

## Lealtad Comercial Defensa Del Consumidor Buena Fe Informacion Al Consumidor Publicidad Enganosa

### JURISPRUDENCIA

Buenos Aires, 30 de diciembre de 2014.

Y VISTOS; CONSIDERANDO: I.- Que a través de la Disposición D.N.C.I N° 112/2014, el Director Nacional de Comercio Interior impuso a la firma TITO GONZALEZ AUTOMOTORES S.A una multa de \$ ... (pesos ...) por infracción al artículo 8° en concordancia con los artículos 2° y 4° de la Resolución S.C.D y D.C N° 7/2002, reglamentaria de la Ley N° 22.802 (v. fs. 19/27). En primer lugar, reseñó que ?...de las presentes actuaciones surge una publicidad aparecida en el Diario LA NACION, de fecha 03 de septiembre de 2011, que corre agregada a fs. 2 de las principales, en la que la firma TITO GONZALEZ AUTOMOTORES S.A consigna, entre otras cosas, las frases ?AMAROK dde. \$ ... + IVA' y ?FACILIDADES HASTA EL 80 % EN 60 CUOTAS FIJAS EN \$' y analizada que fuera la publicidad se observó que omitió indicar el precio de contado en dinero en efectivo, el monto de las cuotas y el país de origen del bien ofrecido...?. Luego, consignó que el artículo 2° de la Resolución N° 7/2002 establecía: ?Quienes ofrezcan bienes o servicios a consumidores finales deberán indicar el precio expresado en moneda de curso legal y forzoso en la REPUBLICA ARGENTINA -PESOS-. El mismo deberá ser el de contado en dinero en efectivo, y corresponderá al importe total que efectivamente deba abonar el consumidor final?. Asimismo, indicó que el artículo 8° de dicha norma prescribía: ?Cuando se publiciten voluntariamente precios de bienes, muebles o inmuebles o servicios por cualquier medio (gráfico, radial, televisivo, cinematográfico, internet u otros), deberá hacerse de acuerdo con lo establecido en los artículos 2, 3 y 4 de la presente Resolución...?. Por su parte, expresó que el artículo 4° de la mentada resolución disponía: ?Cuando los precios se exhiban financiados deberá indicarse el precio de contado en dinero efectivo, el precio total financiado, el anticipo si lo hubiere, la cantidad y monto de las cuotas, y la tasa de interés efectiva anual aplicada, calculada sobre el precio de contado en dinero en efectivo?. En tales condiciones, concluyó -sobre la materialidad de la infracción imputada- que de la publicidad obrante a fojas 2 podía advertirse que la sumariada había publicitado voluntariamente la oferta de bienes, sin indicar el precio al contado en dinero en efectivo, el monto de las cuotas y el país de origen del bien ofrecido, de modo que la publicidad realizada transgredía la normativa vigente. Asimismo, destacó que no se encontraba comprometida la garantía procesal de ?non bis in ídem? en tanto que las fechas de las publicidades realizadas eran diferentes. Por último, a los efectos de graduar la sanción impuesta, tuvo en cuenta la actividad desarrollada por la infractora, el grado de responsabilidad de la encartada, el interés protegido, la circunstancia de que las multas del derecho penal económico eran acciones ejemplificadoras o intimidatorias, el informe de antecedentes, el tamaño de la publicidad y los montos autorizados por la Ley N° 24.344. II.- Que a fojas 36/50 la empresa sancionada interpuso recurso de apelación contra la mentada disposición. En su escrito recursivo, sostuvo que el aviso reproducía una fotografía del modelo ?Amarok? claramente ilustrativa de sus características y al pie de la publicidad indicaba inequívocamente su precio en dinero en efectivo, con la adición del monto del impuesto al valor agregado, cuyo alícuota era del 10,53 por ciento. Asimismo, expresó que la mayoría de los adquirentes del producto ofertado eran personas o empresas que estaban inscriptos como contribuyentes en el impuesto al valor agregado, es decir, que no eran consumidores finales. Agregó que la utilización de la palabra desde, empleada con la abreviatura ?dde?, indicaba la existencia de un precio límite que de modo alguno importaba la violación de la norma. Luego, se refirió a las cuotas de financiación y afirmó que el anuncio aludía a la posibilidad de financiar los precios de los vehículos anunciados hasta el 80 por ciento de los montos respectivos, en pesos y en cuotas fijas. Sobre este punto, alegó que la oferta implicaba una innumerable cantidad de variables según la elección que practicara el interesado en función de su conveniencia y posibilidades. En relación con la supuesta falta de indicación del país de origen del bien ofertado, afirmó que la distinción entre un producto nacional o importado se practicaba por la afirmativa, es decir, sólo se consignaba la procedencia cuando el producto no era de fabricación nacional. A continuación, sostuvo que la autoridad administrativa apreció la conducta reprochada desde un punto de vista general sin apreciar las circunstancias particulares del caso. En sentido concordante, expresó que el anuncio no configuraba un acto antijurídico en tanto que de su texto se observaba el cumplimiento de las exigencias legales, de modo que la sanción aplicada era injusta, arbitraria e infundada. Por último, solicitó la aplicación del principio ?non bis in ídem? en cuanto que preservaba el juzgamiento único de una conducta por un mismo hecho. Concretamente, afirmó que el aviso cuestionado era análogo al publicado en una fecha distinta que, a su vez, había sido impugnado en otro sumario instruido por la autoridad administrativa. III.- Que siendo formalmente admisible el recurso incoado (v. dictamen del Sr. Fiscal General Subrogante de fs. 81), a fojas 82 se confirió el pertinente traslado que fue contestado por el Estado Nacional (Ministerio de Economía y Finanzas Públicas) mediante el escrito de fojas 88/96. En su presentación, luego de reseñar los hechos acaecidos, sostuvo que los argumentos esgrimidos por la recurrente debían ser

