

Comentarios Monográficos

EL REGIMEN DE PROTECCION AL CONSUMIDOR Y SU APLICACION A EMPRESAS PRODUCTORAS DE BIENES NO SOMETIDOS A REGULACION DE PRECIOS

Allan R. Brewer-Carías

La Ley de Protección al Consumidor, de 5-8-84 (*Gaceta Oficial* N° 1.680 Extraordinario de 2-9-74), como lo indica su propia denominación, tiene por objeto:

“la organización, dirección, vigilancia, coordinación y ejecución de las medidas, planes y programas, que se adopten en la República, tendentes a la protección legal del consumidor; la investigación de los servicios y productos de consumo, su estructura de precios y la educación, promoción e información de las necesidades, intereses y problemas del consumidor y, muy especialmente, el promover y estimular la organización de la población consumidora” (art. 1).

Con motivo de sus regulaciones tendentes al objeto señalado, por tanto, la Ley no sólo está destinada a establecer un sistema de regulación de precios de bienes y servicios declarados como de primera necesidad, sino a prever un conjunto de regulaciones genéricas aplicables a todos los productores o comercializadores de bienes, aun cuando no hayan sido declarados como de primera necesidad ni estén sometidos, sus productos, a regulación de precios.

Dichas regulaciones, en resumen, son las siguientes:

I. NORMAS RELATIVAS A LA PUBLICIDAD COMERCIAL E INDUSTRIAL

La Ley entiende por publicidad comercial e industrial,

“toda promoción de artículos, bienes, servicios e insumos con el fin de estimular su compra y consumo utilizando para ello los medios de comunicación social, los de carácter visual o audiovisual y cualesquiera otros empleados con la misma finalidad”.

En relación a esta materia, la Ley (art. 7) establece el siguiente conjunto de prohibiciones relativas a “acciones o prácticas engañosas o injustas en las ofertas de bienes y servicios”:

- “1º) Ofrecer productos y servicios mediante promoción publicitaria de cualquier tipo y por cualquier medio, atribuyéndole características, cualidades, comprobaciones, resultados y certificaciones distintos a los que realmente tienen y pueden ser comprobados de manera objetiva;
- 2º) Anunciar ofertas de productos y servicios sin la posibilidad de cubrir una razonable demanda, a menos que el aviso incluya una limitación;
- 3º) Anunciar o vender productos como nuevos, cuando los mismos hayan sido usados o reconstruidos;

- 4º) Hacer declaraciones falsas concernientes a la existencia de rebajas en los precios de productos y servicios;
- 5º) Hacer promoción a productos o servicios a base de declaraciones falsas concernientes a desventajas o riesgos de cualquier otro producto o servicio de los competidores;
- 6º) Incumplir, en cualquiera de sus condiciones, con la oferta de regalos, premios, muestras gratis u otras cosas gratuitas hechas para inducir al público a la compra de productos o servicios;
- 7º) Ofrecer rebajas en los precios de los artículos sin colocarlos en una sección especial separada de las otras en las que se vendan artículos a precios corrientes;
- 8º) Ofrecer rebajas sin indicar el precio anterior a la oferta”.

II. LA OBLIGACION DEL USO DE CASTELLANO EN LAS INSTRUCCIONES DE USO

De acuerdo al artículo 10 de la Ley, en los casos de instrucciones concernientes al uso, funcionamiento y utilidad de un producto, éstas deberán estar redactadas o traducidas al idioma castellano.

III. EL REGIMEN DE GARANTIA DE LOS PRODUCTOS

La Superintendencia de Protección al Consumidor está autorizada por la Ley (art. 11), para determinar aquellos bienes que por ser de naturaleza duradera deben suministrarse bajo garantía y para fijar las condiciones mínimas que deberán contener dichas garantías contra desperfectos o mal funcionamiento, las cuales, en todo caso, deberán incluir los siguientes datos:

- a) El producto o servicio garantizado;
- b) La identidad del garante y de la persona beneficiaria de la garantía;
- c) Las obligaciones del garante en caso de defecto o mal funcionamiento del producto o servicio;
- d) Los derechos del beneficiario, con indicación de las personas que pueden cumplir por el garante;
- e) La duración de la garantía; las condiciones bajo las cuales se ofrece; el tiempo dentro del cual, una vez recibido el reclamo, el garante debe reparar o sustituir el producto o servicio garantizado, o reembolsar al comprador el precio del mismo, con las deducciones a que hubiere lugar;
- f) La descripción de las partes o propiedades del producto no cubiertas por la garantía y de las circunstancias en que ella no es exigible.

