

(Des) Protección del Consumidor en Venezuela. O de la necesidad de las técnicas de protección del consumidor

Simón Jesús Fernández Bravo*

RVDM, nro. 12, 2024, pp. 279-310

Resumen: El consumidor se encuentra desprotegido en Venezuela. a través de este breve artículo, se exponen algunas de las más relevantes técnicas de protección al consumidor en el Derecho Comparado, lo cual tiene como propósito despertar el interés de la comunidad jurídica por estudiar el impulso de la protección al consumidor en Venezuela, proponiendo un enfoque centrado en el Derecho Privado y cada vez más alejado del Derecho Público.

Palabras clave: Protección al consumidor, soberanía del consumidor, Derecho Civil y Mercantil, Derecho Administrativo, libertad económica.

(Un) Consumer Protection in Venezuela or the need for consumer protection techniques

Abstract: *The consumer is unprotected in Venezuela. Through this brief article, some of the most relevant consumer protection techniques in Comparative Law are presented, which aims to awaken the interest of the legal community in studying the promotion of consumer protection in Venezuela, proposing a approach focused on Private Law and increasingly distant from Public Law.*

Keywords: *Consumer protection, consumer sovereignty, Civil and Commercial Law, Administrative Law, economic freedom.*

Recibido: 12/4/2024
Aprobado: 27/5/2024

* Abogado egresado de la Universidad Católica Andrés Bello (2023), cursando la Especialización en Derecho Financiero en la misma universidad

(Des) Protección del Consumidor en Venezuela. O de la necesidad de las técnicas de protección del consumidor

Simón Jesús Fernández Bravo*

RVDM, nro. 12, 2024, pp. 279-310

SUMARIO:

INTRODUCCIÓN. *1. Justificación de un régimen especial de protección del consumidor: el Derecho Privado más allá del Derecho Civil y Mercantil. 1.1. El soberano sin trono: Soberanía del consumidor y libre competencia. 1.2. Asimetría de información entre proveedores y consumidores al momento de contratar. 1.3. Situación de “vulnerabilidad” del consumidor: contra este enfoque. 2. ¿Sobre cuáles bases debe partir la protección del consumidor? 2.1. Heterogeneidad de las técnicas de protección al consumidor. 2.2. Protagonismo del Derecho Privado: ¿Por qué buscar la solución alejándose del Derecho Público? 3. Técnicas de protección al consumidor. 3.1. Tutela contractual: protección del consentimiento del consumidor. 3.2. Tutela contractual: Contratos de adhesión y cláusulas abusivas. 3.3. Tutela precontractual: Efectos de la oferta al público de bienes y servicios. 3.4. Tutela precontractual: Protección frente a la publicidad. 3.5. Tutela extracontractual: Responsabilidad por productos defectuosos. 3.6. Ejercicio de la potestad sancionadora. 3.7. Resolución de controversias: El arbitraje de consumo.* CONCLUSIONES.

INTRODUCCIÓN

Aproximadamente, desde el año 2.380 antes de Cristo —o incluso antes—, bajo el reinado de la quinta dinastía del antiguo Egipto, en concreto, con el monarca Henku, hay un gran grupo de aparatos estatales preocupados por combatir la inaccesibilidad a bienes y servicios por los altos precios de los mismos, determinando que los comerciantes eran los culpables¹.

Al hablar de Venezuela, se puede ser un poco más modesto. El 9 de septiembre de 1939, en Gaceta Oficial 19975 de la misma fecha, el General Eleazar López Contreras declaró como de primera necesidad a los alimentos, alquileres y materiales de

* Abogado egresado de la Universidad Católica Andrés Bello (2023), cursando la Especialización en Derecho Financiero en la misma universidad

¹ Shuttinger, Robert y Butler, Eamonn “4.000 años de controles de precios y salarios”, Primera Edición, Atlántida Editorial, Buenos Aires, 1979, p. 24

construcción, tejidos de algodón, medicinas y creó en la capital de cada uno de los Distritos una Junta ejecutiva *ad-honorem* con la finalidad de: fijar y publicar cada 15 días los precios máximos de esos bienes², una política que, con sus diferencias, se repite en la actualidad en Venezuela.

Ahora bien, el presente no tiene por objetivo dilapidar los efectos perniciosos de los controles de precios, dado que la doctrina jurídica³ y económica, nacional e internacional, se han ocupado de tratar el tema innumerables veces. La pertinencia de los datos provistos con anterioridad no es más que la de ilustrar un punto: el incorrecto enfoque del problema de la accesibilidad de bienes y servicios.

Ahora, lo que sí pretende hacer el presente es denunciar la ausencia de una normativa de protección al consumidor en el Derecho venezolano —por eso el título elegido— y, además, exponer de manera breve cuáles son los tópicos más recurrentes en los Ordenamientos Jurídicos extranjeros e internacionales (responsabilidad por productos, contratos de adhesión y cláusulas abusivas, publicidad engañosa, etc.).

El propósito es claro: marcar las líneas sobre las cuales se debería estructurar el sistema de protección del consumidor en Venezuela con un enfoque mayoritariamente de Derecho Privado; son una serie de propuestas *lege ferenda*, si se quiere. Una serie de propuestas que no enfocan a la protección del consumidor en el Derecho Administrativo, sino que opta por la autonomía del mismo o por un enfoque de Derecho Privado.

1. Justificación de un régimen especial de protección del consumidor: el Derecho Privado más allá del Derecho Civil y Mercantil

1.1. El soberano sin trono: Soberanía del consumidor y libre competencia

Von Mises expresa lo siguiente:

“Los procedimientos parlamentarios son un método adecuado para tratar de la estructuración de las leyes que necesita una comunidad basada en la propiedad privada de los medios de producción, en la libre empresa y en la soberanía de los consumidores. Pero son esencialmente inadecuados para la gestión de los asuntos bajo la omnipotencia gubernativa.”⁴

² Chelminski, Vladimir “*Los controles de precios. Buenas intenciones y trágicos resultados*”, CEDICE, segunda edición, Caracas, p. 143

³ Recientemente, Hernández, José Ignacio “*Control de cambio y control de precio en Venezuela: Auge y colapso institucional: del modelo socialista a la dolarización de facto*”, Editorial Jurídica Venezolana, Caracas, 2021

⁴ Von Mises, Ludwig “*Burocracia. Gestión empresarial frente a gestión burocrática*”, segunda edición, Unión Editorial, Madrid, 2005, p. 23

Debe recordarse que, si bien el principio de legalidad es uno de los corolarios de la libertad individual, también puede ser el principal ariete del autoritarismo y la miseria. Basta con ver los efectos de la legalidad en la Alemania del Gobierno del Reich, basta con ver los efectos de una legalidad injusta e irracional⁵.

Dada esa observación, la regulación de la protección del consumidor debe ser cuidadosa; la Ley debe proteger al consumidor para tener libertad de elección, pero su propósito es éste, no atacar al empresario. En medida de que las personas tienen una mayor capacidad para elegir entre mayores alternativas, es decir, en medida de que tienen una mayor libertad⁶, los mismos tienen más medios para seguir ampliando sus libertades y amplificando su calidad de vida. Es esta la relevancia de la soberanía del consumidor.

Con ello, los profesores estadounidenses Averitt y Lande, hablan de que la soberanía del consumidor existe bajo dos condiciones: (i) una gama de opciones que se haga posible a través de la competencia y (ii) los consumidores deben poder elegir efectivamente entre estas opciones⁷.

Ahora bien, la gran importancia de la competencia entre empresarios reside en que la misma es la competencia entre las diversas posibilidades que se le abren a los individuos para colmar sus necesidades de manera libre⁸, todo ello considerando que estos empresarios deben atender a las demandas de los consumidores, so pena de no obtener beneficio económico alguno.

Entonces, tiene que subrayarse esta correlación. El consumidor es soberano cuando tiene alternativas, tiene alternativas cuando hay competencia, hay competencia cuando hay empresarios dispuestos a estar en el mercado y, finalmente, estos estarán dispuestos a estar en el mercado cuando les resulte más beneficioso que costoso.

Sobre lo último, debe observarse que el propio Derecho es costoso, la propia legalidad es costosa para los empresarios y puede suponer la decisión de que los mismos ingresen o no en el mercado.

⁵ Nos basamos en el enfoque de Jellinek, Walter “*Alemania como Estado de Derecho*” en Revista de Administración Pública N° 6, Madrid, Septiembre-Diciembre, 1981, pp.347-352.

⁶ Tomamos el enfoque de Sen, Amartya “*Desarrollo y Libertad*”, Planeta Editorial, Barcelona, 1999

⁷ Averitt, Neil y Lande, Robert “*La soberanía del consumidor: Una teoría unificada de la Ley antimonopólica y de protección al consumidor*” en *Ius et veritas* N° 23, p. 181

⁸ Von Mises, Ludwig “*Burocracia. Gestión empresarial frente a gestión burocrática*”, pp. 49-50

El costo de la legalidad, de acuerdo con Ghersi, es la cantidad de tiempo e información que las personas deben dedicar para cumplir con las normas jurídicas⁹. Lo que se quiere decir con esto, es que una compleja y costosa normativa de protección al consumidor no protege al consumidor, sino que aumenta los costos de los empresarios y, por lo tanto, las posibilidades de que compitan; en conclusión, es algo que perjudica al consumidor.

Para el ex-canciller y ex-ministro de asuntos económicos de la República Federal Alemana, Ludwig Erhard¹⁰, a quien se le atribuye, junto a Adenauer, el “milagro económico alemán” dedicó una obra entera a explicar cómo, a través del dismantelamiento de controles de precios y el establecimiento de un sistema de libre formación de precios, se pudo estatuir una política económica favorable para el consumidor y para el desarrollo en general, empleando como medio principal a la libre competencia, la “*economía social de mercado*”, que puede ser familiar en muchas economías occidentales —buscando el aseguramiento de la competencia para el bienestar del consumidor y del público en general—.

1.2. Asimetría de información entre proveedores y consumidores al momento de contratar

Sobre este asunto, la doctrina suele referirse a “*las disparidades intrínsecas de la relación entre consumidores y proveedores, tales como el poder de negociación, los conocimientos y otros recursos*”¹¹. No negamos que esas disparidades existan, pero sí negamos que los integrantes de la cadena de producción sean entidades perversas que buscan aprovecharse de las mismas y hacer el mal.

