

Lealtad Comercial Publicidad Omision De Consignar Domicilio Multa Defensa Del Consumidor

JURISPRUDENCIA

Lealtad comercial. Publicidad. Omisión de consignar domicilio.

Multa. Defensa del consumidor Se confirma la multa impuesta a la actora por la DNCI, por publicitar sus servicios sin consignar el domicilio en el país, pues el domicilio legal de la firma oferente tiene por finalidad permitir al consumidor conocer quién es el verdadero oferente, y dicha obligación legal no se suple con la indicación de ?un? domicilio en el país, como es el domicilio de sus sucursales, ni con la indicación de una página web en internet o un teléfono (línea gratuita), ya que el art. 8° de la resolución 7/2002 es claro cuando exige la especificación de la razón social y ?su? domicilio en el país..

Buenos Aires, 25 de junio de 2015.- VISTOS; CONSIDERANDO: I. Que por disposición n° 86/2014, la Dirección Nacional de Comercio Interior (DNCI) sancionó a la firma Royal World Cruises S.A. con una multa de pesos ... (\$...), por infracción al art. 8° de la resolución 7/2002 de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor (S.C.D. y D.C.), reglamentaria de la ley 22.802 (fs. 33/38). II. Que para así resolver, la autoridad de aplicación sostuvo que: 1. En el aviso aparecido en el diario *Ámbito Financiero*, el 27 de septiembre de 2011 (fs. 2), que contiene -entre otros aspectos- la frase: *?...9 NOCHES 26 DE DICIEMBRE COSTA VICTORIA BS AS, MONTEVIDEO, PORTOBELO, SANTOS, RIO DE JANEIRO, ILHABELA, BS AS DESDE U\$S ... MEJOR TARIFA...?*, no indicó el domicilio en el país de la firma oferente del servicio, en clara oposición a lo establecido en el artículo 8° de la resolución ex S.C.D. y D.C. N° 7/2002. 2. El bien jurídicamente protegido por la ley 22.802 y sus reglamentaciones es doble, ya que busca proteger al consumidor y sirve de defensa al comerciante cumplidor. 3. La resolución 7/02 de la ex S.C.D. y D.C. establece la forma en que deben publicitarse los precios de los productos y servicios en cualquier medio. 4. La infracción analizada reviste el carácter de ?formal?, por lo que no requiere la producción de un daño concreto. Su apreciación es objetiva y se configura por la simple omisión, que basta por sí misma para violar las normas en cuestión. III. Que en disconformidad con la resolución de la DNCI, la firma sancionada interpuso recurso directo, en los términos del art. 22 de la ley 22.802 (fs. 48/51), que fue replicado por el Estado Nacional, Ministerio de Economía y Finanzas Públicas (fs. 74/94). IV. Que los agravios son los siguientes: 1. En la publicidad se indicó una página web -en la que se consigna su domicilio- y un teléfono gratuito a efectos de que el consumidor pueda requerir toda la información que considere pertinente respecto de los servicios ofrecidos. 2. La falta de indicación del domicilio no generó ningún inconveniente a los potenciales consumidores. 3. El bien jurídico procurado con la obligación de consignar el domicilio del oferente no ha sido vulnerado, toda vez que la autoridad de aplicación no ha tenido inconveniente alguno a efectos de notificar la imputación ni la sanción. 4. Los precios se encontraban publicados en debida forma y no se lo imputó ni sancionó por ningún otro incumplimiento vinculado a la información necesaria para que el consumidor pueda tomar una decisión acertada, relativa a los servicios publicitados.

5. Ante el eventual rechazo de los planteos, el quantum de la multa impuesta por una sanción meramente formal es desproporcionado, teniendo en cuenta la gravedad de la falta imputada y sus antecedentes infraccionales. V. Que la resolución 7/2002 de la S.D.C. y D.C., en lo pertinente, establece en el art. 8°: *?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 razón social del oferente y su domicilio en el país, o la indicación expresa de tal circunstancia cuando no la hubiere...?.* VI. Que con referencia a la omisión de consignar en la publicidad el domicilio de la oferente junto al bien ofertado, la firma no niega la materialidad de la conducta que se le achaca y su queja solamente se dirige a cuestionar el criterio de la dirección al no considerar admisibles las razones con las que pretende deslindar su responsabilidad. Los agravios no pueden prosperar habida cuenta de que:

1. Las normas aplicadas son claras en sus textos y no admiten ningún tipo de excepción. 2. Las exigencias que deben cumplir quienes ofrecen públicamente bienes o servicios derivan del deber de tutelar el derecho constitucional de información de una masa heterogénea de consumidores y usuarios (art. 42 de la Constitución Nacional). 3. La sola verificación de la omisión de la conducta impuesta -según una apreciación objetiva- es motivo suficiente para hacer nacer la responsabilidad por la violación de las normas invocadas en la causa, y tampoco se requiere un daño concreto (esta sala, causas *?Emprendimientos 2011 SRL c/ DNCI-Disp. 642/09?*, *Volkswagen Argentina S.A. c/ DNCI-Disp. 795/10?*, *?Toot S.A. c/ DNCI-135/11?*, *?INC S.A. c/ DNCI-Disp. 535/10?*, *?Falabella S.A. c/ DNCI-Disp. 456/10?*, *?Banco Macro S.A. c/ D.N.C.I-Disp. 219/11?*, *?General Motors de Argentina SRL c/ DNCI -Disp. 88/13?* y *?Administración Baigun SH de I Baigun R Baigun M Baigun c/ D.N.C.I.-Disp. 124/13 (EXPTE S01: 368103/11) s/ R. Direct. Secret. Comercio?*, entre otras, pronunciamientos del 29 de diciembre de 2011, del 21 de agosto, del 25 de