IV. EL PRECIO DE VENTA AL PUBLICO DE BIENES (P.V.P.)

La Ley de Protección al Consumidor estableció el sistema de P.V.P., como obligatorio, para la comercialización de toda clase de bienes.

1. *La obligación legal y el cálculo del precio*

En particular en relación a los bienes, el artículo 8 de la Ley establece:

“Art. 8. Toda persona dedicada a la producción o importación de bienes declarados o no de primera necesidad deberá imprimir, en el cuerpo del producto o en el envase o envoltorio su peso neto o medida y el precio máximo de venta al consumidor final, para cuya determinación tendrá en cuenta los rendimientos de capital invertido, los costos, los riesgos y las necesidades de reposición, sin perjuicio de las revisiones que pueda efectuar el Ejecutivo Nacional sobre tales rubros y sobre las condiciones generales de comercialización, financiamiento, servicios y garantía. Cuando se trate de productos que se ofrezcan sin envases o envoltorio y no sea posible la impresión del precio, se fijará una lista con los precios correspondientes a esos productos en lugares fácilmente visibles al público”.

Esta norma de la Ley ha sido objeto de una reglamentación que la desarrolla, en el Reglamento Parcial N° 2 de la Ley de Protección al Consumidor dictado por Decreto N° 1.243 de 29-10-75 (*Gaceta Oficial* N° 30.834 de 31-10-75), en el cual se repite el principio de que:

“Toda persona dedicada a la producción o importación de bienes y servicios declarados o no de primera necesidad, deberá imprimir o marcar, en el cuerpo del producto, en su envase o envoltorio, su peso o medida, según el caso, y el precio máximo de venta al consumidor final.

La impresión o marca podrá efectuarse mediante estampas, etiquetas o marbetes debidamente adheridos al producto, por troquelado o sellado, o por cualquier otro medio visible al consumidor, de acuerdo con las características del producto y previa autorización de la Superintendencia de Protección al Consumidor.

Todo lo relacionado con peso y medida se regirá por la Ley de Medidas y su Aplicación y su Reglamento” (art. 1).

2. *Los informes relativos al cálculo de los precios y las revisiones*

De acuerdo al Reglamento N° 2, y de conformidad con lo establecido en el artículo 8 de la Ley de Protección al Consumidor, los productores e importadores de bienes declarados o no de primera necesidad, están en la obligación de presentar al Ministerio de Fomento, cuando les sea requerido, informe contentivo de los elementos que han sido tomados en consideración para la determinación del precio máximo de venta (art. 2).

Estos informes pueden ser sometidos a revisión por el Ejecutivo Nacional por órgano del Ministerio de Fomento, y en los casos de bienes declarados de primera necesidad respecto de los cuales se establezcan precios máximos, de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 5° de la Ley de Protección al Consumidor, si fuere el caso, “ordenar los reajustes necesarios en los precios máximos de venta al consumidor final”.

A los mismos efectos, dice la misma norma del Reglamento,

“también podrá el Ministerio de Fomento hacer revisiones sobre las condiciones generales de comercialización, financiamiento, servicios y garantía de los bienes y servicios declarados o no de primera necesidad”.

3. *La responsabilidad básica del marcaje de precios y de las listas de precios*

La responsabilidad de imprimir o marcar los precios de venta al consumidor final, conforme al artículo 4 del Reglamento Nº 2, es del productor o del importador, según se trate de productos nacionales o importados. Sin embargo, por vía de excepción y previa consulta con la Superintendencia, cuando resulte impráctico o imposible el marcaje o impresión, por causa de la comercialización de determinados artículos, esta responsabilidad será de los distribuidores mayoristas y minoristas, a cuyo efecto se atenderán a las listas de precios elaborados por aquéllos.

