

## Capítulo II

### ANÁLISIS DE LOS DERECHOS DE LOS CONSUMIDORES REGULADOS EN EL CÓDIGO DE PROTECCIÓN Y DEFENSA DEL CONSUMIDOR

#### **De la obligación del proveedor de ofrecer información relevante**

El numeral 2.1 del artículo 2 del Código de Defensa y Protección al Consumidor, titulado “*información relevante*” es presentado de la siguiente manera:

*“2.1 El proveedor tiene la obligación de ofrecer al consumidor toda la información relevante para tomar una decisión o realizar una elección adecuada de consumo, así como para efectuar un uso o consumo adecuado de los productos o servicios.”*

#### **Acercas de la protección legal a las decisiones, elecciones y consumo de productos y servicios por los consumidores**

Como puede observarse, mediante la presente disposición normativa se ha desarrollado el deber estatal principal de protección a los intereses de los consumidores, emanado de la Constitución Política del Perú de 1993, encasillada en el artículo 65, el cual establece que el Estado, a través de los órganos constituidos y creados para tal efecto, garantiza el derecho a la información de los consumidores sobre los productos y servicios puestos a su disposición en el mercado por los agentes económicos productores de estos.

El objeto de la obligación legal citada es la de transmitir toda información relevante del producto y/o servicio que el proveedor pone a disposición de los consumidores en el mercado para que estos puedan tomar decisiones adecuadas de consumo de los productos o servicios elegidos sin poner en riesgo su seguridad y su salud y sus intereses económicos de consumo relevantes.

El sujeto que debe cumplir con esta obligación es el proveedor de los productos o servicios y el beneficiado de esta disposición es el consumidor, por cuanto este obtiene dicha información en un esquema de nulos o bajos costos de transacción, con el objeto de reducir o eliminar la asimetría informativa y corregir dicha falla que tiene el mercado para su correcto funcionamiento, así como dirigirlo conforme las manifestaciones de voluntad legítimas y veraces que tengan los consumidores, en función de sus decisiones y elecciones de consumo.

Toda información relevante de consumo es aquel conocimiento que tiene el proveedor de las etapas de creación y puesta en el mercado del producto o servicio que le brinda al consumidor, cuyo conocimiento este último desconoce.

Esta información es completa y relacionada con las características, condiciones de uso, desperfectos, tiempo de vida, entre otros caracteres relevantes del producto y/o servicio que va a poner en el mercado, que tienen un costo de adquisición asumibles por este al momento de tomar la decisión de poner a circular un producto y/o servicio objeto de su unidad productiva.

Esta información relevante la adquiere el proveedor mediante la tecnificación y especialización que tiene mediante el personal que contrata para la creación, manufacturación, entre otros procesos empresariales productivos de creación del producto o servicio que va a ser puesto en el mercado para que, posteriormente, los consumidores puedan tomar la decisión de comprarlo y consumirlo, conforme su escala de intereses legítimos que desean satisfacer con dicha compra.

Esta situación comercial genera la figura de la asimetría informativa en el ámbito de consumo, categorizada como una falla de mercado, la cual se caracteriza por la existencia de un desequilibrio en el conocimiento de las características relevantes de los productos y servicios, en el cual el proveedor se configura como la parte dominante y el consumidor como la parte débil, al no ser este capaz de adquirir esta información sin sumergirse en altos costos de transacción.

Denominamos al proveedor como la parte dominante, por cuanto este posee la información completa y total respecto del producto o servicio que pone a disposición de los consumidores en el mercado, ello mediante los procesos de tecnificación y especialización que tenga su unidad productiva en el mercado.

Frente a ello, el consumidor tiene una situación de desventaja respecto de la adquisición de la información relevante que necesita para tomar una decisión de consumo que le genere una satisfacción a sus intereses legítimos, tanto económicos, sociales como morales mediante productos o servicios que el proveedor pone a su disposición en el mercado.

Siendo así el panorama de los hechos, se observa que el establecimiento de brindarle al consumidor información relevante por parte del agente económico creador y distribuidor del producto o servicio atractivo al consumidor plantea reducir u eliminar esta situación de desequilibrio, así como brindarle al consumidor herramientas de conocimiento de aquello que pretende consumir, para que este, en el ejercicio de una debida diligencia, pueda tomar las decisiones y elecciones de consumo que estime pertinentes sobre los productos o servicios puestos en el mercado por los proveedores que compiten en este, así como pueda saber de antemano como usarlo o consumirlo, cumpliendo con satisfacer plenamente sus intereses y escalas de preferencias internas.

En consecuencia, el establecimiento de una obligación legal atribuible al proveedor, como agente económico del mercado especializado y tecnificado de aquello que pone a disposición del consumidor, genera confianza y predictibilidad en el mercado, al reducir o corregir la falla denominada asimetría informativa y generar una situación de mayor equilibrio entre ambos actores respecto de la toma de conocimiento de las características relevantes del producto o servicio que se ofrece.

De la misma forma, le brinda al consumidor la posibilidad de ser el director del mercado a través de la toma de decisiones y elecciones de consumo acorde a la esquila de deseos que pretende satisfacer con los productos o servicios que le atraen, siendo estos directrices para determinar que producen los proveedores y que ponen en circulación en el mercado.

Asimismo, le brinda al consumidor la sensación de seguridad al momento de realizar una decisión o elección de consumo, por cuanto la información que va a ser transmitida por el proveedor es aquella que debe ser relevante para la toma de decisiones o elecciones de consumo, así como para la determinación del uso o consumo del producto o servicio que este desea adquirir.

Es menester recordar que el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual, en adelante en toda esta sección, INDECOPI, es la autoridad nacional de consumo peruana competente para conocer y solucionar, así como para imponer la sanciones administrativas respectivas a los responsables implicados, las controversias de consumo que se susciten en el mercado peruano, así como para velar por la protección y vigencia de los derechos de los consumidores en toda relación de consumo, sea esta directa o indirecta.

## **Conclusiones**

- La obligación legal de transmitir información relevante de los productos o servicios puestos en el mercado recae en el proveedor siendo el beneficiario el consumidor.
- Dicha obligación legal tiene como objeto reducir o eliminar la falla del mercado denominada asimetría informativa al brindarle al consumidor una herramienta de información importante que va a utilizar para múltiples fines, dentro de los cuales se encuentran la toma de decisiones y elecciones de consumo, así como la determinación del uso y consumo de aquello que pretendió elegir y decidir.

Redactado en Lima, Perú, 8 de mayo del 2023

Paolo Sebastián Canalle Paz, socio en Canalle Abogados.