desestimados por no constituir una crítica concreta y razonada de la resolución apelada. Por otra parte, afirmó que la sancionada realizó la publicidad de fojas 2 sin cumplir con los requisitos exigidos por la normativa vigente, de modo que su conducta era merecedora del reproche imputado. En mérito de lo expuesto, peticionó que se rechazara el recurso interpuesto por la accionante, confirmando en todas sus partes la Disposición D.N.C.I N° 112/2014, con costas. IV.- Que en este estado de la causa, toda vez que el escrito recursivo de fojas 36/50 satisface los requisitos de fundamentación en tanto contiene una crítica concreta y razonada de la Disposición D.N.C.I N° 112/2014, corresponde examinar los agravios vertidos por la actora. IV.1- En primer lugar, es dable señalar que el artículo 8° de la Resolución N° 7/2002 prescribe: "Cuando se publiciten voluntariamente precios de bienes, muebles o inmuebles, o servicios, por cualquier medio (gráfico, radial, televisivo, cinematográfico, internet u otros), deberá hacerse de acuerdo con lo establecido en los artículos 2°, 3°, y 4° de la presente resolución, especificando además junto al bien publicitado, la marca, el modelo, tipo o medida y país de origen del bien, debiendo precisar, en cada pieza publicitaria, la ubicación y el alcance de los servicios cuando corresponda, como así también la razón social del oferente y su domicilio en el país, o la indicación expresa de tal circunstancia cuando no la hubiere?". Por su parte, el artículo 2° de la aludida resolución establece: "Quienes ofrezcan bienes muebles o servicios a consumidores finales deberán indicar su precio expresado en moneda de curso legal y forzoso en la REPUBLICA ARGENTINA -Pesos-. El mismo deberá ser el de contado en dinero efectivo y corresponderá al importe total que deba abonar el consumidor final...?". Asimismo, el artículo 4° de la norma mencionada dispone: "Cuando los precios se exhiban financiados deberá indicarse el precio de contado en dinero efectivo, el precio total financiado, el anticipo si lo hubiere, la cantidad y monto de las cuotas, y la tasa de interés efectiva anual aplicada, calculada sobre el precio de contado en dinero efectivo?". Cabe recordar que la Ley N° 22.802, reglamentaria de la Resolución N° 7/2002, "...regula materias cuya protección interesa al Estado Nacional en beneficio de todos los habitantes, esto es, la defensa de la buena fe en el ejercicio del comercio y la protección de los consumidores para que puedan acceder a una información fidedigna sobre los elementos que han de adquirir. Esta garantía está prevista expresamente en el art. 42 de la Constitución Nacional y la ley -que regula la referida garantía- constituye uno de los métodos idóneos para el cumplimiento de los deberes constitucionales impuestos al Estado para una mejor protección de sus ciudadanos" (conf. Fallos 324:1276, dictamen del Sr. Procurador Fiscal al que se remitió la Corte Suprema). En sentido concordante, esta Sala ha expresado que dicha ley y su reglamentación tienen como objetivo evitar que los consumidores, mediante indicaciones poco claras y engañosas, sean inducidos a error o falsedad en la adquisición de productos, mercaderías, o en la contratación de servicios protegiéndose, de este modo, el derecho de aquéllos a una información adecuada, completa y veraz, con relación al consumo (in rebus "Chacras Urbanas La Magdalena SA c/ DNCI- Disp. 441/10- Expte 379702/08-", sentencia del 22/12/2010 y "Ferrero Argentina SA c/DNCI- Disp. 206/09- Expte S01:300874/07-", sentencia del 25/11/2010). IV.2.- Sentado lo expuesto, conviene recordar que el aviso de fojas 2 publicitó un vehículo "AMAROK dde. \$ ... + IVA" e indicó que existían "FACILIDADES HASTA EL 80 % EN 60 CUOTAS FIJAS EN \$". Por su parte, la autoridad administrativa consideró configurada la infracción tipificada en el artículo 8° en concordancia con el artículo 2° y 4° de la Resolución N° 7/2002, en razón de que la sumariada "...omitió indicar el precio de contado en dinero en efectivo, el monto de las cuotas y el país de origen del bien ofrecido...?". En tales condiciones, se observa que la forma en que fue publicitado el producto ofrecido no permitía determinar el precio total de contado que debía abonar el consumidor final. Al respecto, se ha dicho que si para determinar el valor del servicio ofrecido el consumidor debe hacer un cálculo matemático, la exhibición de dicho importe se opone a la finalidad de la Ley de Lealtad Comercial, que tiene por objetivo que el consumidor conozca en forma inmediata el monto que deberá pagar, así como permitirle una rápida comparación con los valores de otros oferentes del mercado (Sala I, in re "Oremar Representaciones S.A c/ DNCI- Disp. 528/098?", del 03/06/10; y esta Sala, in re "The Collection S.A c/ DNCI- Disp. 362/12, del 05/11/2013). Cabe añadir que la Resolución N° 7/2002 en su artículo 2° obliga a consignar el precio total que debe abonar el consumidor final, por lo que no resulta atendible el planteo relativo a la condición tributaria del comprador frente al impuesto al valor agregado. Por ello, se rechaza el agravio vertido sobre este punto. También deben ser desestimados los argumentos tendientes a justificar la falta de indicación del monto de las cuotas y el país de origen del bien ofrecido. En efecto, la recurrente no consignó dichos datos en la publicidad de fojas 2, tal como lo exigen claramente los artículos 4° y 8° de la Resolución N° 7/2002. Cabe recordar que la primera fuente de interpretación de la ley es su letra, de la que no cabe apartarse cuando ella es clara, sin que sea admisible una inteligencia que equivalga a prescindir de ésta, pues la exégesis de la norma debe practicarse sin violación de sus términos o su espíritu (Fallos 330:2286 y sus citas, del dictamen de la Procuración General, al que remitió la Corte Suprema). Por último, en relación con el agravio acerca del principio "non bis in ídem", cabe señalar que "[e]l principio general de non bis in ídem supone, en una de sus más conocidas manifestaciones, que no recaigan duplicidad de sanciones en los casos en que se aprecia identidad de sujeto, hecho y fundamento..." (Nieto Alejandro, Derecho Administrativo Sancionador, Madrid, Tecnos, 2000, pág. 440 y sus citas). En el caso en concreto, las imputaciones formuladas por la autoridad administrativa se refieren a anuncios publicitarios realizados en fechas