En todo caso, el artículo 4 del Reglamento dispone que ningún producto podrá ser vendido sin que lleve impresión o marcado de conformidad con lo pautado en el Reglamento, su precio de venta al público, salvo que ello no sea posible, en cuyo caso deberá elaborarse una lista de precios. En caso de incumplimiento se establecerán las responsabilidades y se impondrán las sanciones correspondientes, las cuales no podrían ser otras distintas a las previstas en el artículo 34 de la Ley.

4. *La forma de marcaje de precios*

El Reglamento atribuye a la Superintendencia de Protección al Consumidor, la competencia para determinar el tipo de impresión o marcaje que debe utilizarse en determinados productos o líneas de productos, previa consulta con las Direcciones Generales de Industria y Comercio del Ministerio de Fomento (art. 5).

En todo caso, las formas de las estampas, etiquetas o marbetes, las expresiones que indiquen el precio, dimensiones, color y sitio donde se colocarán, se regirán por las normas siguientes:

- a) Deberán guardar proporción con los envases y envoltorios o con el cuerpo del producto.
- b) La expresión que debe utilizarse es la abreviatura de "Precio de Venta al Público Bs.": "P.V.P. Bs."
Podrán utilizarse otras expresiones similares previa aprobación de la Superintendencia de Protección al Consumidor.
- c) El tipo de letra que debe utilizarse en la impresión, estampas, etiquetas o marbetes, guardará relación con éstas, y tendrá un tamaño fácilmente legible. Igualmente el troquelado deberá ser fácilmente legible.
- d) El color que debe utilizarse en las estampas, etiquetas o marbetes deberá resaltar en los envases o envoltorios, o en el cuerpo del producto.
- e) El precio debe estar colocado en sitio visible (art. 6).

Estas estampas, etiquetas o marbetes, con los precios de venta al consumidor final, deben adherirse a los envases de manera que no puedan desprenderse fácilmente de los mismos; y en los casos en que puedan intercambiarse de unos productos a otros, deberán fijarse de manera que no puedan desprenderse. Los productos que sean susceptibles de ser intercambiados de un envase o envoltorio a otro, deberán estar marcados a su vez con el precio de venta al público (art. 7).

En todo caso, la Superintendencia de Protección al Consumidor, está facultada para determinar los productos a los cuales debe aplicarse la anterior disposición.

Sin embargo, cuando el tamaño, la forma o la naturaleza del producto, se dificulte o no sea posible imprimir o adherir las estampas, etiquetas o marbetes con el precio de venta al consumidor final, se permitirá atarlos al producto, mediante un sistema que ofrezca seguridad. En estos casos aquéllos deben tener la consistencia adecuada (art. 8), pudiendo también la Superintendencia de Protección al Consumidor, determinar los productos a los cuales debe aplicarse dicha disposición.

5. *Las modificaciones de precios*

De acuerdo al artículo 9 del Reglamento N° 2, cuando se produzcan modificaciones en los precios máximos de venta al consumidor final de los productos nacionales o importados, las existencias de dichos productos, a nivel de productor, importador, distribuidor, mayorista o detallista deberán venderse a los precios preexistentes. En consecuencia, dice la norma, el marcaje o impresión de los precios se mantendrá inalterable durante los treinta (30) días siguientes a la modificación producida, salvo que el Ministerio de Fomento señale un lapso diferente.

En caso de que el nuevo precio sea inferior al anteriormente vigente, el mismo se aplicará desde la fecha que se indique en la Resolución o instrumento emanado del Ministerio de Fomento (art. 9).

