Modifica la ley N° 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, para exigir que en la publicidad y venta de inmuebles se especifique la superficie, en metros útiles, según sus usos

Boletín N°10418-03

I.- IDEAS GENERALES.

Sin dudas la adquisición de una propiedad implica un negocio que requiere de una reflexión profunda, toda vez que nos encontramos en presencia de una inversión respecto de un bien perdurable en el tiempo que traspasa generaciones y épocas. Esta reflexión implica necesariamente que el adquirente de estos bienes conozca a ciencia cierta todos y cada uno de los pormenores de la cosa objeto de la compraventa.

Junto con lo anterior y con la finalidad de captar un número importante de compradores de viviendas, fundamentalmente nuevas, las campañas publicitarias de las empresas inmobiliarias constituyen herramientas en la que tales entidades han puesto hincapié en el ofrecimiento de una gran cantidad de alternativas, como asimismo especificaciones en torno a las características y niveles de vida que alcanzarían las personas al adquirir las viviendas. Sin ir más lejos, y a pesar de encontrarnos ante un ciclo económico desfavorable para las personas, no es menos cierto que la venta de propiedades ha ido en progresivo aumento durante los últimos 2 años cuyas razones son variadas, pero que al mismo tiempo no deja de ser un hecho sintomático que aún el negocio inmobiliario en nuestro país reviste evidentes características de ser un ámbito de la economía muy interesantes para los empresarios.

Pues bien, frente a un escenario económico conveniente en este ámbito con una alta demanda por tales bienes, no está demás indicar la existencia de un sin número de sucesos que sin lugar a dudas hacen que el sistema no sea perfecto. Es así como en repetidas ocasiones los poseedores de viviendas han reclamado el desconocimiento de elementos relevantes en los contratos de compraventa celebrados a partir, principalmente de las especificaciones de las propiedades adquiridas.

Uno de estos inconvenientes dice relación con la existencia de una publicidad que no reviste todos los elementos de información que requiere un consumidor de un bien o servicio y frente a ello claramente nos encontramos con una situación sino ilegal, manifiestamente injusta para las personas.

No está demás recordar, en este sentido, que el número 4 del artículo 1° de la ley 19.496 sobre Protección de los derechos del Consumidor establece expresamente que la publicidad *constituye la comunicación que el proveedor dirige al público por cualquier medio idóneo al efecto, para informarlo y motivarlo a adquirir o contratar un bien o servicio, entendiéndose incorporadas al contrato las condiciones objetivas contenidas en la publicidad hasta el momento de celebrar el contrato.*

Es interesante esta norma toda vez que establece a la publicidad como una institución incorporada a esta ley desde una doble perspectiva: a) como inductora a la realización de un determinado contrato y con ello a la adquisición de un determinado bien o servicio y b) como un elemento propio del mismo contrato celebrado, erigiéndose en este punto en un elemento de la esencia de todo contrato. Ambas circunstancia encuentran además su manifestación en nuestra legislación común en materia de saneamiento de la cosa vendida, obligación presente en todo contrato de compraventa y que pesa sobre el vendedor de todo bien.

Junto con lo anterior es indispensable considerar que la buena fe en los contratos inspira todo el *Iter* contractual, por cuanto lo que se manifieste por cualquiera de las partes contratantes en la etapa anterior a la venta debe ser entendido como una obligación, por aplicación del principio antes indicado.

II.- CONSIDERANDO.

1.- Que, como se indicó en párrafos atrás, la adquisición de una vivienda propia, es una de las inversiones más importantes de las familias, por lo cual la claridad, transparencia y eficiencia de las empresas inmobiliarias es fundamental a la hora de negociar con el futuro comprador, de acuerdo a ello es que se hace necesario explicitar ciertos vacíos legales existentes en la materia.

2.- Que, la letra e) del artículo 2° de la ley sobre Protección de los Derechos del Consumidor establece expresamente que los contratos de venta de viviendas realizadas por empresas constructoras, inmobiliarias y por los Servicios de Vivienda y Urbanización, constituyen actos regulados por esta normativa y en tal sentido pensamos que la carencia de información clara y oportuna en materia de publicidad de la vivienda adquirida no es concordante con esta legislación y en tal sentido nos encontramos ante un claro vacío legislativo.

3.-Que, efectivamente, en materia de especificaciones de la propiedad vendida, en la actualidad no existe una obligación de parte de los vendedores de incorporar en los contratos en los actos previos a la venta la superficie total y útil de la o las unidades de aquello que se oferta, con detalle de terrazas, bodegas y estacionamiento.

4.- Que, así las cosas la oferta publicitaria referida a la venta de bienes inmuebles es poco clara, particularmente en relación a la superficie exacta del bien raíz en cuestión, provocando confusión en los adquirentes al constatar que lo ofrecido, en diversas oportunidades, no guarda consonancia con lo que se adquiere efectivamente.

III.- CONTENIDO DEL PROYECTO.

La presente moción modifica la ley sobre Protección de los derechos de los consumidores en el sentido de incorporar al contrato de compraventa las condiciones ofrecidas en la publicidad, con clara expresión de la superficie total de la vivienda, estableciendo el metraje de la propiedad en su interior, de terrazas, bodegas y estacionamiento.

IV.- PROYECTO DE LEY.

Artículo Único: Incorpórese un nuevo artículo 28 C, en la ley 19.496 sobre Protección de los Derechos del Consumidor, de conformidad al siguiente texto:

"En la venta y publicidad de viviendas realizadas por empresas constructoras, inmobiliarias o por el Servicio de Vivienda y Urbanismo en su caso, deberá indicarse claramente la superficie total del inmueble, individualizando los metros útiles de la propiedad con especificación del metraje de ésta destinado a la habitación, de terrazas, bodegas y estacionamiento"

CLAUDIA NOGUEIRA F.

DIPUTADA