privado–, sea en calidad de receptor o beneficiario de algún producto, sea en calidad de destinatario de alguna forma de servicio.

En consecuencia, la condición de consumidor o usuario no es asignable a cualquier individuo o ente, sino a aquel vinculado a los agentes proveedores dentro del contexto de las relaciones generadas por el mercado, las cuales

tienen como correlato la actuación del Estado para garantizar su correcto desenvolvimiento.

[...]

La Constitución prescribe en su artículo 65° la defensa de los intereses de los consumidores y usuarios, a través de un derrotero jurídico binario; vale decir, establece un principio rector para la actuación del Estado y, simultáneamente, consagra un derecho subjetivo. En cuanto a lo primero, el artículo tiene la dimensión de una pauta básica o postulado destinado a orientar y fundamentar la actuación del Estado respecto a cualquier actividad económica. Así, el juicio estimativo y el juicio lógico derivado de la conducta del Estado sobre la materia, tienen como horizonte tuitivo la defensa de los intereses de los consumidores y los usuarios. En cuanto a lo segundo, la Constitución reconoce el derecho de defenderse de los consumidores y usuarios en los casos de transgresión o desconocimiento de sus legítimos intereses; es decir, reconoce el derecho de exigir al Estado una actuación determinada cuando se produzca alguna forma de amenaza o afectación efectiva de los derechos de consumidor o usuario, incluyendo la capacidad de acción contra el propio proveedor”.

Numeral N° 11 de los fundamentos.

En la misma STC 0008-2003-AI/TC, el Tribunal sostuvo que, “De acuerdo con lo establecido por el artículo 65° de la Constitución, el Estado mantiene con los consumidores o usuarios dos obligaciones genéricas; a saber:

- a) Garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que estén a su disposición en el mercado. Ello implica la consignación de datos veraces, suficientes, apropiados y fácilmente accesibles.

(...)

Numeral N° 13 de los fundamentos.

Por ello, a juicio del Tribunal Constitucional, la primera parte del artículo 65 de la Constitución contiene un genérico deber especial de protección del consumidor y usuario que asume el Estado, cuyas formas como puede concretizarse, se traducen, sólo de manera enunciativa en garantizar “el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado”, así como en velar, “en particular, por la salud y la seguridad de la población”.

Estas concretizaciones del deber especial de protección sobre los derechos e intereses de los consumidores y usuarios no se agotan allí, puesto que incluyen la expedición de directivas, el establecimiento de procedimientos administrativos, la aplicación de las leyes y reglamentos de conformidad con los derechos fundamentales, entre muchos otros factores a tomarse en consideración.

2.3.16. Análisis de derecho comparado:

Venezuela:

En Venezuela, el Tribunal Supremo de Justicia considera que son características esenciales de un contrato por adhesión, las siguientes:

1) La oferta tiene un carácter general y permanente, dirigida a persona indeterminada y siendo mantenida por tiempo ilimitado; 2) La oferta generalmente emana de un contratante dotado de cierto poder económico, bien sea originado por sus propias fuerzas o como consecuencia de la unión con otras empresas análogas.3) El objeto del contrato es la prestación de un

servicio privado, pretendido por un sector privilegiado de la comunidad y que solamente la persona jurídica puede proporcionar. 4) La oferta puede aparecer bajo la forma o formato cuyas condiciones generales se presentan en bloque a los futuros adherentes particulares; y 5) El contrato comprende una serie de cláusulas establecidas generalmente en interés del oferente y en pequeña monta a favor del futuro adherente particular”

Colombia:

Encontramos la Ley N° 1480 Estatuto del Consumidor Ley N° 1480- (2011). En diario Oficial N° 48.220. Colombia que establece entre los derechos de los consumidores y usuarios la protección contractual que significa “ser protegido de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión, en los términos de la presente ley”

Ecuador:

En Ecuador encontramos la Ley Orgánica de Defensa del Consumidor - Ley N° 2000-21 Ley Orgánica de Defensa del Consumidor. En Registro Oficial N° 520. Ecuador - la cual en su capítulo VII establece artículos para la Protección Contractual, como que el contrato debe ser redactado con caracteres legibles, en términos claros y comprensibles, escritos en castellano; además prohíbe cláusulas que eximan, atenúen o limiten la responsabilidad de los proveedores por vicios en los bienes o servicios prestados.

España:

Ley General para la Protección de los Consumidores y Usuarios
- Ley General para la Protección de los Consumidores y Usuarios (2007). Boletín Oficial N° 287 del Estado. Madrid- no habla de los contratos de adhesión sino de las cláusulas no negociables individualmente, estableciendo los requisitos que debe presentar su sometimiento a la aprobación y control de las Autorizaciones Publicas, y la obligación de los Notarios y los Registradores de la Propiedad y Mercantiles de informar a los usuarios y consumidores.