Cuando se produzcan modificaciones en los precios de los productos ya marcados con estampas, etiquetas o marbete, los productores y los importadores podrán aprovechar los envases y envoltorios en existencia y aquellos cuya fabricación haya sido ordenada, mediante la utilización de nuevas estampas, etiquetas o marbetes que indiquen los nuevos precios (art. 10). En estos casos, las formas, expresiones, dimensiones y color de las estampas, etiquetas o marbetes utilizados, se registrarán por las normas antes comentadas.

6. *Las listas de precios*

De acuerdo al artículo 11 del Reglamento N° 2, cuando se trate de bienes que por sus características no sean susceptibles de imprimirles o estamparles en sus envases y envoltorios o en el cuerpo del producto, los precios máximos de venta al consumidor final deberán anunciarse mediante lista de precios, libros o carteles con las muestras de los productos y sus precios.

En estos casos, la Superintendencia de Protección al Consumidor está facultada para revisar las listas de precios, libros o carteles a que se refiere este artículo y ordenar, si fuere el caso, la utilización de las estampas, etiquetas o marbetes (art. 11).

En estas listas de precios elaboradas por el sector privado de acuerdo al artículo 12 del Reglamento N° 2, pueden usarse las expresiones "Lista de Precios Máximos" o "Lista de Precios Máximos al Consumidor" y otras expresiones similares, previa aprobación de la Superintendencia de Protección al Consumidor, y deberán cumplir con los siguientes requisitos:

1. "Su emisión estará a cargo del productor o del importador.
2. Las dimensiones deben guardar relación con la cantidad de productos que se anuncien.
3. El tipo de letra deberá ser legible y visible.
4. Deberán colocarse en un lugar visible y fácilmente accesible al público consumidor.
5. Cuando se justifique una modificación en el precio, se permitirá la colocación de una estampa impresa sobre el precio vigente. El productor o el importador son responsables de la modificación en el precio y el comerciante detallista deberá ajustarse a las modificaciones efectuadas.
6. Cuando más de un cuarenta por ciento (40%) de los productos contenidos en la lista hayan sufrido modificaciones en los precios deberá ser emitida una nueva lista.
7. Las listas deben indicar:
 - a) Nombre del bien o servicio.
 - b) Precio por unidad, por peso o medida.

- c) Los nombres de los bienes se clasificarán en la forma que resulte más fácil para la consulta y, a tal efecto, deberá ser elaborada por orden alfabético, por grupos de mercancías de una misma índole o subgrupos de afinidad, utilizando el orden alfabético dentro de éstos.
- 8. Toda lista debe llevar impreso el nombre y datos del productor o importador que haya ordenado su elaboración”.

En todo caso, la Superintendencia puede ordenar la modificación de las listas en la forma que indique, cuando a su juicio no cumplan los requisitos antes indicados (art. 12).

7. *La posibilidad de marcaje de precios por distribuidores y comerciantes*

De acuerdo al artículo 13 del Reglamento Nº 2, los distribuidores y comerciantes mayoristas o detallistas, quedan autorizados para indicar, imprimir o colocar estampas con el precio de venta al consumidor final, en los siguientes casos:

1. Cuando los precios fijados en las listas oficiales sean modificadas podrán mediante estampas colocar el nuevo precio, sobre el precio vigente.
2. Cuando adquieran productos a granel los cuales sean envasados en sus propios expendios para la venta al detal, el precio deberá estar impreso en el envase o envoltorio.
3. Cuando se envasen productos especialmente seleccionados y acondicionados para su expendio al detal, el precio y contenido deberán estar indicados en el mismo.
4. Cuando se esté vendiendo el producto a un precio inferior al marcado en el envase o envoltorio, siempre que se trate de un precio permanente.
5. En los otros casos previstos en este Reglamento.

8. *El precio en las rebajas*

De acuerdo al artículo 14 del Reglamento Nº 2, las rebajas de precios con carácter temporal, deberán marcarse, indicarse o imprimirse directamente por quienes las realicen, en el producto, envase o envoltorio, e indicar claramente el precio normal y el precio rebajado.

En aquellos productos en que se dificulte o sea impráctico dicho sistema, podrán utilizarse carteles que contengan el precio anterior y el precio rebajado, los cuales estarán colocados al lado de estos productos.