distintas, es decir, se trata de hechos diferentes que de modo alguno configuran una violación del principio mencionado. Por consiguiente, se rechaza el planteo realizado. V.- Que por los fundamentos vertidos, recordando que los jueces no están obligados a tratar todos y cada uno de los argumentos de las partes, sino sólo aquellos que estimen pertinentes para la correcta resolución del tema (Fallos: 300:522; 310:1835; 317:1500; 318:2678; entre otros), corresponde rechazar el recurso de apelación interpuesto por la recurrente TITO GONZALEZ AUTOMOTORES S.A y confirmar la Disposición N° 112/2014 de la Dirección Nacional de Comercio Interior. Las costas se imponen a la actora vencida, por aplicación del principio objetivo de la derrota (art. 68 del CPCCN). Teniendo en cuenta el monto del proceso, el resultado obtenido y la extensión, calidad y eficacia del trabajo profesional cumplido por los letrados de la demandada, corresponde fijar los honorarios profesionales del Dr. Manuel Ignacio Sandoval en la suma de \$ ... (pesos ...) y los del Dr. Sebastián D. Alanis en el importe de \$ ... (pesos ...), de acuerdo a lo establecido en los artículos 6, 7, 9, 37 y 38 de la Ley N° 21.839, modificada por la Ley N° 24.432. Se aclara que dichos importes no incluyen suma alguna en concepto de impuesto al valor agregado, el cual deberá adicionarse en caso de que los profesionales acrediten su condición de responsables inscriptos. En virtud del resultado que informa el Acuerdo que antecede, SE RESUELVE: 1) Rechazar el recurso de apelación interpuesto por la recurrente TITO GONZALEZ AUTOMOTORES S.A y confirmar la Disposición N° 112/2014 de la Dirección Nacional de Comercio Interior; 2) Imponer las costas a la actora vencida (art. 68 del CPCCN); 3) Fijar los honorarios profesionales del Dr. Manuel Ignacio Sandoval en la suma de \$ ... (pesos ...) y los del Dr. Sebastián D. Alanis en el importe de \$ ... (pesos ...), en los términos de los artículos 6, 7, 9, 37 y 38 de la Ley N° 21.839, modificada por la Ley N° 24.432. Se deja constancia de que no suscribe la presente el Dr. Jorge F. Alemany por encontrarse en uso de licencia (conf. art. 109 del RJN).

Regístrese, notifíquese, y devuélvase.

Guillermo F. TREACY Pablo GALLEGOS FEDRIANI

Correlaciones: Ley 22802 - BO: 11/05/1983

Cita digital: