

Defensa Del Consumidor Automotores Defectuosos Fabricante Deber De Informacion

JURISPRUDENCIA

Defensa del consumidor. Automotores defectuosos. Fabricante.

Deber de información Se mantiene la multa aplicada a la firma fabricante de automotores por el Secretario de Comercio Interior por no informar a la Autoridad de Aplicación de manera inmediata respecto de la peligrosidad que poseían los vehículos de la marca entre los años 2008 y 2012. Buenos Aires, 23 de febrero de 2016.- VISTOS Y CONSIDERANDO: I. Que, por Disposición (SC) N° 8, del 30 de enero de 2015, el Secretario de Comercio Interior impuso una multa por la suma de ochenta mil pesos (\$80.000) a la firma Ford Argentina S.C.A., por considerarla incurso en la infracción prevista y penada por el art. 4, del Anexo I, del Decreto N° 1798/94, reglamentario de la Ley 24.240, por no informar a la Autoridad de Aplicación de manera inmediata respecto de la peligrosidad que poseían los vehículos de la marca Ford entre los años 2008 y 2012. Asimismo, dispuso la publicación de la parte dispositiva de dicha resolución a su costa, de acuerdo a lo establecido en el art. 47, segundo párrafo de la Ley 24240 (confr. fs. 44/99). En primer término, indicó que las actuaciones se iniciaron de oficio a través de la Dirección del Consumidor, a los efectos de fiscalizar el cumplimiento de lo dispuesto por el art. 4, del Decreto 1798/94, comprobándose conforme la actuación formalizada, las manifestaciones vertidas y las constancias obrantes en el Expediente CUDAP S01: 0036519/2012, que la sumariada no brindaría cabal y total cumplimiento con la citada norma, respecto a la comunicación debida a la autoridad competente, en relación con la totalidad de campañas de convocatoria (RECALL) efectuadas, respecto a los automotores de su fabricación. En ese sentido, señaló que Ford Argentina SCA efectúa campañas, a través de publicaciones en medios gráficos, cartas enviadas al domicilio de los clientes y comunicaciones telefónicas, con el fin de convocar a los eventuales usuarios de los vehículos en los que haya tomado conocimiento de la existencia de alguna falla o desperfecto desde su fabricación, sin cumplir con el deber de información que le impone el citado art. 4, que dispone: "Los proveedores de cosas o servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado de consumo, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores mediante anuncios publicitarios suficientes". Agregó, que la firma sumariada debió comunicar a la Secretaria de Comercio Interior, en forma "inmediata", la peligrosidad en relación a la cosa introducida en el mercado de consumo, poniéndola en conocimiento de la existencia de vehículos de la marca Ford con serias deficiencias (problemas en el tubo de freno de la rueda derecha, reemplazo de rulemanes de rueda delantera y punta de eje, reemplazo de anclaje de cinturón de seguridad, entre otros) que hacen a los productos peligrosos no sólo para los propios consumidores, sino que ese peligro se traslada hacia terceros. Asimismo, indicó que la omisión en el deber de informar, le impidió ejercer su facultad de control y vigilancia -prevenir, orientar y asistir a los consumidores respecto de que existen en el mercado interno productos, que en razón de sus fallas, resultan ser peligrosos (confr. art. 41, de la Ley 24240). II.- Que, por presentación de fs. 103/104 y 133/141, Ford Argentina S.C.A. interpone recurso de apelación directa contra la mencionada Disposición (SC) N° 8/2015 y, al efecto, sustancialmente, postula: (a) la inaplicabilidad e inconstitucionalidad del art. 60 de la Ley N° 26.993, en tanto sustituye la redacción del art. 45, de la Ley 24240; (b) que en el período 2008 a 2012 realizó campañas de servicios, las cuales, han sido comunicadas en diversos medios gráficos de alcance masivo, para suministrar a la autoridad competente y a los consumidores, información respecto del desperfecto y de la solución al inconveniente, la que se encontraba a disposición en todos los concesionarios oficiales de la marca; (c) que los hechos cuestionados por la Secretaria de Comercio no contemplan conductas tipificadas por la norma, pues el art. 4 del Decreto 1798/94 solo establece una conducta a seguir por quien introduce en el mercado un producto con fallas o desvíos respecto de los estándares de calidad, que consiste en la comunicación de esa circunstancia a la autoridad de aplicación y a los consumidores "mediante anuncios publicitarios suficientes" sin distinguir conductas a realizar por el proveedor respecto de uno u otro sujeto; (d) la política de Ford en materia de campañas publicitarias consiste en acciones preventivas que no siempre suponen que todas las unidades convocadas presenten fallas, sino que se vinculan a desvíos respecto de los estándares de calidad que puedan presentar las mismas y que, por cuestiones de política comercial y de satisfacción del cliente, son incluidas en el llamado a fin de que se presenten a revisión para rectificar las irregularidades, sin cargo a los consumidores, sin que ello represente peligrosidad alguna para los consumidores; (e) que las campañas de servicios son mantenidas en forma continuada en el tiempo, permaneciendo activas hasta tanto se cumpla íntegramente con la revisión de todas las unidades que podrían estar involucradas en la misma; (f) no se ha producido consecuencia alguna respecto de la omisión de informar a la autoridad, por lo que deviene abstracto, en tanto no se le ha ocasionado perjuicio alguno respecto de la facultad de control y vigilancia; (g) no puede considerarse agraviada la Administración por no haber podido ejercer su función de control y vigilancia

como consecuencia de la presunta infracción a la obligación de suministrar de manera inmediata la circunstancia del conocimiento de peligrosidad, toda vez que resulta innegable que no solo ha tenido conocimiento respecto de las campañas realizadas, por cuanto es la propia Secretaria de Comercio la que convoca a Ford, sino que además una vez que se le brindó la información requerida, ésta no objetó el procedimiento llevado a cabo por la campaña, el cual ha respondido al cuidado de los intereses de los consumidores; (h) la letra de la norma no determina qué se debe entender por "anuncio publicitario suficiente", tampoco lo hace la Secretaria de Comercio, con lo cual el bien jurídico tutelado por el art. 4 del Decreto 1798/94-brindar debida protección a los consumidores-, no se encuentra vulnerado, por lo que la sanción impuesta deviene nula e ilegítima; (i) que se verificó un exceso en la multa impuesta.

III. Que, por escrito de fs. 164/179, el Estado Nacional - Ministerio de Economía y Finanzas Públicas- contesta el traslado conferido respecto del recurso de apelación deducido en autos. IV. Que, en primer lugar, es necesario advertir que el Tribunal no se encuentra obligado a analizar cada una de las cuestiones formuladas por la recurrente, sino tan solo aquéllas que resultan conducentes para decidir el caso y bastan para dar sustento a un pronunciamiento válido (CSJN, fallos: 258:304; 262:222; 272:225; 278:271; 291:390; esta Sala, in re: "Espasa S.A. c/DNCI-DISP 556/2010", del 7/12/11; "Petersen Thiele Cruz SAC y M c/DNCI-DISP 553/10", del 2/2/11, entre muchos otros). V. Ahora bien, expuestas las distintas posiciones de las partes, es dable recordar que mediante la Disposición N° 8, del 30 de enero de 2015, el Señor Secretario de Comercio resolvió imponer a la firma Ford Argentina S.C.A., una multa por pesos ochenta mil (\$ 80.000) por infracción a lo dispuesto por el artículo 4, del Anexo I del Decreto N°1798/94, reglamentario de la Ley 24240, por no informar a la autoridad de aplicación de manera inmediata respecto de la peligrosidad que poseían los vehículos de la marca Ford entre los años 2008 y 2012. El art. 4, del Decreto 1798/94, dispone que: "Los proveedores de cosas o servicios que, posteriormente a la introducción de los mismos en el mercado de consumo, tengan conocimiento de su peligrosidad, deberán comunicar inmediatamente tal circunstancia a las autoridades competentes y a los consumidores mediante anuncios publicitarios suficientes?". La norma impone al proveedor la obligación de informar en todo momento acerca de la peligrosidad que hubiese advertido o descubierto con posterioridad a la introducción del producto en el mercado, aun cuando ya los efectos de la relación con el consumidor singular se hayan agotado constituyendo un supuesto de un deber de información post contractual (confr. "Ley de Defensa del Consumidor" Comentada y Anotada, Sebastián Picasso y Roberto A, Vázquez Ferreyra, T. I, 1ed. 2009, pág. 66 y sig.). Por su parte, en punto a la obligación de informar, el art. 4 de la Ley 24240, en lo que aquí interesa dispone que: "El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización...?". El artículo 42 de la Constitución Nacional ha consagrado el deber de informar al consumidor como garantía explícita: "Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo a una información adecuada y veraz?". Y, en tal orden de ideas, corresponde precisar que, en la especie, se trata de "infracciones formales" en las cuales la verificación de los hechos hace nacer, por sí, la responsabilidad del infractor. La infracción se configura por la sola omisión o el incumplimiento de los deberes u obligaciones a cargo de los prestadores de bienes o servicios y no requiere la producción de un daño concreto; pues basta la conducta objetiva contraria a la ley (confr. esta Sala, "Viajes Ati SA -Empresa de viajes y Turismo-c/DNCI" del 10/3/09; "ITG SA C/ EN-SCI-Disp 391/08", del 2/9/10 "Circulo de inv. SA de Ahorro para fines Determ. c/DNCI s/ Recurso Directo", del 20/11/12, entre muchos otros.). En tal sentido, corresponde puntualizar que no se requiere un daño concreto a los derechos de los consumidores, sino la posibilidad de la existencia de tal daño, pues las normas legales imponen pautas y conductas objetivas que deben ser respetadas, bajo apercibimiento de las sanciones previstas en la norma (confr. Sala V "José Saponara y Hnos c/Sec. de Comercio" del 25/6/97 y "Banco del Buen Ayre S.A.-RDI c/DNCI-DISP. 618/05" del 6/2/07). Ello es así desde que el adecuado funcionamiento del mercado tiene como pilar fundamental una información clara y disponible en todo momento para los consumidores, la que debe ser proporcionada en forma amplia por los proveedores de bienes y servicios. VI. Ante tales circunstancias los agravios de la recurrente no resultan atendibles para dispensarla de la violación al art. 4, del Decreto 1798/94, pues sobre ella pesa la carga de probar que ha cumplido con el deber de información que dicha norma pone a su cargo. En efecto, de la compulsión de la documentación acompañada en autos, se advierte que la sumariada no informó inmediatamente a la autoridad competente acerca de los desperfectos advertidos en los vehículos de la marca Ford, más bien, al respecto, argumenta en forma genérica que la empresa efectúa campañas que consisten en publicaciones en medios gráficos, cartas enviadas al domicilio de los clientes y hasta comunicaciones telefónicas, con el fin de convocar a los eventuales usuarios de los vehículos en los que se haya tomado conocimiento de la existencia de alguna falla o desperfecto desde su fabricación. En este sentido, advirtió que durante el periodo investigado, Ford Argentina S.C.A. realizó doce campañas de servicio, que tuvieron por finalidad, no sólo poner en conocimiento de los consumidores, de manera cierta, clara y precisa la información referida a cualquier desperfecto o falla que pudieran presentar las unidades, sino que inclusive tuvieron por meta poner a disposición de sus clientes todos los medios necesarios para reparar los desperfectos, garantizando su óptimo funcionamiento, pero en modo alguno prueba que haya puesto en

