

Defensa Del Consumidor Autoridad De Aplicacion Lealtad Comercial Publicidad Enganosa Promociones Pena De Multa

JURISPRUDENCIA

Defensa del consumidor. Autoridad de Aplicación. Lealtad

comercial. Publicidad engañosa. Promociones. Pena de multa Se confirma la multa impuesta a la empresa actora por parte de la Subsecretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario, al haber incurrido en publicidad engañosa a fin de captar clientes mediante el ofrecimiento de promociones, para luego incumplir con el compromiso asumido frente a los potenciales consumidores.

FORMOSA, Veinte de marzo de dos mil quince.- VISTOS: Estos autos caratulados: "CARSA S.A. S/ APELACIÓN (LEY PCIAL. N° 1480)", Expte. N° 46 - F° N° 62 - Año 2014, registro de la Secretaría de Trámites Originarios del Excmo. Superior Tribunal de Justicia, venidos al Acuerdo conforme lo ordenado a fs. 46 y CONSIDERANDO: I. Que, a fs. 38/40vta. se presenta la Dra. Graciela del Carmen Barrios, apoderada de la firma Carsa S.A. y conforme al artículo 11 de la Ley Provincial N° 1.480 plantea recurso de apelación contra la Resolución N° 025/14 dictada por la Subsecretaría de Defensa del Consumidor y Usuario de la Provincia de Formosa, a fin de que se deje sin efecto la sanción de multa por la suma de Pesos ... (\$...) por infracción al artículo 4 y 8 de la ley N° 24.240 y art. 9 de la Ley de Lealtad Comercial, con obligación de publicar la parte resolutive del acto administrativo en el diario de mayor circulación de la Provincia, en un espacio destacado, en páginas impares. II. Explica, que la instancia administrativa se abrió por la denuncia formulada por la Sra. Aguayo ante la Defensoría del Pueblo de Formosa, girándose las mismas a la Subsecretaría de Defensa del Consumidor y Usuario de la Provincia, basándose la infracción que se le endilga en el supuesto incumplimiento de la entrega de packs de seis latas de cervezas Isenbeck por cada compra superior a los \$..., que se incrementarían por cada \$... más por la compra que hiciera. Sostiene, que la denunciante fue debidamente informada de los términos de la promoción, la cual era viable mediante el sistema de compra por financiación de la "Tarjeta Musimundo", habiendo la misma optado por otra forma de compra y financiación, quedando por ello excluida de tales beneficios. Señala, por otra parte, que no existe otra denuncia de similares características, en cuanto al incumplimiento por tal promoción. La recurrente finca su recurso en el agravio de que el descargo que realizó su representada al momento de instruirse las actuaciones, no fue tomado en cuenta por la Subsecretaría "descartándose la sin más y clausurando la instancia por no haberse dado curso al reclamo incoado, reiterando que el hecho endilgado no causó perjuicio cuantificable al consumidor..." (textual). Alega también, que el personal que posee la sumariada, está capacitado para la venta y para informar sobre las condiciones de cualquier operatoria comercial de los productos ofrecidos al público. Asimismo, entiende la apelante, que la Sra. Aguayo retiró el producto, consintiendo con ello la operación comercial, para luego de una semana, formular su queja en la Defensoría del Pueblo de Formosa. Refiere que el hecho endilgado no presenta peligro alguno para la salud e integridad física de los consumidores y usuarios, centrando su embate en lo gravoso que le resulta a su representada la multa aplicada, siendo que el único elemento que tiene en cuenta el Organismo de Aplicación, es la posición del infractor en el mercado, lo que, a su entender, es insuficiente, porque falta el análisis de los demás recaudos que establece el art. 49 de la Ley n° 24.240 y, de considerarse procedente, solicita se reduzca el monto de la multa impuesta, citando antecedentes jurisprudenciales de este Cuerpo. Finalmente, la recurrente sostiene la irrazonabilidad del monto de la multa aplicada a Carsa S.A. atento a la falta de antecedentes de su representada, a que no ha obtenido beneficios de la situación que se denunció y a la falta de riesgo y perjuicio social de la infracción que se le imputa, solicitando se revoque la resolución apelada o, en su defecto, se disminuya la misma a su justo término. III. Que el recurso cumple con los requisitos formales de admisibilidad, en cuanto al plazo y a la acreditación de la representación que invoca la apelante. IV. Entrando al concreto responde de la presentación, se advierte la falta de suficiencia en los argumentos que sustentan los agravios del recurrente frente a una resolución que luce fundada en las normas y principios que regulan las relaciones de consumo. En lo que respecta a su principal agravio, el propio resolutorio impugnado hace alusión al descargo de la sumariada y a las documentales acompañadas, no siendo cierto que la Autoridad de Aplicación no lo haya tenido en cuenta. El reproche respecto de la falta de producción de pruebas, hace referencia a que durante todo el trámite ante la Subsecretaría no prestó colaboración alguna, ya que a pesar de encontrarse notificada de todas las etapas y medidas adoptadas, la firma comercial sumariada no se presentó en ninguna de las ocasiones, haciéndolo recién en esta oportunidad, por lo que corresponde rechazar el agravio en tanto no se advierte violación al derecho de defensa. Se sostuvo que Carsa S.A. se ha valido de una publicidad engañosa para captar clientes y aumentar su producto de venta, hecho que se consideró probado porque la sumariada ofrecía con grandes letras: "CERVEZA PARA TODOS, MÁS COMPRÁS, MÁS TE LLEVÁS PAGUES COMO LO PAGUES", incumpliendo con el compromiso que con la misma asumió frente a los potenciales consumidores, imputación que no fue refutada por la recurrente, quien no ha aportado pruebas que acrediten