2.4. Definiciones de términos básicos

- ✚ **ASIMETRÍA:** 1. f. Falta de simetría.
- ✚ **ADHESIÓN:** Del lat. adhaesio, -ōnis. 1. f. Acción y efecto de adherir o adherirse. 2. f. Fís. Fuerza de atracción que mantiene unidas moléculas de distinta especie química.
- ✚ **ABUSO:** 1. m. Acción y efecto de abusar.
- ✚ **CLAUSULAS:** Disposición de un contrato, tratado, testamento o cualquier otro documento similar, público o privado, que expresa alguna condición.
- ✚ **CLÁUSULAS ABUSIVAS:** Aquellas estipulaciones contractuales que no han sido negociadas individualmente por el consumidor y que, en contra de la buena fe, causan en perjuicio del consumidor un desequilibrio importante en los derechos y obligaciones que derivan de un contrato
- ✚ **CONTRATO:** 1. m. Pacto o convenio, oral o escrito, entre partes que se obligan sobre materia o cosa determinada, y a cuyo cumplimiento pueden ser compelidas.

- ✚ **CONTRATO DE ADHESIÓN:** Der. Esp. contrato que se constituye por el mero consentimiento de una parte, que acepta sin discusión los contenidos de la oferta de la otra parte.
- ✚ **CONTRATO DE CONSUMO:** Contrato de consumo es el celebrado a título oneroso entre un consumidor final –persona física o jurídica–, con una persona física o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada y que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los mismos por parte del primero, para su uso privado, familiar o social.
- ✚ **CONSUMIDOR:** 1. adj. Que consume. 2. m. y f. Persona que adquiere productos de consumo o utiliza ciertos servicios.
- ✚ **ONEROSO:** Del lat. onerōsus. 1. adj. Pesado, molesto o gravoso.
- ✚ **USUARIO:** 1. adj. Que usa algo. 2. adj. Der. Dicho de una persona: Que tiene derecho de usar de una cosa ajena con cierta limitación

**CAPÍTULO III:
PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE
RESULTADOS**

3.1 Análisis de tablas

3.2 Discusión de resultados

CAPÍTULO III

PRESENTACIÓN, ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

3.1 Análisis de tablas

Cuadro 1

Pregunta al perito del problema planteado	Respuesta del Abogado 1	Respuesta del Abogado 2	Respuesta del abogado 3	Interpretación
¿Cree usted que los contratos de adhesión entre el usuario y las inmobiliarias cumplen su función?	No, ya que no existe oportunidad de negociación, quiere decir que una parte impone y la otra solo acepta.	Si cumplen su función de adherir a una de las partes (Consumidor) hacia la voluntad de la otra (inmobiliaria).	Si, ya que una de las partes acepta los términos y condiciones de la otra.	Podemos analizar que para dos de los tres abogados entrevistados los contratos de adhesión si cumplen con su función, si embargo para uno de los tres abogados dichos contratos de adhesión no están cumpliendo con el objeto para el que fueron creados.

Cuadro 2

Pregunta al perito del problema planteado	Respuesta del Abogado 1	Respuesta del Abogado 2	Respuesta del abogado 3	Interpretación
<p>¿Cree usted que los contratos de adhesión son ejecutados cumpliendo con su objetivo?</p>	<p>No, ya que aprovechan la desigualdad de información para imponer cláusulas que perjudican al consumidor.</p>	<p>No, ya que el objetivo de la existencia de los contratos de adhesión es afrontar la contratación masiva mas no el aprovechamiento de la parte que goza de todas las armas y conocimiento.</p>	<p>No considero que cumplan su objetivo lo que sí puedo percibir es el uso indiscriminado de este tipo de contrato.</p>	<p>Según se puede percibir en relación a las opiniones manifestada es que se ha tergiversado el uso del contrato de adhesión que actualmente no cumple el objetivo por el cual fue creado.</p>

Cuadro 3

Pregunta al perito del problema planteado	Respuesta del Abogado 1	Respuesta del Abogado 2	Respuesta del abogado 3	Interpretación
<p>¿Considera usted que la buena fe del consumidor es motivo para que las inmobiliarias inserten en los contratos de adhesión las cláusulas abusivas?</p>	<p>La buena fe entre las partes es el pilar para la existencia de un contrato en buenos términos y donde ambas partes arriban a un acuerdo según sus voluntades, sin embargo, las inmobiliarias aprovechan la buena fe del comprador (consumidor) para imponer en los contratos de adhesión las cláusulas abusivas.</p>	<p>Considero que la buena fe que tiene el consumidor es el causante del abuso que sufre económico que sufren por parte de las inmobiliarias ya que valiéndose de este principio imponen cláusulas que resultan ser onerosas para su cumplimiento por parte del consumidor.</p>	<p>La buena fe es la confianza que deposita una de las partes para la ejecución de un acto jurídico, por lo que en esta situación las empresas inmobiliarias están valiéndose de esta para abusar de los consumidores imponiéndoles cláusulas perjudiciales.</p>	<p>Como podemos concluir las empresas inmobiliarias se aprovechan descaradamente de la buena fe del consumidor para imponerle cláusulas abusivas perjudiciales y excesivamente onerosas al cumplimiento.</p>

Cuadro 4

Pregunta al perito del problema planteado	Respuesta del Abogado 1	Respuesta del Abogado 2	Respuesta del abogado 3	Interpretación
<p>¿Considera usted que las inmobiliarias se aprovechan de la asimetría informativa para imponer cláusulas abusivas en los contratos de adhesión?</p>	<p>Claro que se aprovechan de la asimetría informativa ya que el desconocimiento de una de las partes genera que la parte que tiene pleno conocimiento no solo de la forma sino del fondo del contrato de adhesión aproveche dicha brecha existente para imponer cláusulas abusivas.</p>	<p>Debemos entender primero que la asimetría informativa como si mismo nombre lo indica es la desigualdad de información que existe o que tiene ambas partes en relación a un mismo tema, lo cual no es una realidad ajena cuando las inmobiliarias imponen cláusulas abusivas en los contratos de adhesión.</p>	<p>Considero que las inmobiliarias si se aprovechan de la brecha de conocimiento que existe entre ambas partes, ya que mientras la inmobiliaria tiene el conocimiento total en relación a dicho contrato el consumidor tiene conocimiento escaso en relación al mismo, por lo que las inmobiliarias aprovechan el abismo de conocimientos que existen para imponer las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión.</p>	<p>Se concluye que las inmobiliarias si se aprovechan de la asimetría informativa para imponer las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión.</p>

Cuadro 5

Pregunta al perito del problema planteado	Respuesta del Abogado 1	Respuesta del Abogado 2	Respuesta del abogado 3	Interpretación
<p>¿Cree usted que son adecuadas la existencia e inclusión de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión?</p>	<p>No son adecuadas ya que no habla de una simple inclusión sino de una imposición de cláusulas en los contratos de adhesión, y dicha imposición de por si vulnera los principios y derechos del consumidor.</p>	<p>Creo que no es idóneo que exista dicha figura jurídica como son los contratos de adhesión ya que actualmente no están cumpliendo con su objetivo sino se direccionan a ejercer un abuso del derecho mediante la imposición de las cláusulas+ abusivas.</p>	<p>Desde la perspectiva legal no son adecuadas ya que limitan los derechos de los consumidores al no poder negociar sobre el fondo del contrato de adhesión.</p>	<p>Concluyo que la imposición o mal llamada inclusión de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión vulneran los derechos del consumidor ya que limitan su deseo de querer negociar en relación de algunas cláusulas pre- dispuestas en los contratos de adhesión.</p>

Cuadro 6

Pregunta al perito del problema planteado	Respuesta del Abogado 1	Respuesta del Abogado 2	Respuesta del abogado 3	Interpretación
<p>¿Los contratos de adhesión vulneran los derechos del consumidor? ¿Por qué?</p>	<p>Si los vulneran ya que las inmobiliarias aprovechan la necesidad de las personas por adquirir una vivienda, así como el desconocimiento que el consumidor tiene en relación al contenido del contrato de adhesión ya que ellos no pueden ni imponer ni suprimir alguna cláusula.</p>	<p>Si, ya que los contratos de adhesión es una forma que tienen las inmobiliarias para imponer las reglas del juego para con el consumidor y al ser estas aceptadas o rechazadas en bloque, muchas veces el consumidor las acepta sin conocer el trasfondo de dichas cláusulas las mismas que son abusivas y vulneran los derechos del consumidor.</p>	<p>Si los vulneran ya que contraviene el principio de igualdad ante de la ley quiere decir que al imponer cláusulas en un contrato para ser aceptadas rechazadas de bloque prohíbe al consumidor negociar en relación del fondo del contrato.</p>	<p>Se determina que la existencia y aplicación de los contratos de adhesión si vulnera los derechos del consumidor ya que limita a que este pueda negociar por ejemplo duración de contrato, interés, entro otras cláusulas pre- existentes.</p>

3.2 Discusión de resultados

De acuerdo a los datos obtenidos, el presente trabajo de investigación responde al resultado de que las cláusulas que contraviene la buena fe del consumidor son impuestas de manera abusiva en los contratos de adhesión que suscribe el consumidor con las inmobiliarias; por lo que se determina que:

1. Que la encuesta respalda nuestro supuesto en el sentido que se puede determinar la vulneración de los derechos al consumidor que las inmobiliarias ejecutan al consumidor cuando este resuelve el contrato de adhesión suscrito con ellas ya que la asimetría de información, obteniendo ganancias económicas que podrían determinarse como apropiación ilícita lo cual configura un hecho penal.