conocimiento de la autoridad competente aquellas fallas, no resultando suficiente para suplir dicha obligación y por ende eximirlo de responsabilidad, la publicación masiva que dice haber efectuado para dar la más amplia difusión a la información referida al desperfecto detectado y el riesgo que ello podría eventualmente suponer. Ante tal circunstancia los agravios de la recurrente no resultan atendibles para dispensarla de la violación al art. 4 del Decreto 1798/9410; pues sobre ella pesa la carga de probar que ha cumplido con el deber de informar a los consumidores por un lado y a la autoridad competente, por el otro. Por las razones expuestas, corresponde confirmar lo decidido mediante la Disp. 8/15, toda vez que el apartamiento de las conclusiones alcanzadas por los organismos administrativos técnicos con facultades jurisdiccionales-tal el caso de la Dirección Nacional de Comercio Interior -, solo puede justificarse con la demostración que ha mediado error, omisión o vicio con entidad suficiente para invalidar el acto (Sala II, in re ?Unilever de Argentina SA c/DNCI DISP 87/13?, del 13/3/14 y sus citas), circunstancia que no se ha acreditado en autos.

VII. Que, tampoco pueden recibir favorable acogida los argumentos mediante los que la encartada pretende que se le reduzca la multa con sustento en una supuesta desproporcionalidad o arbitrariedad en la cuantía de la sanción. Al respecto, corresponde recordar que, como principio, la graduación de la sanción es resorte primario del órgano administrativo y constituye una potestad discrecional de la autoridad de aplicación. No obstante lo cual, no hay actividad de la Administración que resulte ajena al control judicial de legalidad y razonabilidad, de modo que aun tratándose de una manifestación de las potestades discrecionales, éstas en ningún caso pueden resultar contrarias al derecho. La actuación administrativa debe ser racional y justa y la circunstancia de que la Administración obre en ejercicio de facultades discrecionales no constituye justificativo de su conducta arbitraria, pues es precisamente la razonabilidad con que se ejercen tales facultades el principio que otorga validez a los actos de los órganos del Estado y que permite a los jueces, ante planteos concretos de la parte interesada, verificar el cumplimiento de dicho presupuesto (cfr. C.S.J.N. Fallos: 304:721, 305:1489, 306:126; CNCont. Adm., esta Sala, ?Círculo de Inv. S.A. de Ahorro para fines deter. c/DNCI s/recurso directo?, Causa 152691/02, de fecha 20/11/12 y Sala II, ?Ballatore Juan Alberto c/EN -M° de Justicia s/Empleo Público?, Causa 15.026/93, de fecha 13/6/96). Asimismo, no cabe soslayar que la función judicial no puede reemplazar la acción de los otros poderes, ni asumir sus responsabilidades o sustituirlos en las facultades que a ellos les conciernen. Precisamente, en el ejercicio de la potestad sancionatoria ha de reconocerse al órgano competente un razonable margen de apreciación en la graduación de la pena a imponer (conf. esta Sala: doctrina en las causas ?Lamagna SRL-TF 25088-I c/DGI?, 10/4/08 y ?Obras Civiles SA -TF 20336-I c/DGI?, 16/4/08 y sus citas, entre otras y; Causa 152691/02, de fecha 20/11/12, precedentemente citada), debiendo en cada supuesto particular verificarse el regular ejercicio de tal prerrogativa. En tal orden de ideas, se debe insistir en que la apreciación de los hechos, la gravedad de la falta y la graduación de las sanciones pertenecen al ámbito de las facultades discrecionales de la Administración, en cuyo ejercicio éste no debe ser sustituido por los jueces a quienes solo les cabe revisarlas en caso de irrazonabilidad o arbitrariedad manifiesta, extremos que no se advierten en el sub examen, pues se han respetado los límites establecidos por el art.18 de la Ley 22.802 (CSJN, doctrina de Fallos: 303:1029; 304:1033; 306:1792; 307:1282, esta Sala: ?Gorrini?, del 17/10/96, ?Cochlar?, del 25/5/87, 802, ?Provencred 2 Suc. Arg. c/DNCI -DISP 588/09?, sentencia del 11/02/2011; en igual sentido, Sala V, in re ?Musso Walter c/PNA?, pronunciamiento del 27/05/1997, entre otros). Desde esta perspectiva, corresponde destacar: que el monto de la sanción de multa impuesta -esto es, \$80.000- se encuentra dentro de la escala prevista en el inc. a) del art. 18 de la ley n° 22.802 -esto es, de \$500 a \$5.000.000-; y que la misma se dictó en función de la valoración de la actividad desarrollada por la infractora, la responsabilidad de la firma en la infracción imputada y el interés protegido, en tanto el acto administrativo apelado advirtió que la omisión reprochada trasunta una violación al deber de información, que tiene jerarquía constitucional. En tales condiciones y de conformidad con los principios expuestos, se impone concluir que -en la especie- no se verifica la existencia irrazonabilidad o arbitrariedad manifiesta en la labor desempeñada por la autoridad administrativa en ocasión de graduar la sanción impuesta en la Disposición (SC) N° 8/2015.

VIII. Que, por último, atendiendo a los términos de lo hasta aquí expuesto, debe advertirse que deviene inoficioso pronunciarse en punto a la inaplicabilidad del art. 63 de la ley 26.993, así como la tacha de inconstitucionalidad formulada por la recurrente a fs. 103/104. En virtud, entonces, de las consideraciones expuestas, SE RESUELVE: rechazar el recurso de apelación directa interpuesto por Ford Argentina S.C.A. y, en su consecuencia, confirmar la Resolución (SCI) n° 8. Con costas a la vencida por no existir mérito para la dispensa (art. 68, primer párrafo del código procesal). Teniendo presente la naturaleza, resultado y monto del litigio, la calidad y eficacia de la gestión profesional, la etapa cumplida y la circunstancia de que la Sala ha declarado reiteradamente que los emolumentos que corresponde fijar a los profesionales y auxiliares de la justicia deben traducir -aun en los juicios de monto exiguo e inclusive sin monto- una justa retribución de las tareas desplegadas compatible con la dignidad en el ejercicio profesional, SE FIJAN los honorarios de la dirección letrada y representación de la parte demandada -Dres. Débora Ilari y Nicolás Olivari- en la suma de pesos mil doscientos pesos -\$1.200- y pesos tres mil -\$3.000- respectivamente (arts. 6, 7, 8, 9, 37 y 38 del Arancel de Abogados y Procuradores). El importe del impuesto al valor agregado integra las costas del juicio y deberá adicionarse a los emolumentos cuando el profesional acreedor

revista la calidad de responsable inscripto en dicho tributo. Los honorarios fijados precedentemente deberán ser abonados dentro de los diez (10) días corridos de notificados (art. 49 del arancel citado). En caso de incumplimiento el acreedor queda facultado para solicitar la intimación de pago para que se cumpla en el plazo de cinco (5) días, bajo apercibimiento de ejecución, la que tramitará por ante primera instancia del fuero. Para ello, se facilitará en préstamo el expediente para la extracción de las copias pertinentes, que serán certificadas por el Tribunal y entregadas al interesado para el ingreso del respectivo incidente en la Mesa de Asignaciones de la Secretaría General de la Cámara. Si vencidos los plazos mencionados el interesado no impulsa el proceso en el término de diez (10) días hábiles, las actuaciones se devolverán sin más trámite. Regístrese, notifíquese y, oportunamente, devuélvase. JORGE ESTEBAN ARGENTO CARLOS MANUEL GRECCO SERGIO GUSTAVO FERNANDEZ

007062E