sus dichos respecto a que la consumidora haya sido correctamente informada de las condiciones de la promoción, como alega en defensa de su representada. Resultan insuficientes los agravios vertidos por la apelante, porque las infracciones que se le endilgan fueron comprobadas y la resolución se encuentra correctamente fundada para tener por ocurridas las mismas. La violación al art. 8 se consumó desde el momento mismo en que la Sra. Aguayo, inducida por la publicidad exhibida por Carsa S.A., ingresó al comercio y concretó la acción de consumo, lo cual se evidencia a fs. 2, en cuanto refiere que la Sra. Aguayo solicitó al vendedor la promoción de cervezas -cuestión no discutida por la sumariada-, obteniendo por respuesta la negativa por el medio de pago utilizado. Con ello, queda demostrado que había expectativa en la consumidora por obtener la promoción ofrecida por la firma comercial. En este entendimiento y para no ser reiterativos, en lo que respecta a la publicidad engañosa, nos remitimos a las pertinentes citas doctrinarias realizadas en la Resolución n° 025/14 del Registro de la Subsecretaría de Defensa al Consumidor y Usuario. En este sentido, la Corte tiene dicho en materia de lealtad comercial que "basta con que se incurra en alguna de las conductas descriptas en la norma, con aptitud para inducir a error, engaño o confusión, para que se configure la infracción, con prescindencia de la producción de un resultado" (CSJN Fallos 324:2006), doctrina que si bien está referida a los supuestos de infracción previstos por el artículo 5 de la ley N° 22.802, resulta aplicable al caso de autos, al guardar dicha norma identidad en sustancia con la situación reglada en el artículo 9 de la mencionada ley. En lo que respecta a la multa y el criterio aplicado para su graduación, la Resolución n°025/14 enuncia el antecedente y explica los demás parámetros tenidos en cuenta, conforme el art.49 de la Ley 24.240. Los agravios de la apelante en este punto del acto administrativo, se limitan a simples afirmaciones carentes de fundamentos sólidos, no dando las razones por las que debería dejarse de lado el antecedente citado en el resolutorio. Sumado a ello y sin perder de vista que fueron constatadas las infracciones a la Ley de Defensa del Consumidor y Usuario y la Ley de Lealtad Comercial, las conclusiones arribadas por la Autoridad de Aplicación para graduar el monto de la sanción aplicada, lucen ajustadas a derecho. Conforme lo expuesto, se impone el rechazo del recurso de apelación interpuesto y la confirmación de la Resolución N° 025/14, en todas sus partes, con costas a la parte recurrente. Por todo ello, con las opiniones concordantes de los señores Ministros, Dres. Ricardo Alberto Cabrera, Guillermo Horacio Alucin, Ariel Gustavo Coll, Eduardo Manuel Hang y Marcos Bruno Quinteros, que forman la mayoría absoluta que prescribe el artículo 25 de la Ley 521 y sus modificatorias y artículo 126 del Reglamento Interno para la Administración de Justicia, el EXCMO. SUPERIOR TRIBUNAL DE JUSTICIA RESUELVE: 1.- No hacer lugar al recurso de apelación planteado por Carsa S.A., y en consecuencia confirmar la Resolución N° 025/14 dictada por la Subsecretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario en todas sus partes. 2.- Costas a la parte recurrente. 3.- Regístrese. Notifíquese al apelante y a la Subsecretaría de Defensa al Consumidor y Usuario de la Provincia de Formosa. Oportunamente, ARCHIVASE. RICARDO ALBERTO CABRERA GUILLERMO HORACIO ALUCIN ARIEL GUSTAVO COLL EDUARDO MANUEL HANG MARCOS BRUNO QUINTEROS ANTE MI: MARIA CELESTE CORDOBA Abogada- Secretaria Secretaria Superior Tribunal de Justicia 002103E