octubre, del 8 de noviembre y del 6 de diciembre de 2012, del 19 de marzo de 2013, del 22 de mayo de 2014 y del 23 de abril de 2015, respectivamente). 4. El domicilio legal de la firma oferente tiene por finalidad permitir al consumidor conocer quién es el verdadero oferente. Dicha obligación legal no se sufre con la indicación de ¿un? domicilio en el país, como es el domicilio de sus sucursales, ni con la indicación de una página web en internet o un teléfono (línea gratuita), ya que el art. 8° de la resolución 7/2002 es claro cuando exige la especificación de la razón social y ¿su? domicilio en el país (esta sala, causa ¿Haras San Pablo S.A. c/ DNCI-Disp. 309/12?, pronunciamiento del 22 de mayo de 2014). 5. Consecuentemente, dicho incumplimiento ha configurado la infracción que justifica la aplicación de una sanción, ya que aun cuando los oferentes son libres de publicar la información que consideren relevante para sus objetivos, tienen el deber de incluir los datos del modo exigido por las normas vigentes (conf. esta sala, causas ¿LG Electronics Argentina S.A. c/ Dnci Disp. 349/10 (Expte. S01:379704/08)?, ¿Volkswagen Argentina SA c/ Dnci.-Disp. 755/10? y ¿Brexter SA c/ Dnci-Disp 175/12 (EX S01:391064/09)?, pronunciamientos del 20 de septiembre de 2011, del 21 de agosto de 2012 y del 27 de febrero de 2014). VII. Que con respecto al quantum de la multa impuesta (\$...) dentro de la escala prevista por el art. 18 de la ley 22.802, cabe señalar que de acuerdo con una jurisprudencia reiterada la graduación de las sanciones, en principio, pertenece al ámbito de las facultades discrecionales de la autoridad administrativa y solo son revisables por los jueces en el supuesto de ilegitimidad o arbitrariedad manifiesta (Fallos: 304:721, 305:1489; 306:126; 321:3103, 313:153 y 334:1241). De ahí que la facultad de graduación de la multa entre el mínimo y el máximo previsto en la ley no escapa al control de razonabilidad que corresponde a los jueces con respecto a los actos de la administración (esta sala, causas ¿Banco Hipotecario S.A. c/ DNCI - Disp. 449/10?, ¿El Comercio Cia. de Seguros a Prima Fija S.A. c/ DNCI - Disp. 571/10?, ¿Los Cauquenes Ushuaia S.A. c/ DNCI - Disp. 73/11?, ¿Cablevisión S.A. c/ DNCI-Disp. 696/10? y ¿List Sandra Melisa c/ DNCI Disp. 100/13? entre otros, pronunciamientos del 20 de diciembre de 2011 y del 4 y 7 de junio de 2012, del 4 de septiembre de 2012 y del 4 de diciembre de 2014, respectivamente). En tal sentido, esta sala ha dicho que ¿la razonabilidad implica congruencia, proporción, adecuada relación de medio a fin y que el exceso identifica lo irrazonable?; y también que ¿el exceso de punición es producto, antes que de una falta de proporcionalidad entre la causa y objeto del acto (entre la conducta y la sanción a ella imputada), de una ausencia de proporcionalidad entre el objeto y la finalidad de éste, por lo que aquella importaría una violación del principio recogido en el art. 7°, inc f), párr. in fine, de la ley de procedimientos administrativos que expresamente establece que las medidas que el acto involucre deben ser proporcionalmente adecuadas a las finalidades que resulten de las normas que asignan las facultades pertinentes al órgano emisor? (causas ¿Citibank N.A. c/ DNCI Disp 820/06?, ¿Cablevisión S.A. c/ DNCI - Disp. 696/10? y ¿Cablevisión S.A. c/ DNCI - Disp. 743/2010?, y ¿List Sandra Melisa c/ DNCI Dip. 100/2013? entre otras, pronunciamientos del 6 de julio de 2010, del 4 de septiembre de 2012, del 16 de septiembre de 2014 y del 4 de diciembre de 2014, respectivamente). En el caso, la autoridad de aplicación enumeró en abstracto los ítems que -supuestamente- fueron evaluados para determinar el quantum de la multa -la actividad desarrollada por la infractora; el grado de responsabilidad de la firma en la infracción imputada; el interés protegido; los antecedentes; el tamaño de la publicidad; el medio masivo de comunicación utilizado (el diario Ámbito Financiero) y el carácter ejemplar y disuasivo de la sanción-, pero lo hizo sin haber ponderado suficientemente que: (i) el monto de la facturación del aviso asciende a \$... más IVA de \$..., o sea un total de \$... (ver fs. 2 del expte. S01:0457233/2011 obrante a fs. 8 de la causa); (ii) el alcance de los efectos de la publicidad que no es general sino que está limitada a un público acotado, con interés en los servicios turísticos ofertados y, además, que haya tenido acceso al diario ¿Ámbito Financiero?; (iii) No consta en la causa dato alguno respecto de su trayectoria o relevancia económica. (iv) no registra antecedentes por infracción a la ley 22.802 (fs. 30). Tales circunstancias, impiden advertir cómo a la conducta típica, por su gravedad, le corresponde la aplicación de la sanción de multa cuya graduación dentro de la escala entre un mínimo y un máximo previsto por la ley 22.802, equivale al monto de \$... Por consiguiente, la ausencia de motivos suficientes que sustenten la aplicación de la multa en cuestión configura un caso de ¿exceso de punición?, que comporta una afectación a la exigencia prevista en el art. 7, inc. f), de la ley 19.549, concerniente a la proporcionalidad de las medidas contenidas en los actos administrativos. Desde esa perspectiva, el mantenimiento del quantum de la multa en la suma de \$... afecta la proporcionalidad inherente al objeto del acto que la impone vulnerando el principio de razonabilidad previsto en los artículos 28 y 33 de la Constitución Nacional. En esas condiciones, corresponde reducirlo a la suma de \$..., por considerar que en esa medida la sanción cumple la finalidad de ley de lealtad comercial que es, precisamente, evitar la lesión del derecho constitucional de los usuarios y consumidores a una información adecuada, completa y veraz y a la protección de sus intereses económicos en relación al consumo en términos del artículo 42 de la Constitución Nacional (esta sala, causas ¿Renault Argentina S.A.?, ¿General Motors? y ¿Sprayette?, pronunciamientos del 7 de marzo de 2013, del 22 de mayo de 2014 y del 6 de junio de 2015, respectivamente) y, además, apunta a la moralización de la conducta del prestador con posición dominante en la relación de consumo (esta causa, causa ¿Cablevisión?, citada). Por lo expuesto, el tribunal RESUELVE: confirmar la disposición apelada en cuanto a la tipificación de la infracción y modificarla en cuanto al monto de la multa aplicada, que se reduce a la suma de

\$... Con costas en el orden causado (artículo 68, segundo párrafo, y 71 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación). El Dr. Carlos Manuel Grecco interviene en la presente causa en los términos de la acordada 16/2011 de esta cámara. Regístrese, notifíquese y, oportunamente, devuélvase. Rodolfo Eduardo Facio Clara María do Pico Carlos Manuel Grecco
Correlaciones Ley 22802 - BO: 11-05-1983 002868E