3.3. Conclusiones:

- ✚ Si, se vulneran los derechos del consumidor por parte de las empresas inmobiliarias debido a las cláusulas abusivas que están adheridas en los contratos de adhesión cuando estos (consumidores) las resuelven, ya que al ser un contrato de adhesión se le obliga a la parte más débil (consumidor) a aceptarlas o rechazarlas de bloque, puesto que no se puede negociar ni las cláusulas ni el contenido del contrato.
- ✚ Las empresas aprovechan la existencia de la asimetría informativa y buena fe por parte del consumidor, para obtener ventaja sobre la formulación de cláusulas, y exigir al usuario el “cumplimiento de clausula penal” con sumas dinerarias exorbitantes.
- ✚ El perjuicio de la esfera patrimonial del consumidor es innegable ya que, al cancelar sumas dinerarias superior al salario mínimo, sin determinar la razón sustancial del incumpliendo contractual, genera excesiva onerosidad al usuario.
- ✚ En el derecho comparado, si se regula las cláusulas abusivas, en unas más que otras, pero al igual que a Perú, al ser un derecho novedoso (Derecho del Consumidor) siempre se encontrara en constante cambio para bien de los usuarios.

3.4. Recomendaciones:

- ✚ El órgano encargado debe supervisar inopinadamente a las empresas de telefonía móvil, para constatar que la asimetría informativa es la mínima posible.

3.5. Fuentes de la información:

- # ARIAS-SCHREIBER PEZET, M. (1995). *Exégesis del Código Civil peruano de 1984*. LIMA: GACETA JURIDICA.
- # BELTRÁN PACHECO, J. (s.f.). "Análisis y funciones de la responsabilidad civil: impacto en la víctima y en la sociedad".
- # BOHÓRQUEZ ORDUZ, A. (2004). . *De los negocios jurídicos en el Derecho Privado Colombiano Generalidades*. Bogota: Doctrina y Ley Ltda.
- # CABANILLAS SÁNCHEZ, A. (1995). "El ámbito de la responsabilidad precontractual o culpa in contrahendo". *REVISTA CRITICA DEL DERECHO INMOBILIARIO*.
- # CANTARELLI, L. (2004). *Daño al interés negativo*. Buenos Aires: Universidad de Belgrano.
- # CÁRDENAS QUIRÓS, C. (s.f.). "Las cláusulas generales de contratación y el control de las cláusulas abusivas". *IUS EST VERITA*.
- # CÁRDENAS QUIRÓS, C. (s.f.). "Las cláusulas generales de contratación y el control de las cláusulas abusivas". *IUS IT VERITAS*.
- # Cárdenas, Y. G. (2011 de Febrero de 2011).
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/seminariotallerdpc/>. Obtenido de LA RESOLUCIÓN CONTRACTUAL Y OTRAS RESOLUCIONES CONEXAS:
<http://blog.pucp.edu.pe/blog/seminariotallerdpc/2011/02/01/la-resolucion-contractual-y-otras-resoluciones-conexas/>
- # CARRANZA ÁLVAREZ, C. (2013). Excesiva onerosidad de la prestación causada por acontecimientos sobrevinientes al contrato. En G. JURIDICA, *LOS CONTRATOS, CONSECUENCIA JURIDICA DE SU INCUMPLIMIENTO*. LIMA: GACETA JURIDICA.

- ✚ Chávez, R. R. (2014). EL CONSUMIDOR Y LA CLAUSULA ABUSIVA DE PRORROGA O RENOVACION UNILATERAL DEL CONTRATO DE CONSUMO. *Derecho y Cambio Social*.
- ✚ DE LA PUENTE LAVALLE, M. (s.f.). *El contrato en general*.
- ✚ DE LA PUENTE Y LAVALLE, M. (2007). *El Contrato en General. Comentarios a la Sección Primera del Libro VII del Código Civil*. . Lima: Palestra.
- ✚ DIEZ PICAZO, L. (1996). *Fundamentos de Derecho Civil Patrimonial*. Madrid: Civitas.
- ✚ DÍEZ-PICAZO, L. y. (2004). *Sistema de Derecho Civil*. MADRID: TECNOS.
- ✚ DURAND CARRIÓN, J. B. (2007). *TRATADO DEL DERECHO DEL CONSUMIDOR EN EL PERÚ*. LIMA: UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES.
- ✚ Espinoza Espinoza, J. (2013). *Derecho de la Responsabilidad Civil*. Lima: Editorial Rodhas S.A.C.
- ✚ ESPINOZA ESPINOZA, J. y. (2006). *NORMAS DE LA PUBLICIDAD EN DEFENSA DEL CONSUMIDOR*. RODHAS: LIMA.
- ✚ FERNÁNDEZ FERNÁNDEZ, C. A. (s.f.). “Los contratos masivos en el tráfico comercial económico” . *LUMEN-Revista de la Facultad de Derecho de la Universidad Femenina del Sagrado Corazón*.
- ✚ FERNÁNDEZ SESSAREGO, C. (s.f.). “La ‘Antijuridicidad’ como problema”.
- ✚ FRANCIOSI, L. M. (2009). *Trattative e due diligence. Tra culpa in contrahendo e contratto*,. Milano: Giuffrè.

- ✚ GACETA CIVIL & PROCESAL CIVIL. (2013). *LOS CONTRATOS CONSECUENCIA JURIDICA DE SU INCUMPLIMIENTO*. LIMA: GACETA JURIDICA.
- ✚ GARCÍA RUBIO, M. P., & OTERO CRESPO, M. “. (s.f.). La responsabilidad precontractual en el Derecho contractual europeo”. *REVISTA PARA EL ANALISIS DEL DERECHO*.
- ✚ GOLDBERG, V. P. (1974). The Bell Journal of Economics and Management Science. *The Economics of Product and Imperfect Information*.
- ✚ Hervias, R. M. (2004). Responsabilidad por incumplimiento de obligaciones de las Administradoras de Fondos de Pensiones. *Revista Jurídica del Perú*.
- ✚ Lima Marques, C. (2000). A proteção do consumidor: aspectos de Direito Privado regional e geral. Rio de Janeiro,.
- ✚ Lorenzetti, R. L. (2009). *Consumidores*. Santa Fe: Rubinzal-Culzoni.
- ✚ Maiorca, C. (s.f.). Lima.
- ✚ Messineo, F. (1955). *Manual de Derecho Civil y Comercial*. Buenos aires: Ediciones Jurídicas Europa-América.
- ✚ MIRANDA CANALES, M. (s.f.). “*Teoría General de los Contratos*”. Lima: Jeas.
- ✚ MOISSET DE ESPANÉS, L. (2005). *Estudios de Derecho Privado Contemporáneo-Teoría General, Contratación Predispuesta, de Consumo y Financiera* . Trujillo: Industria Grafica Libertad.
- ✚ MOSSET ITURRASPE, J. (1994). *Interpretación económica de los contratos. Justicia Contractual*. Santa Fe: Rubinzal Culzoni.

- ✚ OJEDA RODRÍGUEZ, N. d. (2003). *“Justicia contractual: principios de la buena fe y del justo equilibrio de las prestaciones en la contratación”*. La Habana: Félix Varela.
- ✚ PALACIOS PIMENTEL, G. H. (s.f.). *Contratos*. Lima: HUALLAGA E.I.R.Ltda.
- ✚ PATRÓN SALINAS, C. A. (2001). *“¿Mentiras verdaderas?: Reflexiones en torno de la regulación del derecho contractual”*. Lima: Freundt- Thurne, Úrsula.
- ✚ Pérez Cortez, C. D. (2013). La responsabilidad precontractual. En G. JURIDICA, *LOS CONTRATOS, CONSECUENCIAS JURIDICAS DE SU INCUMPLIMIENTO*. LIMA: GACETA JURIDICA.
- ✚ Pontificia Universidad Católica del Perú. (1980). *Proyectos y Anteproyectos de la Reforma del Código Civil*. . Lima: Fondo.
- ✚ REZZONICO, J. C. (1987). *Contratos con Cláusulas Predispuestas. Condiciones Negociales Generales*. Buenos aires: Astrea.
- ✚ REZZONICO, J. C. (s.f.). *Contratos con cláusulas predispuestas*.
- ✚ RODRIGUEZ GARCÍA, G. M. (s.f.). *¿ASIMETRÍA INFORMATIVA O DESIGUALDAD EN EL MERCADO?: APUNTES SOBRE EL VERDADERO ROL DE LA PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR*. *FORO JURIDICO 8*.
- ✚ ROMERO ZAVALA, L. (2017). *DERECHO DE LOS CONTRATOS EN EL CÓDIGO CIVIL PERUANO*. LIMA: FFCAAT.
- ✚ Rubio Correa, M. (1993). *Estudio de la Constitución Política del Perú*. . LIMA: PUCP.
- ✚ Salvi, C. (s.f.). *Responsabilita extracontrattuale*.

- ✚ SÁNCHEZ ESPINOZA, C. E. (2015). "DERECHO DE ELECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES MEDIANTE LAS DECLARACIONES DE LOS PROVEEDORES DE ALIMENTOS ENVASADOS DESTINADOS AL CONSUMO HUMANO". *TESIS*. LIMA: UNIVERSIDAD SAN MARTIN DE PORRES.
- ✚ SCOGNAMIGLIO, R. (1996). *Teoría General del Contrato*. Bogota.
- ✚ Scognomiglio, R. (s.f.). *Voz Responsabilita Civile*. Torino.
- ✚ SOTO COAGUILA, C. A. (s.f.). "*Las cláusulas generales de contratación y las cláusulas abusivas en los contratos predispuestos*". Jurista.
- ✚ STIGLER, G. J. (1961). *The Journal of Political Economy*. *The Economy of Information*.
- ✚ STIGLITZ, G. A. (1985). *Contratos por Adhesión, Cláusulas Abusivas y Protección al Consumidor*. Argentina: Editorial Depalma.
- ✚ TOMÁS MARTÍNEZ, G. (s.f.). "Naturaleza de la Responsabilidad Precontractual (Culpa In Contrahendo) en la armonización jurídica". *REVISTA DE DERECHO*.
- ✚ VIDAL RAMÍREZ, F. (s.f.). "Tratado de la interpretación del contrato en América Latina". "*La interpretación del contrato en el Derecho peruano*".
- ✚ VINAIXA MIQUEL, M. (1968). "*La calificación de la responsabilidad precontractual en el marco del Convenio de Bruselas de 1968*". Obtenido de dialnet: <http://dialnet.unirioja.es/servlet/>
- ✚ ZANNONI. (1977). *El daño en la responsabilidad civil*. BUENOS AIRES: ASTREA.

ANEXOS

Anexo: 1 Matriz de consistencia

Anexo: 2 Guía de entrevista con preguntas abiertas

Anexo: 3 Ficha de validación del instrumento. Juicio de expertos.

Anexo: 4 Proyecto de Ley.

Anexo: 1 Matriz de consistencia

Problemas	Objetivo	Supuesto	Categoría	Metodología
<p>Problema general ¿Los contratos de adhesión vulneran los derechos del consumidor inmobiliario cuando se resuelve unilateralmente?</p> <p>Problemas Específicos A. ¿Qué, la empresa inmobiliaria al ejercer las cláusulas abusivas como consecuencia de la resolución del contrato de adhesión por parte del usuario le genera al consumidor una excesiva onerosidad?</p> <p>B. ¿Qué, las empresas inmobiliarias se aprovechan de la asimetría informativa para lesionar contractualmente al consumidor débil?</p> <p>C. ¿Qué, la legislación nacional tiene un vacío legal en relación a las cláusulas abusivas y los contratos de adhesión lo que permite el abuso por parte de las inmobiliarias hacia el usuario o consumidor final?</p>	<p>Objetivo general Determinar la vulneración de los derechos al consumidor que la empresa inmobiliaria ejecuta al consumidor cuando este resuelve el contrato de adhesión suscrito con ellas.</p> <p>Objetos específicos A) Determinar el perjuicio en la esfera patrimonial del consumidor al momento de resolver el contrato de adhesión suscrito con empresas de inmobiliarias.</p> <p>B) Establecer el grado en que la omisión de información influye en el consumidor al momento de firmar el contrato de adhesión suscrito con empresas inmobiliarias.</p> <p>C) Analizar si en el derecho comparado se regula de manera explícita las cláusulas abusivas en contratos de adhesión de empresas inmobiliarias.</p>	<p>Si, se vulneran los derechos del consumidor por parte de las empresas inmobiliarias cuando el usuario los resuelve unilateralmente debido a la existencia de las cláusulas abusivas.</p>	<p>Categorías Derecho Civil</p> <p>Derecho del Consumidor.</p> <p>Subcategorías _Contexto jurídico _Realidad provincial _Régimen económico</p>	<p>Enfoque: Cualitativo. Trata de ampliar el conocimiento teórico del problema.</p> <p>Tipo: Básico, elaborar teoría científica.</p> <p>Diseño: Teoría fundamentada, voy hacer entrevistas con preguntas abiertas.</p> <p>Método: Inductivo fenomenológico.</p> <p>Nivel: Descriptivo teórico. (Entrevistas).</p> <p>Instrumento: Cuestionario con preguntas abiertas.</p> <p>Población: Abogados de Piura.</p> <p>Muestra: 3 Abogados</p>



Facultad de Derecho y Ciencia Política
Escuela Académica Profesional

Anexo: 2 Instrumentos: Guía de entrevista con preguntas abiertas
Guía de entrevista

Estimado señor abogado especializados en Derecho Civil que ejercen de manera independiente en la ciudad de Piura, el presente cuestionario con preguntas abiertas es parte de una investigación denominada “Vulneración a los derechos del consumidor respecto a las cláusulas de los contratos de adhesión por parte de las inmobiliarias, Piura 2020”, tiene por finalidad la obtención de acumular conocimiento teórico del problema planteado, es así que esta entrevista debe ser respondida con sinceridad por su persona, puede ser escrita en WORD o puede en una entrevista al cual usted debe escoger el día y la hora.

1. ¿Cree usted que los contratos de adhesión entre el usuario y las inmobiliarias cumplen su función?
2. ¿Cree usted que los contratos de adhesión son ejecutados cumpliendo con su objetivo?
3. ¿Considera usted que la buena del consumidor es motivo para que las inmobiliarias inserten en los contratos de adhesión las cláusulas abusivas?
4. ¿Considera usted que las inmobiliarias se aprovechan de la asimetría informativa para imponer cláusulas abusivas en los contratos de adhesión?
5. ¿Cree usted que son adecuadas la existencia e inclusión de las cláusulas abusivas en los contratos de adhesión?
6. ¿Los contratos de adhesión vulneran los derechos del comedor? ¿Por qué?

Anexo: 3 Ficha de validación del instrumento. Juicio de expertos.

Anexo: 4 Proyecto de Ley

PROYECTO DE LEY

PROYECTO DE LEY QUE DISMINUYA LA ASIMETRIA INFORMATIVA, QUE LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS, INSTALEN EN EL ADVERSO DE LA PUBLICIDAD DE ADQUISIÓN DE LOTES DE TERRENO, COMO SE DETERMINA LA CLAUSULA PENAL.

FÓRMULA LEGAL

DE LEY QUE DISMINUYA LA ASIMETRIA INFORMATIVA, QUE LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS, INSTALEN EN EL ADVERSO DE LA PUBLICIDAD DE ADQUISIÓN DE LOTES DE TERRENO, COMO SE DETERMINA LA CLAUSULA PENAL.

Artículo 1.- Ámbito de Aplicación

La presente ley es aplicable a todas empresas de telefonía móvil, que realicen contratos de adhesión. Dentro de los alcances del CODIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR- Ley 29571, y en extensión al Principio de Corrección de la Asimetría. - Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría

informativa o la situación de desequilibrio (inciso 4 del artículo V del Título Preliminar)

Artículo 2.- Equidad de información.

Que, las empresas inmobiliarias instalen en el adverso de la publicidad de planes de adquisición de lotes de terreno, departamento, minidepartamento y otros conexos, la existencia de la cláusula penal y la fórmula para determinarla.

I. EXPOSICIÓN DE MOTIVOS

La equidad es cualidad que consiste en dar a cada uno lo que se merece en función de sus méritos o condiciones¹⁰.

Que las partes intervinientes en un contrato tengan la información necesaria para la firma del mismo es fundamental. Y este hecho no debe ser la excepción en los contratos de adhesión ya que con mayor razón el consumidor debe saber todo lo referente a las cláusulas inmersas en los contratos de adhesión con las empresas de telefonía móvil, por el servicio que brindan, ya que los contratos de adhesión se aceptan o rechazan en su totalidad, no hay cavidad para la negociación de estas.

¹⁰ Diccionario Google

<https://www.google.com.pe/search?q=equidad+que+es&oq=equidad+que+es+&aqs=chrome..69i57j0l5.90822j0j4&sourceid=chrome&ie=UTF-8>

Asimetría de la información, se refiere al hecho que uno de los contratantes puede estar mejor informado que su contra parte, los mejores informados toman mejores decisiones en detrimento de los menos informados¹¹.

La asimetría informativa, siempre va a existir ya que los proveedores por el simple hecho de serlo, tendrán conocimiento más amplio sobre el producto o servicio que brindan, es por ello que este proyecto de ley busca equilibrar de cierta manera los conocimientos en ambos extremos, y con respaldo, del código de protección al derecho del consumidor, lucha contra la asimetría informativa tal como lo estipula el inciso 4° del artículo V del título preliminar **Principio de Corrección de la Asimetría. - Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio.**

1.1 MARCO LEGAL

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DEL PERÚ

- Artículo 61: dice “El Estado facilita y vigila la libre competencia. Combate toda práctica que la limite y el abuso de posiciones dominantes o monopólicas. Ninguna ley ni concentración puede autorizar ni establecer monopolios.

¹¹ George Akerlof, Michael Spence y Joseph Stiglitz, por sus aportes a la economía de la información.
<http://www.losandes.com.pe/Opinion/20110223/46697.html>

La prensa, la radio, la televisión y los demás medios q de expresión y comunicación social; y, en general, las empresas, los bienes y servicios relacionados con la libertad de expresión y de comunicación, no pueden ser objeto de exclusividad, monopolio ni acaparamiento, directa ni indirectamente, por parte del Estado ni de particulares.

- Artículo 65: dice “El Estado defiende el interés de los consumidores y usuarios. Para tal efecto garantiza el derecho a la información sobre los bienes y servicios que se encuentran a su disposición en el mercado. Asimismo, vela, en particular, por la salud y la seguridad de las poblaciones”

CÓDIGO CIVIL PERUANO:

- ✚ CONTRATO: Artículo 1351 señala “El contrato es el acuerdo de dos o más partes para crear, regular, modificar o extinguir una relación jurídica patrimonial”
- ✚ CONTRATO DE AHESIÓN: Artículo 1390.- nos dice “El contrato es por adhesión cuando una de las partes, colocada en la alternativa de aceptar o rechazar integrante las estipulaciones fijadas por la otra parte, declara su voluntad de aceptar”
- ✚ RESOLUCIÓN DE CONTRATO: Artículo 1371 manifiesta “La resolución deja sin efecto un contrato válido por causal sobreviniente a su celebración”

CODIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR:

✚ TITULO PRELIMINAR: V. Principios El presente Código se sujeta a los siguientes principios:

1. Principio de Corrección de la Asimetría. - Las normas de protección al consumidor buscan corregir las distorsiones o malas prácticas generadas por la asimetría informativa o la situación de desequilibrio.

✚ INFORMACIÓN A LOS CONSUMIDORES: ARTICULO 3°
PROHIBICIÓN DE INFORMACIÓN FALSA O QUE INTRODUZCA A ERROR AL CONSUMIDOR.

Está prohibida toda información o presentación u omisión de información que induzca al consumidor a error respecto a la naturaleza, origen, modo de fabricación, componentes, uso, volumen, peso, medidas, precios, forma de empleo, características, propiedades, idoneidad, cantidad, calidad o cualquier otro dato de los productos o servicios ofrecidos.

✚ PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR FRENTE A LA PUBLICIDAD.
ARTICULO 12. FINALIDAD

La protección del consumidor frente a la publicidad tiene por finalidad proteger a los consumidores de la asimetría informativa en la que se encuentran y de la publicidad engañosa o falsa que de cualquier manera, incluida la presentación o en su caso por omisión de

información relevante, induzcan o puedan inducirlos a error sobre el origen, la naturaleza, modo de fabricación o distribución, características, aptitud para el uso, calidad, cantidad, precio, condiciones que corresponden a los productos, servicios establecimientos o tracciones que el agente económico que desarrolla tales actos pone a disposición en el mercado; o que los induzcan a error sobre los atributos que posee dicho agente, incluido todo aquello que representa su actividad empresarial.

Asimismo, atendiendo al impacto que la publicidad puede generar en las conductas sociales, la protección del consumidor frente a la publicidad persigue que los anuncios no afecten el principio de adecuación social, evitando que induzcan a cometer actos ilegales o antisociales o de discriminación u otros de similar índole.

CLÁUSULAS ABUSIVAS.

ARTICULO 49 - DEFINICIÓN DE CLÁUSULAS ABUSIVAS.

49.1 En los contratos por adhesión y en las cláusulas generales de contratación no aprobadas administrativamente, se consideran cláusulas abusivas y, por tanto, inexigibles todas aquellas estipulaciones no negociadas individualmente que, en contra de las exigencias de la buena fe, coloquen al consumidor, en su perjuicio, en una situación de desventaja o desigualdad o anulen sus derechos.

49.2 Para la evaluación de las cláusulas abusivas, se tiene en cuenta la naturaleza de los productos o servicios objeto del contrato, todas

las circunstancias que concurren en el momento de su celebración, incluida la información que se haya brindado, así como todas las demás cláusulas del contrato o de otro del que este dependa.

49.3 El hecho de que ciertos elementos de una cláusula o que una cláusula aislada se haya negociado individualmente no excluye la aplicación de las normas sobre cláusulas abusivas al resto del contrato. El proveedor que afirme que una determinada cláusula ha sido negociada individualmente asume la carga de la prueba.

ARTÍCULO 53.- CLÁUSULAS GENERALES DE CONTRATACIÓN

Las cláusulas generales de contratación se rigen por las disposiciones contenidas en el presente Código y por lo dispuesto en el Código Civil.

1.2. INDICADORES DE EJECUCIÓN DE CONTRATOS DE ADHESIÓN EN NUESTRO PAÍS (PERÚ) POR PARTE DE LAS EMPRESAS INMOBILIARIAS

Con el crecimiento poblacional, la adquisición de una vivienda es una prioridad para miles de personas a nivel nacional ya que:

- Todas las personas tenemos derecho a un ambiente digno como vivienda.
- Nos hace sentir realizadas como personas.