9. *La anulación del régimen de las sanciones*

El Reglamento de la Ley estableció, luego de regular el régimen del Precio de Venta al Público antes reseñado, que las infracciones a las disposiciones contenidas en dicho Reglamento, serían sancionadas de conformidad con lo establecido en la Ley de Protección al Consumidor (art. 17). Esta norma, sin embargo, no está vigente por haber sido anulada por la Corte Suprema de Justicia en sentencia de 5-6-86. (Véase en *Revista de Derecho Público*, Nº 27, Caracas 1986, pp. 88 y 89).

V. EL REGIMEN DE CONTROL DE CALIDAD

La Ley de Protección al Consumidor trae una serie de normas destinadas a regular el régimen denominado de “La normalización y la certificación de calidad”. Sin

embargo, casi todas dichas normas (art. 12 a 22) han sido sustituidas y derogadas por la Ley sobre Normas Técnicas y Control de Calidad de 13-12-79 (*Gaceta Oficial* N° 2.529 Extraordinario de 31-12-79). La equivalencia entre las normas de ambas leyes es como sigue:

L.P.C.	L.N.T.C.C.
Art. 12	Art. 3
Art. 13	Art. 13
Art. 14	Art. 14
Art. 15	Art. 14
Art. 16	Art. 15
Art. 18	Art. 10
Art. 19	Art. 16
Art. 20	Art. 17
Art. 21	Art. 18

1. *Competencia*

Ahora bien, en cuanto a la Ley sobre Normas Técnicas y Control de Calidad, la misma atribuyó al Ministerio la posibilidad genérica de establecer "las disposiciones relativas a normalización, el control de calidad y certificación de conformidad con normas en las siguientes áreas: elaboración e intercambio de bienes, prestación de servicios, introducción, distribución y expendio de bienes importados y exportación de bienes y servicios nacionales (art. 4); y, en particular, el poder "de dictar disposiciones para que se implanten sistemas de control de calidad" en las empresas que actúan en las referidas áreas de actividad económica (art. 5).

Asimismo, el Ministerio tiene competencia para establecer "las disposiciones que regularán el otorgamiento de certificaciones de conformidad con Normas, de bienes, así como la prestación de servicios" (art. 23).

En esta forma, se ha ampliado considerablemente en el ámbito de la competencia del Ministerio, al asignársele una amplísima potestad reglamentaria, con base en la cual puede establecer normas de obligatorio cumplimiento por los particulares, limitativos de la garantía económica.

Por otra parte, la ley somete a vigilancia y control de los organismos oficiales, los productos y servicios cuyo consumo o uso tengan relación directa con la salud y vida de las personas (art. 10).

2. *La política de normalización y control de calidad*

En particular, la Ley atribuyó al Ministerio de Fomento competencia para aprobar las Normas Venezolanas COVENIN y otorgar y supervisar la autorización de la utilización de la Marca NORVEN (art. 13), ratificando las normas de la legislación precedente relativas a las Normas Venezolanas COVENIN y a la marca NORVEN. En particular, la Ley recoge la normativa que estaba vigente sobre el carácter de "recomendaciones" de las Normas Venezolanas COVENIN y la posibilidad, sin embargo, de que se las declare de obligatorio cumplimiento cuando se trate de productos a servicios cuyo consumo o uso tengan relación directa con la salud y la vida de las personas o cuando a su juicio así lo exija el interés público (art. 14).

En cuanto a las entidades y empresas del Estado que produzcan bienes para los cuales existan Normas Venezolanas COVENIN, la ley estableció con carácter general, que "están en la obligación de cumplir con los requisitos para optar y mantener en vigencia la Marca NORVEN" (art. 34).

La Ley, además, estableció que "los organismos de la Administración Pública Nacional, incluidas las empresas del Estado, al efectuar sus licitaciones y compras están obligados a exigir que los productos y servicios cumplan con los requisitos establecidos en las Normas Venezolanas COVENIN y preferirán a los productos que ostenten la Marca NORVEN" (art. 5).

3. *El control de calidad*

En materia de control y certificación de calidad, la ley estableció innovaciones de importancia en relación a la legislación precedente.

En primer lugar, atribuyó al Ministerio de Fomento la posibilidad de determinar "en cuáles proyectos de instalación o ampliación de empresas, deberán incluirse como parte integral, los sistemas de control de calidad a utilizar" (art. 19), con lo cual se establece, por primera vez, la posibilidad de que los mismos sean obligatorios para los particulares.

Se aclaró, además, que las empresas que produzcan bienes o servicios para los cuales se hubieran dictado normas obligatorias, están en la obligación de demostrar periódicamente ante el Ministerio de Fomento, la idoneidad de los sistemas de control para garantizar el continuo cumplimiento de las exigencias de dichas normas (art. 21).

4. *El control de calidad de los bienes importados o destinados a la importación*

Por otra parte, la ley estableció, por primera vez, normas relativas al control de calidad de los productos importados o destinados a la exportación.

En cuanto a los productos importados, se establece que éstos "deberán ajustarse a lo previsto en las correspondientes Normas Venezolanas COVENIN en vigencia"; y

"en los casos que se hubiese establecido Normas Venezolanas COVENIN obligatorias para productos importados similares deberán ajustarse a dichas Normas, lo cual será testimoniado por los importadores mediante certificados de conformidad con esas normas obligatorias, expedidos por organismos acreditados a juicio del Ministerio de Fomento" (art. 25).

En cuanto a las exportaciones la ley se limita a atribuir al Ministerio de Fomento "la fijación de las políticas y modalidades dirigidas a establecer el Sistema de Certificación de Conformidad con Normas para bienes y servicios destinados a la exportación" (art. 26), así como la determinación de "las Normas Técnicas que regirán los Certificados de Calidad para las exportaciones" (art. 27).

5. *El régimen de sanciones*

Por último, la ley estableció un sistema de sanciones completo, de carácter administrativo, que permite la aplicación de medidas como el comiso o la destrucción de los productos, el cierre temporal o definitivo de la empresa, o incluso el extrañamiento del país para el caso de extranjeros comprobadamente reincidentes en violaciones a la ley (art. 29).

Las sanciones deben ser impuestas "por el Director General Sectorial de Industrias del Ministerio de Fomento" (art. 30), aun cuando a partir de la reforma del Reglamento Orgánico del Ministerio de enero de 1980, esta atribución corresponde al Director General Sectorial de Tecnología.

De estas decisiones se puede apelar para ante el Ministro de Fomento dentro de los 10 días hábiles siguientes a su notificación (art. 30), y en caso de que en un lapso de 60 días el Ministro no decida, la decisión apelada queda sin efecto (art. 31).

V. EL REGIMEN DEL ACAPARAMIENTO Y LA ESPECULACION Y LA PROHIBICION DE LAS ACCIONES TENDENTES A LA DISTORSION DEL MERCADO

La Ley prohíbe el acaparamiento y la especulación así como las acciones orientadas a restringir sustancialmente la oferta, circulación o distribución de aquéllos (art. 4), pero se trata de normas que sólo rigen para bienes declarados de primera necesidad, y normalmente sometidos a regulación de precios.

En cuanto al acaparamiento y la especulación la vieja Ley contra el Acaparamiento y la Especulación de 1947 prevé estos delitos, pero vinculados exclusivamente a los bienes declarados como de primera necesidad y, por tanto, que estén sometidos a regulación de precios.

En el mismo sentido, en los casos de productores de bienes declarados de primera necesidad, se aplica la prohibición respecto a las acciones distorsionadoras del mercado, en cuyo caso el Reglamento Parcial N° 1 de la Ley de Protección al Consumidor dictado por Decreto N° 936 de 22-5-75 (*Gaceta Oficial* N° 30.699 de 22-5-75) las define así:

“Art. 1º Se entiende como acción orientada a restringir sustancialmente la oferta, circulación o distribución de bienes y servicios de primera necesidad, aquella que está dirigida a entorpecer el normal abastecimiento del mercado o a no mantener dicho abastecimiento”.