En este punto, consideramos pertinente transponer conceptos de las ciencias económicas para dar explicación a este fenómeno y evitar visiones polarizadas. Esta situación de disparidad o desequilibrio, dentro de la teoría de los fallos del mercado, se denomina “*asimetría de la información*”. Esta asimetría de la información es consecuencia de dos fenómenos: (i) el alto costo de informarse y (ii) la división del trabajo.

Primero, la obtención de la información tiene un costo, en medida de que, para ser obtenida, requiere que se invierta una determinada cantidad de recursos, tal como lo estudió en su momento el economista George Stigler¹²; este costo, además, no es uno

⁹ Ghersi, Enrique “*El costo de la legalidad. Una aproximación a la falta de legitimidad del Derecho*”, Themis N° 19, pp. 5-14

¹⁰ Erhard, Ludwig “*Prosperity through competition*”, Frederick A. Praeger, New York, 1958

¹¹ Por ejemplo, así lo hace el “*Manual sobre protección del consumidor*” de la Conferencia de Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo, Naciones Unidas, 2017, p.2

¹² Stigler, George “*The economics of information*” en The Journal of Political Economy, Volumen 69, Tercera Edición, Chicago, 1961, pp.213-225

que sea racional ni posible asumir en todas las circunstancias. Es racional no estar informado sobre todo, por los altos costos que ello implica frente al beneficio que puede reportar —es lo que se denomina *racionalidad de la ignorancia*—¹³.

Segundo, la división del trabajo, principio deseable en toda sociedad para el crecimiento económico y para, justifica y exige que haya asimetría informativa. Adam Smith lo plantea así:

“Este gran incremento en la labor que un mismo número de personas puede realizar como consecuencia de la división del trabajo se debe a tres circunstancias diferentes; primero, al aumento en la destreza de todo trabajador individual; segundo, al ahorro del tiempo que normalmente se pierde al pasar de un tipo de tarea a otro; y tercero, a la invención de un gran número de máquinas que facilitan y abrevian la labor, y permiten que un hombre haga el trabajo de muchos.”¹⁴

Esta cita de Smith se conjuga perfectamente con una subsiguiente en la misma obra:

“Con el desarrollo de la división del trabajo, el empleo de la mayor parte de quienes viven de su trabajo, es decir, de la mayoría del pueblo, llega a estar limitado a un puñado de operaciones muy simples. (...) Ahora bien, la inteligencia de la mayoría de las personas se conforma necesariamente a través de sus actividades habituales. Un hombre que dedica toda su vida a ejecutar unas pocas operaciones sencillas, cuyos efectos son quizás siempre o casi siempre los mismos, no tiene ocasión de ejercitar su inteligencia o movilizar su inventiva para descubrir formas de eludir dificultades que nunca enfrenta.”¹⁵

1.3. Situación de “vulnerabilidad” del consumidor: contra este enfoque

Además de la asimetría informativa¹⁶, debemos reconocer que los desequilibrios en el consumo no son unicausales. Por el contrario, hay una pluralidad de causas que generan esta consecuencia.

¹³ Para aproximarse al concepto, aunque esté aplicado al ámbito de elección individual en el ámbito electoral, pueden observarse: James Buchanan, Gordon Tullock, *“The Calculus of Consent: Logical Foundations of Constitutional Democracy”* (Liberty Fund, 2011), 17-76 ver en: <https://bit.ly/3QfxnO5>, Butler, Eamonn *“Public Choice a Primer”*, The Institute of Economic Affairs, Londres, 2012, pp.52-53

¹⁴ Smith, Adam *“Una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones”*, Alianza Editorial, 2011, España, p. 44

¹⁵ Ídem

¹⁶ Es este el vocablo que emplea la ciencia económica. En el campo del Derecho, el Código de Protección y Defensa del Consumidor del Perú, también lo emplea.

En esa línea, el preámbulo de la Ley 4/2022, de 25 de febrero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica de España, reconoce que este desequilibrio no es producto de rencillas de clase entre consumidores e integrantes de la cadena de producción, lo cual hace de la siguiente manera:

“En primer lugar, se asume que la situación de vulnerabilidad no se deriva de circunstancias estrictamente personales, sino que hay que considerar aspectos de origen demográfico, social e, incluso, relacionados con cada entorno de mercado concreto.

En segundo lugar, y relacionado con lo anterior, hay consenso general en que las condiciones que predisponen a la vulnerabilidad en las relaciones de consumo exceden el plano de lo estrictamente económico, tradicionalmente aproximado con indicadores del nivel de renta. Los primeros avances teóricos en este sentido datan de los años noventa del siglo pasado y se derivan de estudios centrados en el análisis de la vulnerabilidad de consumo en mercados específicos como el de productos farmacéuticos o el alimentario. En estos casos se evidenciaba con nitidez cómo factores tanto de índole biológico como cultural tenían una importancia crucial para estimar la vulnerabilidad en sus relaciones de consumo de ciertos individuos o colectivos.

Posteriores investigaciones han venido confirmando que la multidimensionalidad de la vulnerabilidad de consumo, es decir, su relación con factores de distintas dimensiones, afecta a todos los ámbitos de consumo, siendo especialmente patentes en algunos sectores de consumo específicos como el financiero, el energético o el de comercio electrónico.

En tercer lugar, los estudios académicos conciben la vulnerabilidad en el ámbito del consumo como un concepto dinámico, en el sentido de que no define a las personas o a los colectivos como vulnerables de una forma estructural ni permanente. De esta forma, una persona puede ser considerada vulnerable en un determinado ámbito de consumo, pero no en otros. Además, esa condición de vulnerabilidad podrá variar a lo largo del tiempo según puedan hacerlo las condiciones que la determinan, tanto las de tipo personal como las sociales o de contexto. En definitiva, las investigaciones especializadas confirman que cualquier persona puede ser vulnerable en algún momento de su vida respecto de alguna relación de consumo específica.”

De hecho, atribuir esta “vulnerabilidad” a una lucha de clases o a cualquier factor semejante no es más que uno de los típicos sesgos de los cuales se puede aprovechar una campaña política populista, de corto plazo y que propugnan la expansión de la actividad estatal, tal como lo estudia el académico Brian Caplan¹⁷ y cuyas consecuencias abordaremos más adelante.

¹⁷ Caplan, Bryan. “The Myth of the Rational Voter: why democracies choose bad policies, (New Jersey: Princeton University, 2008, pp. 28-38

2. *¿Sobre cuáles bases debe partir la protección del consumidor?*

Debe decirse que la piedra angular para un eventual resurgir del Derecho de Consumo, dentro de nuestro Orden Jurídico actual, es el Artículo 117 del texto constitucional. Este dicta:

“Artículo 117: Todas las personas tendrán derecho a disponer de bienes y servicios de calidad, así como a una información adecuada y no engañosa sobre el contenido y características de los productos y servicios que consumen, a la libertad de elección y a un trato equitativo y digno. La ley establecerá los mecanismos necesarios para garantizar esos derechos, las normas de control de calidad y cantidad de bienes y servicios, los procedimientos de defensa del público consumidor, el resarcimiento de los daños ocasionados y las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos”

En ese sentido, hay una reserva legal¹⁸ establecida sobre los siguientes elementos: (i) mecanismos necesarios para garantizar los derechos de los consumidores, (ii) las normas de control y calidad y cantidad de bienes y servicios, (iii) los procedimientos de defensa del público consumidor, (iv) el resarcimiento de los daños ocasionados y (v) las sanciones correspondientes por la violación de estos derechos. Las técnicas que se exponen más adelante responden, en mayor o menor medida, al desarrollo de estos aspectos objeto de la reserva legal.

Ahora, en Venezuela hubo cierto tratamiento normativo en la materia¹⁹, pero la actual Ley Orgánica de Precios Justos, derogatoria de ese régimen, ha supuesto un regreso, dado que la misma, en nuestra opinión, sólo contiene un desarrollo del punto (v) y, además, se trata de un desarrollo inútil, por cuanto las sanciones tienen el propósito de reprimir la sanción de unos derechos vagamente reconocidos por la Ley, sin un establecimiento de normas de control de calidad —aunque sí de cantidad, con respecto a los tipos penales establecidos en la Ley²⁰—, poseyendo la naturaleza de una Ley Penal y estableciendo, preponderantemente, procedimientos sancionadores, y sin que haya normas de responsabilidad civil para que sean reparados los daños.

¹⁸ Basile Urizar, Miguel Ángel “*La inconstitucionalidad de normas en materia de protección al consumidor por crear condiciones adversas a los consumidores por sus efectos económicos. Un estudio a partir de la jurisprudencia venezolana*” en Revista de la Facultad de Derecho N° 71 (2016-2017), Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 2017, pp.85-86

¹⁹ Para ello, recomendamos observar el trabajo de la profesora Chacón Gómez, Nayibe “*Reseña histórica de la protección al consumidor y usuario en Venezuela: Mucho más que precios justos*” en Revista Venezolana de Legislación y Jurisprudencia N° 9, Editorial Revista Venezolana de Legislación y Jurisprudencia.-- Caracas, 9 (2017), pp. 141-165

²⁰ Nótese la ironía de la observación.

Esos son los temas que, ineludiblemente, debería tratar el legislador venezolano en materia de consumo. Además, el Manual sobre protección del consumidor de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 2017, se refiere a las características típicas de las leyes marco en materia de protección al consumidor, siendo algunos: cláusulas abusivas en contratos, deber de información, publicidad falsa, engañosa o confusa, creación de órganos administrativos, resarcimiento por productos defectuosos, entre otros²¹.

Con ello, el presente desarrollará, brevemente, algunas técnicas comunes en el Derecho Comparado para la protección al consumidor que atienden a las exigencias del Artículo 117 constitucional y a las sugerencias de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD), así como a los patrones del Derecho Comparado.