Para evitar estas acciones, el artículo 2º del Reglamento dispone la obligación para toda persona natural o jurídica que se dedique a la producción o comercialización de artículos de primera necesidad, de mantener existencias suficientes de todos los bienes que sean necesarios para atender las demandas normales del mercado, pudiendo el Ejecutivo Nacional, a través de sus organismos competentes, establecer para cada sector, el volumen de esas existencias (art. 2).

Además, la Superintendencia de Protección al Consumidor está obligada a realizar supervisiones periódicas a las empresas industriales y distribuidoras de productos de primera necesidad, a los fines de controlar la existencia a que se refiere el artículo anterior (art. 3).

El artículo 5º de este Reglamento N° 1 que establece las sanciones respecto de estas acciones distorsionadoras del mercado que prohíbe la Ley, fue anulado por la citada sentencia de la Corte Suprema de Justicia de 5-6-86, por lo que no hay sanción legal a su infracción. (Véase en *Revista de Derecho Público*, N° 27, Caracas 1986, pp. 88 y 89).

VI. LAS COMPETENCIAS DE CONTROL ATRIBUIDAS A LA SUPERINTENDENCIA DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

La Superintendencia de Protección al Consumidor fue creada para “proteger al consumidor frente a las transgresiones de la normativa consagrada en la presente Ley” (art. 28). En tal virtud, al Superintendente de Protección al Consumidor, quien dirige el organismo, se le asignaron múltiples atribuciones (art. 28); atribuyéndose en la Ley

a la Superintendencia potestades de control muy amplias, para "instruir y sustanciar las transgresiones a la presente Ley", a cuyo efecto la Ley señala que

"El Superintendente y los miembros de la Sala de Instrucción y Sustanciación tendrán plenos poderes de investigación al comercio y a la industria pública y privada" (art. 29).

Estas competencias se asignan en el interior del país, donde no existan oficinas de la Superintendencia, a los Síndicos Procuradores Municipales (art. 55).

La Ley regula detalladamente el procedimiento administrativo en caso de que aparezca la posible comisión de hechos descritos como violatorios de normas de la misma (arts. 44 a 54), conforme a las siguientes reglas:

- A) La instrucción puede iniciarse de oficio o por denuncia de parte (art. 44);
- B) Se consagra la potestad de la Superintendencia de estas personas a declarar en relación a la presunta infracción (art. 46), y la forma de la citación (arts. 46, 47 y 48);
- C) Se establece la presunción de confeso al presunto infractor que no concurre a la citación (art. 49);
- D) Se regula la forma de inicio del procedimiento con la comparecencia del citado, garantizándole su derecho a la defensa (art. 50);
- E) Se regula la notificación de las multas y su contenido (art. 51); y otras consecuencias de las decisiones (art. 52);
- F) Se establece el lapso para el ejercicio del recurso jerárquico contra las decisiones de la Superintendencia, el término en el cual el Ministro debe decidir (art. 53);
- G) Se prevé el ejercicio alternativo del recurso de gracia ante el Ministro (artículo 54).

VII. EL REGIMEN DE LAS SANCIONES

El artículo 34 de la Ley de Protección al Consumidor, establece un *sistema cerrado* de sanciones administrativas, que se refiere *sólo* a las infracciones de los artículos 7 (normas relativas a la publicidad industrial y comercial); 8 (sistema de impresión de precios regulados); 10 (instrucciones de uso) y 21 (uso indebido de la marca Norven) de la Ley. Por tanto, las infracciones a otras normas o a los Reglamentos en sí mismos, no están sancionadas expresamente.

Ahora bien, quienes cometan dichas infracciones, y sólo esas infracciones,

"incurren en falta que será sancionada por la Superintendencia de Protección al Consumidor, según su gravedad, con multa de doscientos cincuenta bolívares (Bs. 250,00) a cincuenta mil bolívares (Bs. 50.000,00). En caso de reincidencia la multa será doble de la impuesta en la oportunidad anterior.

La Superintendencia puede, en lugar de las multas señaladas ordenar la clausura temporal o definitiva de un establecimiento comercial, según la gravedad de la infracción.

Quedan a salvo las acciones que, de conformidad con otras leyes puedan intentar las personas naturales o jurídicas que se consideren afectadas por la conducta sancionada" (art. 34).

En este último sentido incluso, el artículo 33 de la Ley establece que

“Cualquier persona que demuestre ante el Juez competente haber sufrido daño o perjuicio como consecuencia de transgresiones a las disposiciones de la presente Ley, puede obtener hasta tres veces el monto de los daños y perjuicios sufridos”.

Por otra parte, específicamente en relación a la omisión de cualquiera de las acciones y prácticas contempladas en el artículo 8 de la Ley sobre el sistema del marcaje del Precio de Venta al Público (P.V.P.), de acuerdo al artículo 35 de la Ley, si

“el infractor hubiere obtenido beneficios económicos, la sanción prevista en el artículo anterior (art. 34) será aumentada hasta en el doble de su monto”.

Asimismo, en los casos de incumplimiento de lo establecido en el artículo 11 de la Ley, relativo a las garantías contra defectos y mal funcionamiento, quien incumpliera dicha norma

“incurrirá en falta sancionada con multa hasta de diez mil bolívares (Bs. 10.000,00) sin que ello libre a la persona obligada del cumplimiento de sus obligaciones” (art. 36).

Por último, la Ley establece también un sistema de sanciones a quienes se nieguen a colaborar con la Superintendencia de Protección al Consumidor, así:

“Art. 37. Quienes se negaren a prestar la colaboración o suministrar los datos o documentos que les exija la Superintendencia de Protección al Consumidor, dentro del marco de sus atribuciones, así como quienes no hicieren oportunamente las notificaciones que esta Ley exige o se negare a firmar los actos o citaciones en ella indicados, incurrirán en falta que será penada con multa entre cien bolívares (Bs. 100,00) y diez mil bolívares (Bs. 10.000,00). Si a pesar de la sanción impuesta, el infractor insistiere en negarse a cumplir con aquellos requerimientos de la Ley, se le apremiará a hacerlo cada cinco días mediante multas sucesivas por el doble de la impuesta en la oportunidad anterior, salvo en los casos en que, a juicio de la Superintendencia, exista plena justificación del retardo”.

La Ley castiga, además, a los cómplices de las infracciones reguladas en los artículos 34, 36 y 37, antes indicados, con

“penas equivalentes a las dos terceras ($\frac{2}{3}$) partes de las impuestas a estos últimos; a los encubridores se les impondrán penas equivalentes a la mitad de las impuestas a los infractores principales” (art. 40).

A tales efectos la Ley considera cómplices todas aquellas personas que hayan facilitado la comisión de la infracción, y encubridores a quienes obstaculicen, demoren o impidan la investigación (art. 41).

Debe señalarse, además, que la Ley de Protección al Consumidor regula el supuesto de las infracciones a la Ley cometidas por personas jurídicas, como tales, con lo cual se admite el principio de la responsabilidad de éstas, estableciendo una presunción de complicidad respecto de los miembros de sus Juntas Directivas así:

“Art. 42. Cuando los infractores a las disposiciones de la presente Ley sean personas jurídicas, se presume hasta prueba en contrario, que los directores y demás miembros de la Junta Directiva tuvieron conocimiento de los hechos y

serán considerados como coautores y sancionados con las mismas penas aplicables a los autores, salvo que hubieran expresado y dado aviso al Comisario de la Compañía, si fuere el caso, y a la Superintendencia de Protección al Consumidor en todo caso. Los gerentes, mandatarios o gestores que hayan actuado en nombre de dichas personas jurídicas serán considerados como cómplices o encubridores, según el caso, y sancionados conforme a lo establecido en el artículo 40 de esta Ley”.