2.1. Heterogeneidad de las técnicas de protección al consumidor

En primer término, se debe considerar que el Derecho de Consumo, cuyo carácter de disciplina autónoma es discutible, se trata de una materia transversal al resto del Ordenamiento Jurídico; esto implica que, en aras de proteger al consumidor, el Derecho se aprovecha de las herramientas que proveen las distintas ramas del ordenamiento jurídico.

Acertadamente, el profesor Gabriel García Cantero señala lo siguiente:

“La experiencia comparativa ofrece gran variedad de vertientes sobre las que se proyecta el Derecho del Consumo: penal para sancionar las más graves transgresiones; administrativa, pues los Estados dedican importantes medios personales y materiales para proteger eficazmente a los consumidores; y, por supuesto, civil y mercantil por recaer fundamentalmente sobre contratos de una y otra clase (si el Derecho privado aparece escindido)(...)”²²

A las anteriores, podríamos añadir las técnicas procedimentales²³ (reglas procesales favorables, acceso a la justicia más sencillo, etc.), tanto en materia judicial como administrativa, las cuales serían comunes a la materialización de las demás técnicas, o

²¹ Manual sobre protección del consumidor de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 2017, pp. 23-24, disponible en: https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditceplp2017d1_es.pdf

²² García Cantero, Gabriel “Integración del Derecho de Consumo en el Derecho de Obligaciones” Revista jurídica de Navarra, ISSN 0213-5795, N° 13, Navarra, 1992, p. 39

²³ Esto lo proponemos en los términos de Perret, Louis “Protección al Consumidor en Canadá y los Estados Unidos: Principales técnicas” en *Derecho de Consumo y Protección al Consumidor. Estudios sobre la Ley N°19.496 y las principales tendencias extranjeras*, Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999, pp.15-23

bien pudiese verse como un conjunto de mecanismos autónomos, aunque consideramos que ello no tiene mayor incidencia práctica.

Sobre ello, se advierte que todas las técnicas de protección no son excluyentes entre sí²⁴, con lo cual, los Estados que poseen un dilatado desarrollo en esta materia se aprovechan de todas aquellas para diseñar su política jurídica de protección del consumidor.

En segundo término, se debe dejar muy claro que, por lo menos en la experiencia comparada —como se observará posteriormente—, la regulación de las relaciones de consumo tiene un ánimo protector o tuitivo. En estos casos, se hace una excepción al principio constitucional de igualdad formal ante la Ley para “proteger a la que es la parte más débil, que se encuentra inerte frente a las empresas y a los profesionales con los que se relaciona”²⁵, aunque no siempre se trate de la parte más débil de la relación en realidad.

Consideramos que tiene sentido enfocar el Derecho de Consumo en las técnicas propias del Derecho Privado por una razón fundamental: la relación de consumo es, ante todo, una relación de Derecho Privado y, si bien el régimen de Derecho Común —como se observará— posee falencias para atender a la realidad del consumo, no deja de ser necesaria la instauración de un régimen especial dentro del propio Derecho Privado para disciplinar las relaciones entre proveedores y consumidores.

En primer lugar, cabe mencionar dos principios básicos en el Derecho Privado, es decir, el principio de autonomía de la voluntad privada y el de igualdad. Ambos principios sufren un quiebre en materia de consumo.

Por un lado, en el Derecho de Consumo, la autonomía de la voluntad se ve sumamente matizada por la noción de orden público, tanto para proteger a la parte usualmente más débil a través del establecimiento de normas mínimas insertadas en los contratos que celebren los consumidores en ejercicio de su libertad de contratar para ser protegidos contra los abusos de sus proveedores²⁶.

Siguiendo con la idea anterior, también debe decirse que la relación de consumo tiene un interés en proteger “una concepción objetiva de la materia regulada, es decir, normas que hacen referencia a un acto económico —el consumo— alrededor del cual se

²⁴ Ídem

²⁵ Tambussi, Carlos Eduardo “*El principio de orden público y el régimen tuitivo consumidor en el derecho argentino*” en LEX Revista de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas, Vol.14, Núm 18 (2016), Perú, 2016, pp.66-67

²⁶ Mélich Orsini, José “*Las particularidades del contrato con consumidores*” en Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas N°111, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1999, pp.85-86

entrelazan las relaciones jurídicas instauradas por los individuos en su condición de consumidores o de empresarios”²⁷, lo cual, por su magnitud en la economía, justifica el carácter de materia de orden público, junto con otras observaciones de carácter social.

2.2. Protagonismo del Derecho Privado: ¿Por qué buscar la solución alejándose del Derecho Público?

Ahora bien, inclusive partiendo del hecho de que existan esas situaciones en las cuales el mercado no funciona de manera óptima, ha de considerarse que, el hecho de que el mercado —en apariencia— no funcione de manera adecuada, no implica que el Estado pueda hacerlo.

En ese orden, a pesar de que esto escape de los límites de este trabajo, estimamos conveniente hacer una breve referencia a la teoría de los fallos del Estado, con el propósito de generar una alerta en torno a algunos de los riesgos que se corren al momento de delegar ciertas situaciones a la actividad estatal.

En resumen, esto abarca tres circunstancias principales: (i) primero, el hecho de que se adopte una medida es una cuestión política y no jurídica, (ii) segundo, los votantes no son necesariamente racionales, sino que son manipulables por políticos populistas y (iii) el Estado carece de mecanismos óptimos para medir la eficiencia de su actividad.

Para no ahondar en esto más de lo necesario, no hay duda de que las decisiones adoptadas, en un Estado moderno, en teoría, tienden a estar supeditadas al empleo del mecanismo democrático por parte de una determinada sociedad, con lo cual, los actores políticos procuran obtener la mayoría de simpatizantes posibles tanto en la ciudadanía como en las propias instituciones, tal como lo estudiaron Buchanan (laureado con el Nóbel de Economía en el año 1986) y Tullock²⁸.

A su vez, ocurre que los políticos, a este efecto, aprovechan los prejuicios sistemáticos existentes en una determinada sociedad (como pudiese ser que la posición del consumidor es desmejorada por las empresas de manera intencional) para una mayor captación de votantes, con lo cual, acaban apelando más a factores irracionales que a políticas razonadas y cuyos efectos han sido evaluados como beneficiosos a largo plazo²⁹.

²⁷ Alpa, Guido “*El derecho de los consumidores y el “Código del Consumo” en la experiencia italiana**”, traducido del italiano por Pablo Andrés Moreno Cruz, en *Revista de Derecho Privado*, Universidad de Externado, Bogotá, 2006, pp. 5-7

²⁸ Buchanan, James y Tullock, Gordon. *The calculus of consent: logical foundations of constitutional Democracy*, University of Michigan, Indianapolis 1962

²⁹ Caplan, Bryan. “The Myth of the Rational Voter: why democracies choose bad policies”, pp. 28-38

Por último, en vista de que el Estado no realiza sus actividades siguiéndose por una lógica de beneficio económico, el mismo no es capaz de monetizar sus resultados a los efectos de medir de manera detallada la influencia de una decisión, por lo menos en el corto o mediano plazo, lo cual supone un problema para cualquier medida que el mismo vaya a adoptar³⁰.

En vista de lo anterior, es plausible acudir a las técnicas del Derecho Privado, las cuales, si bien se pueden ver incididas por una serie de defectos, consideramos, no son más perniciosos en el mediano y largo plazo que las que se derivan de la teoría de los fallos del Estado, lo cual es perfectamente aplicable a la protección del consumidor.

3. Técnicas de protección al consumidor

3.1. Tutela contractual: protección del consentimiento del consumidor

Aclarado el punto previo, puede hablarse de que uno de los momentos cruciales —si no el más crucial— considerado por el Derecho de Contratos es la formación del mismo. En cuanto a esto, si se atiende al ordinal primero del Artículo 1.141 de nuestro Código Civil, el consentimiento “serio, espontáneo y libre” y, por agregado, para la validez del contrato, las manifestaciones de voluntad de las partes deben ser “libremente emitidas y con conocimiento de causa”³¹. Claramente, el quid del asunto recae en que para dar un consentimiento de esta clase se debe estar informado y, como se explicó, este es uno de los elementos álgidos de la relación de consumo.

Concentrado en la materia, Urdaneta Fontiveros expresa que la protección del consentimiento, tradicionalmente se ha logrado mediante la “teoría de los vicios del consentimiento” (Artículos 1.146, 1.154 y 1.346 de nuestro Código Civil), concluyendo el autor que los mecanismos tradicionales de protección de la sanidad del consentimiento se ven afectados, en donde destaca el consumidor como sujeto digno de protección especial³².

Ahora bien, el autor refiere que, en la relación de consumo no es provechoso acudir a los remedios tradicionales del Derecho Común para tutelar el consentimiento, tal como lo serían la acción redhibitoria por vicios ocultos o la acción de nulidad por dolo, ya por dificultades probatorias, ya por circunstancias adversas al consumidor que lo ponen en una situación de indefensión³³.

³⁰ Hemos estudiado este particular con detenimiento en Fernández Bravo, Simón. La cuestión de la eficiencia de la Administración Pública en Revista Electrónica de Derecho Administrativo No. 24 (2022), pp. 45-66

³¹ Urdaneta Fontiveros, Enrique “*El derecho de desistimiento del consumidor*” en Revista de la Facultad de Derecho de la Facultad de Derecho N°67-70, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 2021-2015, pp.301-365

³² Ídem

³³ Ídem

En el caso venezolano, la derogada Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a Bienes y Servicios (en adelante, LEDEPABIS), se consagró el denominado “derecho a retractarse” o “derecho de desistimiento” como un remedio particular, en forma de un derecho de “resciliación unilateral del contrato” en palabras de Urdaneta Fontiveros para tratar esta problemática, aunque el mismo puede comentarse con mayor amplitud en el título de la responsabilidad por productos. Esta figura del desistimiento es empleada de un modo muy similar al que lo fue en nuestro Derecho, en el caso mexicano, contemplado en la Ley Federal de Protección al Consumidor en su Artículo 56³⁴.

El Código del Consumo italiano, aprobado con el Decreto legislativo 206 del 6 de septiembre de 2005 y modificado por la Ley 13 del 6 de febrero de 2007 y por la Ley 244 del 24 de diciembre de 2007, en su Artículo 33, literal t, inciso 2º, trata el asunto a través del establecimiento de reglas favorables de carga de la prueba, de modo que, en palabras de Alpa, “al consumidor se le facilita el ejercicio de sus derechos de tutela porque el código establece que el proveedor tiene la carga de la prueba en relación con a. el cumplimiento de las obligaciones de información del consumidor; b. el consentimiento, por parte del consumidor, para la celebración del contrato”.³⁵

Por otra parte, la Ley de Defensa del Consumidor de Argentina, originaria de 1993 y con diversas añadiduras posteriores, dedica capítulos a la “Información del consumidor y protección de su salud” (Capítulo II, Título I) y a las “Condiciones de la oferta y venta” (Capítulo III, Título I), aunque la protección empleada en estos casos consiste en el empleo de técnicas de policía administrativa a través de las cuales se ejerce un control ex-ante de la legalidad, con lo cual, nos ocuparemos de ello próximamente.

3.2. Tutela contractual: Contratos de adhesión y cláusulas abusivas

Aquí se plantea uno de los aspectos fundamentales de la protección al consumidor, y es que el contrato de adhesión es un mecanismo típico de contratación en la relación de consumo.

³⁴ “El contrato se perfeccionará a los cinco días hábiles contados a partir de la entrega del bien o de la firma del contrato, lo último que suceda. Durante ese lapso, el consumidor tendrá la facultad de revocar su consentimiento sin responsabilidad alguna. La revocación deberá hacerse mediante aviso o mediante entrega del bien en forma personal, por correo registrado, o por otro medio fehaciente. La revocación hecha conforme a este artículo deja sin efecto la operación, debiendo el proveedor reintegrar al consumidor el precio pagado. En este caso, los costos de flete y seguro correrán a cargo del consumidor. Tratándose de servicios, lo anterior no será aplicable si la fecha de prestación del servicio se encuentra a diez días hábiles o menos de la fecha de la orden de compra.” (resaltados nuestros).

³⁵ Alpa, Guido “El derecho de los consumidores: un laboratorio para los juristas”, traducido del italiano por Pablo Andrés Moreno Cruz, en Revista de Derecho Privado N°15, Universidad de Externado, Bogotá, 2008, p.19

La profesora Hübner Guzmán, reseñando la incorporación de los contratos de adhesión a la Ley 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, indica lo siguiente:

Hoy vemos cómo el legislador ha advertido que en la contratación moderna ocurre con frecuencia que el proveedor ofrece sus servicios o productos en forma masiva, con condiciones iguales y preestablecidas, fijadas de antemano por este, dirigidas a todos los potenciales consumidores, con los cuales sería imposible negociar en forma particular cada una de las cláusulas del contrato.³⁶

Típicamente, el contrato de adhesión es una de las materias sobre las cuales recae el control administrativo ex ante, tanto para su formación como para su control³⁷, aunque esta técnica de intervención en los contratos se comentará posteriormente.

El profesor Mélich Orsini en su *Doctrina General del Contrato*, más allá de definir el contrato de adhesión, lo conceptualiza fijando tres características de los mismos: (1) carácter contractual de la relación, (2) predeterminación de las cláusulas y la (3) negación de toda oportunidad de negociación por parte del cocontratante que acepta las cláusulas predispuestas³⁸.

En el caso venezolano, al igual que la mayoría de caracteres que se tratan en el presente trabajo, no existe, actualmente, ningún tratamiento por parte del legislador más allá de las dos menciones —inservibles dada la ausencia de reglamentación— a los contratos de adhesión en el Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Orgánica de Precios Justos de 2015, en sus Artículos 7 numeral 10 y 47 numeral 8, todo ello sin definir cosas tan básicas como una cláusula abusiva y sin mayores comentarios sobre el propio contrato de adhesión, conformando un régimen que, si bien no contempla la intervención administrativa en la formación del contrato, destaca por su deficiente control ex post, en el cual no se busca la protección del consumidor contratante, siendo que la lesión de los derechos del mismo sólo puede ventilarse por la vía de las sanciones administrativas, que en nada satisfacen al consumidor y, además, quedando frente al sistema ordinario de responsabilidad civil, frente a un sistema judicial de difícil funcionamiento y a un costoso sistema arbitral (esto se comentará en la sección alusiva a la responsabilidad de los integrantes de la cadena de producción).

³⁶ Hübner Guzmán, Ana María “*Derecho de la contratación en la Ley de Protección al Consumidor*” en Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999

³⁷ Así lo afirman García Cantero, Gabriel “*Integración del Derecho de Consumo en el Derecho de Obligaciones*”, p.39, Morles Hernández, Alfredo “*El nuevo modelo económico del socialismo del siglo XXI y su reflejo en el contrato de adhesión*” en Revista de Derecho Público N°115/2008, Editorial Jurídica Venezolana, Caracas, 2008, 229-232, entre otros.

³⁸ Mélich Orsini, José “*Doctrina General del Contrato*”, Academia de Ciencias Políticas y Sociales, Quinta Edición, Primera Reimpresión, Caracas, 2012, p. 52

Ahora, Madrid Martínez expresa que “la posibilidad que pueda tener una de las partes de disponer el contenido del contrato para obtener la adhesión de la otra, se presta para que el proponente incluya en el contrato cláusulas que pueden ser calificadas como abusivas”³⁹, con lo cual, se justifica un control de este tipo de contratos en el marco de la protección del consumidor.

De hecho, no se podría afirmar que ha sido una materia tratada de manera extensiva en Venezuela, debido a que los antecedentes normativos sobre ello son los derogados Artículo 81 de la Ley de Protección al Consumidor y al Usuario de 2004 y el Artículo 70 de la Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios⁴⁰, así como alguna referencia en alguna otra norma segmentada.

La protección debe hacer aparición frente al riesgo latente de que existan cláusulas abusivas dentro del contrato de consumo. En cuanto a las mismas, es imperdible la referencia de la Directiva 93/13/CEE⁴¹ del Consejo de las Comunidades Europeas, de 5 de abril de 1993.

En el numeral 1 del Artículo de la Directiva se realiza una definición de lo que implica una cláusula abusiva, así como en el anexo de la misma se hace un listado de cláusulas potencialmente abusivas⁴². Carballo Fidalgo, comentando la norma expresa lo siguiente:

Centrándonos en la noción general, del apartado 1 del artículo 3 de la Directiva se desprende que el eventual carácter abusivo de una cláusula ha de medirse en atención a un doble parámetro: la contravención de las exigencias de la buena fe y la producción de un desequilibrio contractual importante en detrimento del consumidor.⁴³

A su vez, el Artículo 2.1.10 de los Principios UNIDROIT⁴⁴, referido a las “cláusulas sorprendidas”, señala una excepción al principio de la fuerza obligatoria de los

³⁹ Madrid Martínez, Claudia “Las cláusulas abusivas y los contratos de adhesión. Una mirada desde el silencio del Derecho venezolano de los contratos” en Revista de Derecho Mercantil, Sociedad Venezolana de Derecho Mercantil, Edición en honor a Alfredo Morles Hernández, Caracas, 2021, p.253

⁴⁰ Ídem. En el segundo caso inclusive entrando a definir al contrato de adhesión como “(...) los contratos tipos o aquellos cuyas cláusulas han sido aprobadas por la autoridad competente por la materia o establecidas unilateralmente por la proveedora o el proveedor de bienes y servicios, sin que las personas puedan discutir o modificar substancialmente su contenido al momento de contratar.”

⁴¹ Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, consultar en idioma castellano en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-1993-80526>

⁴² Ver *supra*

⁴³ Carballo Fidalgo, Marta “La Directiva 93/13/Cee Sobre Cláusulas Abusivas Y Su Desarrollo Por El Tribunal De Justicia De La Unión Europea. Aportaciones A La Construcción De Una Disciplina Protectora Y Cuestiones Abiertas”, Cuadernos de Derecho Transnacional (Marzo 2022), Vol. 14, N° 1, pp. 65-87.

⁴⁴ “(1) Una cláusula estándar no tiene eficacia si es de tal carácter que la otra parte no hubiera podido preverla razonablemente, salvo que dicha parte la hubiera aceptado expresamente. (2) Para determinar si una cláusula estándar es de tal carácter, se tendrá en cuenta su contenido, lenguaje y presentación.”

contratos, al indicar que “(...)no obstante la aceptación de tales cláusulas en su conjunto, la parte adherente no queda obligada por aquellas cláusulas que por su (1) contenido, (2) terminología o (3) presentación no podían ser razonablemente previstas por dicha parte.”⁴⁵.

Es decir, que, a la luz de los Principios UNIDROIT, estas cláusulas deben ser inválidas, aunque también expresa que una parte no podrá valerse de lo “sorpresivo” cuando haya dado aceptación expresa.⁴⁶

En cuanto a la tutela de los contratos por parte de la Administración, nos acogemos a estas palabras del profesor Morles, por cuanto también recomendamos que la eventual regulación del Derecho de Consumo evite la tutela administrativa de los contratos, dejándole la misma a órganos jurisdiccionales:

Las situaciones patrimoniales de los ciudadanos y su propia libertad están bajo la natural protección de los órganos judiciales, de las normas constitucionales y del derecho común. La interpretación de los contratos, el régimen de las nulidades de los actos de los particulares, la impugnación de la validez de los actos jurídicos patrimoniales, son materias de derecho común y de carácter jurisdiccional que no pueden ser decididas por un órgano administrativo.⁴⁷

Además, recalamos la postura de Grisanti Belandria de que, en vista de que la Administración siempre actúa como parte interesada, no puede suplir las funciones del órgano jurisdiccional y, además, no debería hacerlo a costas de procurar procedimientos más abreviados y otras facilidades del procedimiento administrativo frente al judicial⁴⁸.

3.3. Tutela precontractual: Efectos de la oferta al público de bienes y servicios

Ya hemos apuntado que la relación de consumo, principalmente, se materializa a través de contratos. Sobre el momento en el cual se forma el contrato, el encabezado del Artículo 1.137 del Código Civil dispone que “se forma tan pronto como el autor de la oferta tiene conocimiento de la aceptación de la otra parte”. Aquí se presenta otra de

⁴⁵ Principios UNIDROIT sobre contratos comerciales internacionales, 2016: <https://www.unidroit.org/wp-content/uploads/2021/06/Unidroit-Principles-2016-Spanish-i.pdf>

⁴⁶ De modo muy similar al de los Principios UNIDROIT y de la Directiva 93/13/CEE, la Ley Federal de Protección al Consumidor de México, en su Artículo 90, contiene un lista de cláusulas abusivas, cuyo establecimiento en un contrato se tendrá por inexistente de pleno derecho y acarreará una negativa de registro

⁴⁷ Morles Hernández, Alfredo “*La total desaparición del contenido dispositivo del contrato en los contratos de adhesión*” en Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas N° 132, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2008, p. 152

⁴⁸ Grisanti Belandria, Rosibel “*Inexistencia de los actos cuasi jurisdiccionales*”, Editorial Vadell Hermanos Editores, Valencia, 1994

las particularidades del consumo en materia contractual, debido a que el proponente de la oferta se encuentra ofreciendo bienes y servicios al público en general.

En un terreno próximo, Messineo⁴⁹ —seguido por Mélich⁵⁰ en nuestra doctrina—, hace una distinción entre la “oferta al público” y la “promesa unilateral al público”, siendo que la primera no es obligatoria para el proponente en el sentido de que es revocable y, por su parte, la segunda constituye fuente de obligaciones por sí misma, independientemente de la aceptación, apenas es hecha pública.

Dada la ausencia de regulación de este aspecto —en materia de consumo— por el legislador venezolano, lo conducente es observar el Derecho Comparado y ver si le dan el tratamiento de la oferta al público o el de la promesa unilateral al público.

Como primera referencia, en Chile, el Artículo 13 de la Ley 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores indica lo siguiente:

Artículo 13.- Los proveedores no podrán negar injustificadamente la venta de bienes o la prestación de servicios comprendidos en sus respectivos giros en las condiciones ofrecidas.

La regulación es especialmente interesante, dado que nos da una respuesta con una lectura integrada del resto de la Ley. Si se conjuga con el literal e del Artículo 3 de la precitada Ley, el cual señala que el consumidor posee “el derecho a la reparación e indemnización adecuada y oportuna (...) en caso de incumplimiento de cualquiera de las obligaciones contraídas por el proveedor, y el deber de accionar de acuerdo a los medios que la ley le franquea” (Subrayados nuestros).

Reseñando estas disposiciones y respondiendo a la pregunta de ¿Qué ocurre con la libertad contractual del que ofrece sus servicios o productos al público en general de acuerdo a nuestra actual ley del consumidor?, Hübner Guzmán considera que la Ley se refiere al “deber” que tiene el consumidor y no al “derecho” de accionar por tratarse de una norma que fundamenta un precepto sancionador⁵¹ (el del Artículo 24 de la Ley)⁵². En definitiva, puede interpretarse que, en el caso de Chile, el régimen aplicable es más parecido al de la promesa al público, por cuanto obliga al proveedor a prestar los bienes y servicios ofertados.

⁴⁹ Messineo, Francesco “Manual de Derecho Civil y Comercial”, Tomo V, Editorial Jurídica Europa América., pp. 459-460

⁵⁰ Mélich Orsini, José “Doctrina General del Contrato”, pp. 126-128

⁵¹ Hübner Guzmán, Ana María “Derecho de la contratación en la Ley de Protección al Consumidor”, p. 128

⁵² Artículo 24: Las infracciones a lo dispuesto en esta ley serán sancionadas con multa de hasta 300 unidades tributarias mensuales, si no tuvieran señalada una sanción diferente.

Esto es un síntoma que, como se observará más adelante al comentar la tutela administrativa del consumidor, es común en la normativa de protección al consumidor: el de castigar las infracciones de los integrantes de la cadena de producción sin generar alguna satisfacción directa de las pretensiones del consumidor, viéndose favorecidas las arcas públicas y no el grupo afectado; a pesar de que, claramente, lo que está involucrado son intereses privados, se favorece al Estado y no al consumidor.

En México, los Artículos 42 y 43 de la Ley Federal de Protección al Consumidor, disponen:

Artículo 42: El proveedor está obligado a entregar el bien o suministrar el servicio de acuerdo con los términos y condiciones ofrecidos o implícitos en la publicidad o información desplegados, salvo convenio en contrario o consentimiento escrito del consumidor.

Artículo 43: Salvo cuando medie mandato judicial o disposición jurídica que exija el cumplimiento de algún requisito, ni el proveedor ni sus dependientes podrán negar al consumidor la venta, adquisición, renta o suministro de bienes o servicios que se tengan en existencia. Tampoco podrá condicionarse la venta, adquisición o renta a la adquisición o renta de otro producto o prestación de un servicio. Se presume la existencia de productos o servicios cuando éstos se anuncien como disponibles. (...)

En México, de acuerdo con estos preceptos, es claro que la puesta de bienes en el mercado también apareja una fuente de obligaciones para el proveedor. Nuevamente, estas normas son complementadas con el Artículo 127 de la propia Ley, el cual establece una sanción pecuniaria para la infracción de estas disposiciones, adoleciendo del mismo síntoma que la Ley chilena. Consideramos que la lesión, insistimos, recae sobre un interés privado y lo conducente es la reparación del mismo bajo un régimen de responsabilidad pro-consumidor, no por la inquisición de empresarios por parte del Estado para satisfacer los intereses del Estado.

3.4. Tutela precontractual: Protección frente a la publicidad

En Venezuela, la publicidad engañosa, al igual que en el Perú⁵³, es objeto de regulación de la legislación de la competencia. El Artículo 17, numeral 1 del Decreto con Rango, Valor y Fuerza de Ley Antimonopolio se refiere a la publicidad engañosa como una de las “*prácticas desleales*” y su represión se encuentra en los Artículos 49 y siguientes de la Ley del Capítulo II Título V, “De las sanciones en particular”.

⁵³ El Artículo 12 del Código de Protección y Defensa del Consumidor, situado en el subcapítulo II (*Protección del consumidor frente a la publicidad*) del Capítulo I sobre *Información a los Consumidores* dicta: “*La publicidad comercial de productos y servicios se rige por las normas contenidas en el Decreto Legislativo núm. 1044, Ley de Represión de la Competencia Desleal, o por aquellas normas que las sustituyan o modifiquen, y por las normas específicas del presente subcapítulo y las de publicidad de determinados productos y servicios contenidas en el presente Código.*”

1. Publicidad engañosa: Todo acto que tenga por objeto, real o potencial, inducir a error al consumidor o usuario de un bien o servicio, sobre las características fundamentales de los mismos, su origen, composición y los efectos de su uso o consumo. Igualmente, la publicidad que tenga como fin la difusión de aseveraciones sobre bienes o servicios que no fueren veraces y exactas, que coloque a los agentes económicos que los producen o comercializan en desventaja ante sus competidores.

Sobre ello, cabe comentar el segundo párrafo del Artículo 16 de la referida Ley:

La determinación de la existencia de una práctica desleal, no requiere acreditar conciencia o voluntad sobre su realización. No será necesario acreditar que dicho acto genere un daño efectivo en perjuicio de otro competidor, de los consumidores o del orden público económico; basta constatar que la generación de dicho daño sea potencial, para que se apliquen las sanciones legales previstas en el ordenamiento jurídico que resulte aplicable.

Estos preceptos —que establecen la responsabilidad objetiva, y ni siquiera de culpa presunta—, en materia sancionatoria entran cierta controversia con el Artículo 49 del texto constitucional, en concreto, con los principios de tipicidad, debido proceso (aplicable a todas las actuaciones administrativas), el principio de culpabilidad y la presunción de inocencia⁵⁴.

Irónicamente⁵⁵, el criterio del Tribunal Supremo de Justicia⁵⁶ favorece nuestra opinión, según la cual es inconstitucional prescindir de la presunción de inocencia, así como presumir la culpabilidad en materia de sanciones, y todavía más si no existen normas claras sobre el objeto a sancionar, las cuales permitan a los destinatarios del precepto sancionador, llevar conductas diligentes del todo.

Además, cabe destacar que la anterior se vincula con el binomio normativo de la Ley Orgánica de Precios Justos de 2015, a saber, los Artículos 7 numeral 5 y 47 numeral 6. Al igual que en los contratos de adhesión, el desarrollo normativo de la publicidad engañosa es penosamente deficiente y, por añadido, sólo tiene una vertiente represiva con unas bases jurídicas ingentemente difusas. Esa es la regulación de la publicidad engañosa en Venezuela: una escueta definición legal y un par de preceptos sancionatorios.

⁵⁴ Badell Madrid, Rafael “Potestad Sancionatoria de la Administración en Venezuela” en Revista Electrónica de Derecho Administrativo Venezolana N°21, Centro de Investigación para la Integración y el Derecho Público (CIDEP), Caracas, 2022, pp. 58-79. El autor también realiza comentarios sobre los excesos de Ley Orgánica de Precios Justos frente a los principios que informan la potestad sancionatoria de la Administración.

⁵⁵ En el caso de Colombia, alguna jurisprudencia ha admitido *excepcionalmente* la aplicación de la responsabilidad objetiva en materia de sanciones administrativas (ver a Restrepo Pineda, Carlos “La responsabilidad objetiva en el Derecho Sancionatorio Tributario vista por la Corte Constitucional” en Revista Visión Contable N°6, Universidad Autónoma Latinoamericana, pp. 63-91). Lo irónico, es que Colombia, en materia de publicidad engañosa, no posee una presunción de culpa.

⁵⁶ Sentencias de 05-04-2016 y de 02-06-2015 de la Sala Político-Administrativa del Tribunal Supremo de Justicia.

En el Derecho Comunitario, la Directiva 84/450/CEE, modificada por la Directiva 97/55/CE sobre la publicidad engañosa y la publicidad comparativa, establecen los parámetros de la materia, en conjunto con la Directiva 2005/29/CE, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con consumidores y la la Directiva 2006/114/CE.

La Directiva sobre publicidad engañosa y publicidad comparativa establece criterios mínimos para aquellas, señalando en su Artículo 1, que su objeto es “proteger a los consumidores (...) contra la publicidad engañosa y sus consecuencias injustas, y establecer las condiciones en las que estará permitida la publicidad comparativa”. Al incluir la publicidad comparativa, se le añaden más texturas al concepto.

De estos cuerpos normativos, se permiten deducir los elementos constitutivos de cada ilícito tipificado en las Directivas, así como los factores que ayudan a determinar cuándo se trata de un engaño, entre otros aspectos relevantes⁵⁷. Es destacable mencionar que estas normas tienen el propósito de ser parámetros básicos, y cuentan con una extensión mucho mayor que nuestra normativa.

3.5. Tutela extracontractual: Responsabilidad por productos defectuosos⁵⁸

Otro de los tópicos más relevantes en la regulación de protección al consumidor, sin duda, es el régimen especial de responsabilidad civil. Lo primero, es dejar clara la necesidad de un régimen especial para esta clase de responsabilidad civil, ello, con base a las carencias de los sistemas de responsabilidad contractual y extracontractual del Derecho Común. Hay elementos esenciales aquí: legitimación activa y pasiva, tipo de responsabilidad (objetiva o subjetiva, contractual o extracontractual, y los supuestos de defecto en el producto).

En cuanto a la responsabilidad contractual, Zelaya Etchegaray identifica las siguientes razones: (a) está concebida para reparar los daños, vicios o defectos del objeto del contrato, pero no los causados por el objeto del contrato, y menos sobre otros bienes o sobre terceros no contratantes; (b) una legitimación activa y pasiva limitada a

⁵⁷ Martínez-Salcedo, Juan “Derecho comunitario europeo sobre la publicidad y su transposición al derecho español” en Revista Opinión Jurídica Vol 15, N°29, Universidad de Medellín, Medellín, 2016, pp.101-122,

⁵⁸ Este punto es estudiado a detalle en Fernández Bravo, Simón. “Algunos problemas ocasionados por la inexistencia de un régimen de responsabilidad por productos defectuosos en Venezuela” en Revista de Derecho Mercantil No. 11 en Homaje al Dr. Muci-Abraham, 2023, PP. 641-665

las partes integrantes del contrato (el autor pone el ejemplo de daños ocasionados a la hija del contratante, quien deberá acudir a la vía extracontractual); (c) el deudor sólo responde por culpa leve⁵⁹.

En cuanto a la responsabilidad extracontractual, las razones que expone son: (a) una desproporcionadamente exigente carga probatoria en cabeza de la víctima para demostrar la culpa del agente del daño, al igual que la causa precisa y determinante del daño; (b) la víctima desconoce los detalles del proceso productivo y la empresa la maneja en su totalidad⁶⁰, haciendo más explícito el problema de asimetría informativa.

Consideramos que estas son observaciones pertinentes para la construcción de un sistema de responsabilidad por productos desde cero, junto con la pregunta de si ese sistema debe atender a un régimen especial de responsabilidad contractual o extracontractual, si debe ser una responsabilidad objetiva o con culpa, los legitimados en la relación, etc.

Primero, observemos la Directiva 85/374/CEE del 25 de julio de 1985 relativa a la aproximación de las disposiciones legales, reglamentarias y administrativas de los Estados Miembros en materia de responsabilidad por los daños causados por productos defectuosos. El modelo contemplado en esta Directiva, resumidamente, es un sistema que, según alguna doctrina, es de responsabilidad objetiva y solidaria⁶¹, en el cual el perjudicado deberá probar el daño, el defecto y la relación causal entre el defecto y el daño (Artículos 4 y 5 de la Directiva). Sin embargo, no pensamos que la Directiva contempla un sistema de responsabilidad objetiva del todo, sino uno de culpa presunta, debido a que el Artículo 6 contiene una serie de supuestos en los cuales el deudor puede quedar librado de responsabilidad, teniendo éste la carga de la prueba sobre los mismos⁶².

Se trata de un sistema de culpa presunta igual que el contemplado en la Ley chilena para los que denomina “productos peligrosos”(en Chile, hay una tricotomía entre productos inidóneos, inseguros y peligrosos, siendo un sistema más amplio y preciso

⁵⁹ Zelaya Etchegaray, Pedro “El cúmulo u opción de responsabilidades en la nueva Ley de Protección al Consumidor” en Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999, pp.216-221

⁶⁰ Ídem

⁶¹ Castañeda Muñoz, José Eugenio “Historia breve de la evolución de la protección a los consumidores en la CEE” en Cuadernos de Estudios Empresariales, n. 0 2, Editorial Complutense, Madrid, 1992, pp. 195-205

⁶² La responsabilidad objetiva prescinde completamente de analizar la conducta del agente del daño, Alpa lo expone de esta forma: “La ilicitud concierne, en todo caso, al resultado, es decir, al efecto dañoso de la actividad, y no a la actividad en sí misma; en otras palabras, el ordenamiento no expresa un juicio de valor negativo sobre el comportamiento humano que ha provocado el daño”, si el sistema de la Directiva fuera objetivo, sería incompatible con el Artículo 7 que prevé causales de exculpación atinentes a la conducta del autor, ver en Alpa, Guido “Nuevo Tratado de la Responsabilidad Civil”, El Jurista Editores, Lima, 2006, p. 316

que el de la Directiva)⁶³, el cual abre la posibilidad de que el deudor se libre de responsabilidad probando que “provea los bienes o preste los servicios cumpliendo con las medidas de prevención legal o reglamentariamente establecidas y los demás cuidados y diligencias que exija la naturaleza de aquéllos”⁶⁴.

A su vez, el régimen que propone la Directiva establece otros aspectos relevantes que debería considerar el legislador venezolano, como una legitimación activa amplia, que no requiere de la presencia del consumidor, sino de la víctima efectiva del daño. El legislador argentino no es tan generoso, debido a que limita la exigibilidad de esta clase de responsabilidad a la existencia de una relación de consumo entre las partes, definida en el Artículo 1 de la Ley de Defensa del Consumidor⁶⁵.

Ahora, en cuanto al problema de la legitimación pasiva, pensamos que una solidaridad pasiva amplia entre todos los integrantes de la cadena de producción puede generar diversas injusticias, así como reconocemos la amplia dificultad de probar la culpa en concreto de alguno. El legislador argentino opta por esta solución en su Artículo 40⁶⁶, permitiendo al consumidor atacar a todos los integrantes de la cadena de producción y teniendo los mismos acciones de regreso entre sí⁶⁷. Son múltiples las combinaciones que puede hacer el legislador en estos temas de legitimación, el cual consideramos básico para fundar un régimen especial de responsabilidad por productos en Venezuela.

En Venezuela, el antecedente más próximo es el Artículo 77 del Decreto Ley para la Defensa de las Personas en el Acceso a los Bienes y Servicios y rezaba:

Artículo 77: Los proveedores de bienes o servicios, cualquiera sea su naturaleza jurídica, serán solidaria y concurrentemente responsables, tanto por los hechos propios como por los de sus dependientes o auxiliares, permanentes o circunstanciales, aún cuando no tengan con los mismos una relación laboral

⁶³ Corral Talciani, Hector “*Ley de protección al consumidor y responsabilidad civil por productos y servicios defectuosos*” en Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999, pp. 163-211. En vista de que el presente se orienta a una propuesta de base, no indagaremos sobre esta clase de detalles.

⁶⁴ Ley 19.496 que establece normas sobre protección de los derechos de los consumidores, Artículo 47

⁶⁵ Sáenz, Luis Ricardo y Silva, Rodrigo “*La responsabilidad por productos en el derecho argentino. Aplicaciones jurisprudenciales y derecho comparado*” en Revista Jurídica de la Universidad de Palermo | ISSN 0328-5642 |, Palermo, 2019, pp. 201-254

⁶⁶ *Ley 24.240 de Defensa del Consumidor (Argentina), ARTICULO 40. — Si el daño al consumidor resulta del vicio o riesgo de la cosa o de la prestación del servicio, responderán el productor, el fabricante, el importador, el distribuidor, el proveedor, el vendedor y quien haya puesto su marca en la cosa o servicio. El transportista responderá por los daños ocasionados a la cosa con motivo o en ocasión del servicio. La responsabilidad es solidaria, sin perjuicio de las acciones de repetición que correspondan. Sólo se liberará total o parcialmente quien demuestre que la causa del daño le ha sido ajena.”*

⁶⁷ Sáenz, Luis Ricardo y Silva, Rodrigo “*La responsabilidad por productos en el derecho argentino. Aplicaciones jurisprudenciales y derecho comparado*”

Sobre este particular, Madrid Martínez se pronunció, señalando que se trataba de un sistema altamente enigmático, dado que incluye como sujetos pasivos solidariamente responsables a una multiplicidad de sujetos, lo cual no permite distinguir si debe procederse con el sistema de culpa probada o de culpa de los Artículos 1.185 y 1.191 del Código Civil, respectivamente, así como tampoco era posible distinguir si se trataba de un sistema de responsabilidad contractual o extracontractual, objetiva o subjetiva, y demás⁶⁸.

En suma, aunque no se trata de un trabajo dedicado a las particularidades detalladas de la responsabilidad civil en materia de consumo, concluimos que es una materia cuya regulación es fundamental, debido a que, de acuerdo con los problemas expuestos al inicio de este título, el sistema de responsabilidad concebido por el Derecho Común, tanto en materia contractual como extracontractual, deja en una situación muy perjudicial a los consumidores, sobre todo en lo que a temas probatorios respecta; sin embargo, debe pensarse en que no es correcto concebir un régimen con férreas protecciones, dado que el propósito tampoco es perjudicar innecesariamente a los empresarios y, como se observará posteriormente, se necesita una regulación prudente y proporcional para favorecer al propio consumidor.

3.6. Ejercicio de la potestad sancionadora

Este elemento, respecto de los demás, goza de una particularidad muy interesante, y es que el legislador venezolano ha desarrollado su equivalente a la “protección al consumidor”, con base al poder sancionador del Estado —en este punto, nos referiremos principalmente sanciones administrativas—. Lo que ello parece dar a entender, es que se considera a las sanciones como la mismísima protección, y no como un medio para garantizar un conjunto de derechos subjetivos reconocidos a los consumidores.

Para dejar un poco más explícito el párrafo anterior, nos basta con hacer una lectura de lo que podemos llamar un binomio que conforma toda la protección al consumidor en Venezuela: los Artículos 7, de los derechos individuales, y 47, en el capítulo de infracciones, de la Ley Orgánica de Precios Justos de 2015. Lo que sucede en ambas disposiciones, es que la primera se encarga de señalar los derechos de las personas en relación con los bienes y servicios y la segunda de castigar a quienes violen, menoscaben, desconozcan o impidan a las personas el ejercicio de los derechos del Artículo 7, reproduciendo listas casi idénticas en ambo.

⁶⁸ Madrid Martínez, Claudia “*La responsabilidad civil como mecanismo de protección de consumidores y usuarios*” en Homenaje a Aníbal Dominici, coordinado por Irene de Valera y José G. Salaverría, Ediciones Liber, Caracas, 2008, p. 61

En ese sentido, es claro cómo concibe a las sanciones como el modo de proteger los derechos de las personas en relación con los bienes y servicios. Lo que postulamos en el presente es un replanteamiento de la función que pueden tener las sanciones en esta materia: las sanciones deben ser un modo de cumplimiento de las normas de protección al consumidor, más no la protección en sí misma.

Habiendo aclarado esto, se debe recordar que no se ha escrito poco sobre el sistema de sanciones de la Ley Orgánica de Precios Justos de 2015. Por ejemplo, el profesor Sira Santana⁶⁹, expone el inconstitucional y claramente adverso para el empresario procedimiento sancionatorio que establece la Ley. De aquí, tal como lo afirma el autor, parece dar más luces de una Ley de criminalización del empresario, que de una Ley de protección del consumidor.

Sobre eso, la propia Sala Constitucional del Tribunal Supremo de Justicia en sentencia n.º 307 del 06 de marzo de 2001, ha concebido al poder sancionador como “mecanismos coercitivos para cumplir sus fines (...) frente a la inobservancia de los particulares en el cumplimiento de las obligaciones que les han sido impuestas por ley”.

Igualmente, en España, Mayor Menéndez, comentando el título de Inspección y Régimen Sancionador de la Ley 11/1998 de 24 de abril, cita la jurisprudencia del Tribunal Constitucional para expresar que “la potestad sancionadora tiene un carácter instrumental respecto del ejercicio de competencias sustantivas”⁷⁰.

Con base en ello, recalcamos el carácter instrumental y complementario de las sanciones administrativas, en este caso, para el Derecho material reconocido en la Ley y no como la sustancia del Derecho material, con lo cual, si la protección al consumidor se basa, fundamentalmente, en sanciones, la protección del consumidor carece de sustancia por completo.

En otro orden, la Directiva (UE) 2019/2161 del Parlamento Europeo y del Consejo de 27 de noviembre de 2019 por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión, en su considerando número 10, apunta a sanciones efectivas, proporcionadas y disuasorias”.

⁶⁹ Sira Santana, Gabriel “*El procedimiento administrativo sancionatorio en materia de protección al consumidor*” en Revista Electrónica de Derecho Administrativo Venezolana N°15, Centro de Estudios de Derecho Público de la Universidad Monteávila., Caracas, 2018, pp. 111-154

⁷⁰ Mayor Menéndez, Pablo comentando el Artículo 76 de la Ley 11/1998 de 24 de abril en “*Comentarios a la Ley General de Telecomunicaciones*”, coordinado por Eduardo García de Enterría y Tomás de la Quadra-Salcedo, Civitas, Madrid, 1999, p. 660

3.7. Resolución de controversias: El arbitraje de consumo

Una tendencia cuya inclusión al Derecho venezolano pudiere ser explorada, como lo ha hecho recientemente Diego Castagnino⁷¹, tal como es la del arbitraje de consumo, a los fines de que los consumidores tengan mecanismos alternativos de resolución de controversias a la mano.

En Latinoamérica, Perú tiene institucionalizada esta figura con unas características que se desprenden del Código de Protección y Defensa del Consumidor meritorias de comentar: gratuidad en el acceso, voluntariedad, unidireccionalidad y, en especial, que es gestionado por el Estado, entre otras⁷². Comentemos el último carácter.

El hecho de que este sistema arbitral se encuentre gestionado por el Estado, en los términos que lo es, implica que existe un órgano denominado “juntas arbitrales” (creadas por el Artículo 138 del mencionado Código), las cuales se encargan de nominar a los sujetos que fungirán como árbitros, quienes gestionarán el arbitraje, en definitiva. Igualmente, debe mencionarse que la unidireccionalidad es el mecanismo que logra la efectividad del acceso, en medida de que la voluntad del consumidor obliga al integrante de la cadena de producción.

Esto es fundamental a los fines de evitar que se trate de un procedimiento triangular donde decida la Administración, dado que para resolver la controversia es necesario que, tal como dice Gordillo, es necesario que “haya un juzgador imparcial e independiente, cualidades éstas que en ningún caso puede reunir la administración”⁷³.

Ahora, el arbitraje, conceptualmente, requiere de la voluntad de las partes —en nuestro caso, en los términos del Artículo 6 de la Ley de Arbitraje Comercial—, al igual que debe ser una materia arbitrable frente al Artículo 3 de la misma. Aquí se recogen dos elementos relevantes para una eventual incorporación del arbitraje de consumo en una Ley especial. Escobar Alvarado expresa lo siguiente:

“(…) un tribunal arbitral puede conocer todo tipo de controversias de Derecho privado siempre que los hechos que la generan se encuentren dentro del campo de aplicación de dicho acuerdo. El método para determinar si un acuerdo de arbitraje abarca controversias extracontractuales originadas dentro del marco de una relación jurídica contractual consistirá en un análisis tanto de la amplitud del

⁷¹ Castagnino, Diego. “*El arbitraje de consumo en Venezuela: una visión desde el Derecho Mercantil*” en XII Jornadas Aníbal Dominici en Homenaje al Dr. Eugenio Hernández-Bretón, Aciempol, 2022, pp. 144-174

⁷² Cabrera-Araujo, Diego “*La viabilidad del arbitraje de consumo dentro del sistema de protección al consumidor en el Perú*” (Tesis de licenciatura en Derecho). Universidad de Piura, Facultad de Derecho, Programa Académico de Derecho. Lima, Perú, pp. 83-87

⁷³ Gordillo, Agustín “*Tratado de Derecho Administrativo*”, Tomo 2, Biblioteca Jurídica Argentina, Buenos Aires, 2006, p.IX-5

lenguaje utilizado por el acuerdo de arbitraje —es decir, si las partes no han limitado el arbitraje a controversias contractuales— como de los hechos propios de la controversia.⁷⁴

Para ello, sería necesaria la existencia de acuerdos previos entre consumidores y empresarios, con lo cual, reproducir la unidireccionalidad⁷⁵ del arbitraje de consumo peruano, solventa el aspecto de la necesidad de un acuerdo voluntario, por cuanto se incluyen disposiciones legales que den esta opción al consumidor y obliguen al empresario a aceptar sin reparos.

CONCLUSIONES

De acuerdo con lo desarrollado, es imperante la inserción de una auténtica protección del consumidor en Venezuela; bien sea como disciplina autónoma para lo cual requeriría que se tratase de un conjunto de reglas que atañen a una relación jurídica en particular —la relación de consumo, en nuestro caso—, sistematizado en un instrumento normativo y con un núcleo dogmático propio —consistente en principios e instituciones únicos—⁷⁶.

En nuestro caso, el llamado Derecho de Consumo puede analizarse desde una pluralidad de ópticas, desde la contractual y de obligaciones (Derecho Civil y Mercantil), desde la del Derecho Administrativo, desde el Derecho Procesal y desde el Derecho Penal; sin embargo, consideramos que esta transversalidad es precisamente un argumento a favor para trabajar en una autonomía del Derecho de Consumo en Venezuela, todo ello en torno al principio —constitucional— de soberanía del consumidor.

En ese sentido, esa autonomía no puede provenir de un cambio radical e instantáneo, necesita la adopción progresiva de instituciones y principios dentro de la práctica y dogmática jurídica; en esa órbita, lo que propone el presente es estudiar las distintas tendencias de la protección del consumidor y, viendo que la relación de consumo es, ante todo, entre particulares y, por lo tanto, parte del Derecho Privado, dar lugar a esta adopción progresiva de instituciones desde la óptica del Derecho Privado.

⁷⁴ Escobar Alvarado, Ramón “*El arbitraje comercial frente a la responsabilidad civil extracontractual*” en Revista Venezolana de Legislación y Jurisprudencia N° 13, Caracas, 2020, p.546

⁷⁵ En España, el Real Decreto 231/2008, de 15 de febrero, por el que se regula el Sistema Arbitral de Consumo, también reconoce esta unidireccionalidad

⁷⁶ Vergara Blanco, Alejandro “*Sistema y autonomía de las disciplinas jurídicas. Teoría y técnica de los núcleos dogmáticos*” en Revista Chilena de Derecho Vol. 41, N° 3, pp. 957-991

En fin, lo que se busca este modesto trabajo es, a largo plazo, que se realice el esfuerzo para la construcción del Derecho de Consumo en Venezuela, intentando llamar la atención de la comunidad jurídica y, en un corto plazo, que se deje de asociar la protección al consumidor con el Derecho Administrativo, dado que los principios de esta disciplina de nada sirven para el estudio material de los contratos de adhesión, de la responsabilidad civil por productos defectuosos, de los medios de resolución de controversias y demás, para que se asocie con el Derecho Privado y se construya a partir del mismo

BIBLIOGRAFÍA

- Alpa, Guido *“El derecho de los consumidores: un laboratorio para los juristas”*, traducido del italiano por Pablo Andrés Moreno Cruz, en Revista de Derecho Privado N°15, Universidad de Externado, Bogotá, 2008
- Alpa, Guido *“El derecho de los consumidores y el “Código del Consumo” en la experiencia italiana*, traducido del italiano por Pablo Andrés Moreno Cruz, en Revista de Derecho Privado, Universidad de Externado, Bogotá, 2006
- Alpa, Guido *“Nuevo Tratado de la Responsabilidad Civil”*, El Jurista Editores, Lima, 2006,
- Averitt, Neil y Lande, Robert *“La soberanía del consumidor. Una teoría unificada de la Ley antimonopólica y de protección al consumidor”* en Ius et veritas N° 23
- Badell Madrid, Rafael *“Potestad Sancionatoria de la Administración en Venezuela”* en Revista Electrónica de Derecho Administrativo Venezolana N°21, (2022)
- Basile Urizar, Miguel Ángel *“La inconstitucionalidad de normas en materia de protección al consumidor por crear condiciones adversas a los consumidores por sus efectos económicos. Un estudio a partir de la jurisprudencia venezolana”* en Revista de la Facultad de Derecho N° 71 (2016-2017), Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 2017
- Buchanan, James y Tullock, Gordon. *The calculus of consent: logical foundations of constitutional Democracy*, University of Michigan, Indianapolis 1962
- Butler, Eamonn *“Public Choice a Primer”*, The Institute of Economic Affairs, Londres, 2012
- Cabrera-Araujo, Diego *“La viabilidad del arbitraje de consumo dentro del sistema de protección al consumidor en el Perú”* (Tesis de licenciatura en Derecho). Universidad de Piura, Facultad de Derecho, Programa Académico de Derecho. Lima, Perú
- Caplan, Bryan. *“The Myth of the Rational Voter: why democracies choose bad policies*, (New Jersey: Princeton University, 2008

-
- Carballo Fidalgo, Marta “*La Directiva 93/13/Cee Sobre Cláusulas Abusivas Y Su Desarrollo Por El Tribunal De Justicia De La Unión Europea. Aportaciones A La Construcción De Una Disciplina Protectora Y Cuestiones Abiertas*”, Cuadernos de Derecho Transnacional (Marzo 2022), Vol. 14, N° 1
- Castagnino, Diego. “*El arbitraje de consumo en Venezuela: una visión desde el Derecho Mercantil*” en XII Jornadas Aníbal Dominici en Homenaje al Dr. Eugenio Hernández-Bretón, Acienpol, 2022, pp. 144-174
- Castañeda Muñoz, José Eugenio “*Historia breve de la evolución de la protección a los consumidores en la CEE*” en Cuadernos de Estudios Empresariales, n. 0 2, Editorial Complutense, Madrid, 1992
- Chacón Gómez, Nayibe “*Reseña histórica de la protección al consumidor y usuario en Venezuela: Mucho más que precios justos*” en Revista Venezolana de Legislación y Jurisprudencia N° 9, Editorial Revista Venezolana de Legislación y Jurisprudencia.-- Caracas, 9 (2017)
- Chelminski, Vladimir “*Los controles de precios. Buenas intenciones y trágicos resultados*”, CEDICE, segunda edición, Caracas
- Corral Talciani, Hector “*Ley de protección al consumidor y responsabilidad civil por productos y servicios defectuosos*” en Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999
- Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores, consultar en idioma castellano en: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-1993-80526>
- Erhard, Ludwig “*Prosperity through competition*”, Frederick A. Praeger, New York, 1958
- Escovar Alvarado, Ramón “*El arbitraje comercial frente a la responsabilidad civil extracontractual*” en Revista Venezolana de Legislación y Jurisprudencia N° 13, Caracas, 2020
- Fernández Bravo, Simón. “*Algunos problemas ocasionados por la inexistencia de un régimen de responsabilidad por productos defectuosos en Venezuela*” en Revista de Derecho Mercantil No. 11 en Homenaje al Dr. Muci-Abraham, 2023, PP. 641-665
- Fernández Bravo, Simón. “*La cuestión de la eficiencia de la Administración Pública*” en Revista Electrónica de Derecho Administrativo No. 24 (2022)
- García Cantero, Gabriel “*Integración del Derecho de Consumo en el Derecho de Obligaciones*” Revista jurídica de Navarra, ISSN 0213-5795, N° 13, Navarra, 1992
- Gherzi, Enrique “*El costo de la legalidad. Una aproximación a la falta de legitimidad del Derecho*”, Themis N° 19
- Gordillo, Agustín “*Tratado de Derecho Administrativo*”, Tomo 2, Biblioteca Jurídica Argentina, Buenos Aires, 2006

- Grisanti Belandria, Rosibel “*Inexistencia de los actos cuasi jurisdiccionales*”, Editorial Vadell Hermanos Editores, Valencia, 1994
- Hübner Guzmán, Ana María “*Derecho de la contratación en la Ley de Protección al Consumidor*” en Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999
- Madrid Martínez, Claudia “*La responsabilidad civil como mecanismo de protección de consumidores y usuarios*” en Homenaje a Aníbal Dominici, coordinado por Irene de Valera y José G. Salaverría, Ediciones Líber, Caracas, 2008
- Madrid Martínez, Claudia “*Las cláusulas abusivas y los contratos de adhesión. Una mirada desde el silencio del Derecho venezolano de los contratos*” en Revista de Derecho Mercantil, Sociedad Venezolana de Derecho Mercantil, Edición en honor a Alfredo Morles Hernández, Caracas, 2021
- Manual sobre protección del consumidor de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Comercio y Desarrollo (UNCTAD) de 2017, pp. 23-24, disponible en: https://unctad.org/es/system/files/official-document/ditccplp2017d1_es.pdf
- Martínez-Salcedo, Juan “*Derecho comunitario europeo sobre la publicidad y su transposición al derecho español*” en Revista Opinión Jurídica Vol 15, N°29, Universidad de Medellín, Medellín, 2016
- Mayor Menéndez, Pablo comentando el Artículo 76 de la Ley 11/1998 de 24 de abril en “*Comentarios a la Ley General de Telecomunicaciones*”, coordinado por Eduardo García de Enterría y Tomás de la Quadra-Salcedo, Civitas, Madrid, 1999
- Mélich Orsini, José “*Doctrina General del Contrato*”
- Mélich Orsini, José “*Doctrina General del Contrato*”, Academia de Ciencias Políticas y Sociales, Quinta Edición, Primera Reimpresión, Caracas, 2012
- Mélich Orsini, José “*Las particularidades del contrato con consumidores*” en Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas N°111, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1999
- Messineo, Francesco “*Manual de Derecho Civil y Comercial*”, Tomo V, Editorial Jurídica Europa América
- Morles Hernández, Alfredo “*El nuevo modelo económico del socialismo del siglo XXI y su reflejo en el contrato de adhesión*” en Revista de Derecho Público N°115/2008, Editorial Jurídica Venezolana, Caracas, 2008
- Morles Hernández, Alfredo “*La total desaparición del contenido dispositivo del contrato en los contratos de adhesión*” en Revista de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Políticas N° 132, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 2008
- Nos basamos en el enfoque de Jellinek, Walter “*Alemania como Estado de Derecho*” en Revista de Administración Pública N° 6, Madrid, Septiembre-Diciembre, pp.347-352.

- Para aproximarse al concepto, aunque esté aplicado al ámbito de elección individual en el ámbito electoral, pueden observarse: James Buchanan, Gordon Tullock, “*The Calculus of Consent: Logical Foundations of Constitutional Democracy*” (Liberty Fund, 2011), 17-76 ver en: <https://bit.ly/3QfxnO5>
- Perret, Louis “*Protección al Consumidor en Canadá y los Estados Unidos: Principales técnicas*” en *Derecho de Consumo y Protección al Consumidor. Estudios sobre la Ley N°19.496 y las principales tendencias extranjeras*, Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999
- Principios UNIDROIT sobre contratos comerciales internacionales, 2016: <https://www.unidroit.org/wp-content/uploads/2021/06/Unidroit-Principles-2016-Spanish-i.pdf>
- Recientemente, Hernández, José Ignacio “*Control de cambio y control de precio en Venezuela: Auge y colapso institucional: del modelo socialista a la dolarización de facto*”, Editorial Jurídica Venezolana, Caracas, 2021
- Sáenz, Luis Ricardo y Silva, Rodrigo “*La responsabilidad por productos en el derecho argentino. Aplicaciones jurisprudenciales y derecho comparado*” en *Revista Jurídica de la Universidad de Palermo* | ISSN 0328-5642 |, Palermo, 2019
- Shuttinger, Robert y Butler, Eamonn “*4.000 años de controles de precios y salarios*”, Primera Edición, Atlántida Editorial, Buenos Aires, 1979
- Sira Santana, Gabriel “*El procedimiento administrativo sancionatorio en materia de protección al consumidor*” en *Revista Electrónica de Derecho Administrativo Venezolana* N°15, Centro de Estudios de Derecho Público de la Universidad Monteávila,, Caracas, 2018
- Smith, Adam “*Una investigación sobre la naturaleza y las causas de la riqueza de las naciones*”, Alianza Editorial, 2011, España
- Stigler, George “*The economics of information*” en *The Journal of Political Economy*, Volumen 69, Tercera Edición, Chicago, 1961
- Tambussi, Carlos Eduardo “*El principio de orden público y el régimen tuitivo consumidor en el derecho argentino*” en *LEX Revista de Derecho y Ciencia Política de la Universidad Alas Peruanas*, Vol.14, Núm 18 (2016), Perú, 2016
- Tomamos el enfoque de Sen, Amartya “*Desarrollo y Libertad*”, Planeta Editorial, Barcelona, 1999
- Urdaneta Fontiveros, Enrique “*El derecho de desistimiento del consumidor*” en *Revista de la Facultad de Derecho de la Facultad de Derecho N°67-70*, Universidad Católica Andrés Bello, Caracas, 2021-2015
- ver a Restrepo Pineda, Carlos “*La responsabilidad objetiva en el Derecho Sancionatorio Tributario vista por la Corte Constitucional*” en *Revista Visión Contable* N°6, Universidad Autónoma Latinoamericana

- Vergara Blanco, Alejandro “*Sistema y autonomía de las disciplinas jurídicas. Teoría y*
Von Mises, Ludwig “*Burocracia. Gestión empresarial frente a gestión burocrática*”, segunda edición, Unión Editorial, Madrid, 2005
- Zelaya Etchegaray, Pedro “*El cúmulo u opción de responsabilidades en la nueva Ley de Protección al Consumidor*” en Cuadernos de Extensión, Facultad de Derecho de la Universidad de Los Andes, Santiago, 1999