

Lealtad Comercial Publicidad Defensa Del Consumidor

JURISPRUDENCIA

Lealtad comercial. Publicidad. Defensa del consumidor

Se

confirma la disposición mediante la cual la Dirección Nacional de Comercio Interior le impuso a la actora la sanción de multa por infracción a los requisitos impuestos por la ley 22.802 para los avisos publicitarios. Buenos Aires, de octubre de 2017.-

Y VISTOS; CONSIDERANDO: I.- Que la firma WENT S.A. interpone recurso directo, en los términos del artículo n° 22 de la ley n° 22.802 (fs. 103/109) -replicado por el Estado Nacional (Ministerio de Producción) a fs. 133/143-, contra la disposición n° 208/2017 (fs. 94/96), por la que la Dirección Nacional de Comercio Interior le impuso la sanción de multa pesos setenta mil (\$ 70.000), por infracción al artículo 8° de la resolución ex S.C.D. y D.C. n° 7/2002, reglamentaria de la ley 22.802. II.- Que para así decidir, la autoridad de aplicación, sostuvo que la publicidad aparecida en el diario Clarín de fecha 10 de octubre de 2014 (fs. 2), consignó entre otras cosas, las frases "... Dior JADORE EDF X 10 + Treasure \$ 1300...?", sin indicar la razón social del oferente y el país de origen del producto. III.- Que la firma se agravió con sustento en que: i) Al momento del dictado de la resolución impugnada había operado la caducidad del poder sancionador de la administración. En ese sentido, señaló que la imputación se originó el 21/01/15 y que presentó su descargo el 11/02/15, por lo que las actuaciones se encontraban en condiciones de dictar la resolución definitiva el 07/07/15; sin embargo, la resolución fue dictada el 26/01/17, fuera del plazo que estipula artículo 17, inciso f), de la ley n° 22.802, de veinte (20) días hábiles, por lo que al momento del dictado se encontraba operada la caducidad. ii) No se consideraron los argumentos expuestos en el descargo acerca de las imputaciones relativas a la omisión de expresar en la publicidad el origen del producto y la razón social del oferente. iii) La razón social es WENT S.A., por lo que la sola ausencia del tipo societario no pudo haber causado confusión, ya que es la misma del nombre comercial "WENT?". iv) La suma de setenta mil pesos (\$ 70.000) representa 140 veces la multa mínima (\$ 500) de la escala que prevé el artículo 18 de la ley 22.802, por lo que se vulneró la proporcionalidad inherente al objeto y el principio de razonabilidad. Solicitó, subsidiariamente, que se reduzca el monto de la multa. IV.- Que el señor fiscal general dictaminó a favor de la admisibilidad del recurso (fs. 155). V.- Que corresponde tratar en primer término la caducidad planteada. Al respecto cabe señalar que la ley no dispone de plazos para la caducidad del poder sancionador de la autoridad de aplicación. El artículo 26 de la ley 22.802 establece un régimen de prescripción con un plazo de tres (3) años de las acciones e infracciones previstas en dicha ley, y que ese plazo se interrumpirá por la comisión de nuevas infracciones o por el inicio de las actuaciones administrativas o judiciales. La notificación a la parte actora fue realizada el 18/06/2015 (fs. 76) y la resolución sancionatoria fue dictada el 26/01/2017, por lo que no han transcurrido los tres (3) años que señala la norma, dado que el plazo comenzó a correr a partir de la notificación del sumario, ya que todos los actos anteriores son preparatorios a este. Sin perjuicio de ello, cabe señalar que el inciso f) del artículo 17 de la ley dice que "Concluidas las diligencias sumariales se dictará la resolución definitiva dentro del plazo de veinte (20) días hábiles?". Las diligencias sumariales finalizaron con el dictamen del servicio jurídico el 20/01/2017 (fs. 82/85), momento en el cual las actuaciones estaban en condiciones de ser resueltas. La resolución sancionatoria se dictó el 26/01/2017, seis (6) días después de cerrado el trámite administrativo, plazo sustancialmente menor que el plazo previsto en la norma. VI.- Que sentado lo anterior, la resolución n° 7/2002, en su artículo n° 8°, en lo pertinente, establece que "Cuando se publique voluntariamente precios de bienes, muebles o inmuebles, o servicios, por cualquier medio (gráfico, radial, televisivo, cinematográfico, internet u otro), 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 correspondan, como así también la razón social del oferente y su domicilio en el país, o la indicación expresa de tal circunstancia cuando la hubiere?". VII. Que las normas aplicadas tienden a la protección de los consumidores frente a las publicidades de oferta o promociones de bienes y/o servicios que presenten imprecisión o inexactitud de su contenido, letra ilegible en las leyendas obligatorias y/o precios mal informados, pues resultan engañosas y pueden inducir a error o falsedad. La finalidad de la norma es procurar la defensa de los derechos de los potenciales consumidores y de los comerciantes cumplidores de las normas de lealtad comercial, actualmente, de rango constitucional, en términos del artículo 42 de la Constitución Nacional (esta sala, causas "OG & P Negocios Inmobiliarios S.A." y "Hermitage", pronunciamientos del 21 de noviembre de 2013 del 22 de abril de 2014, respectivamente). VIII. Que los argumentos de la firma actora no resultan atendibles habida cuenta de que: (i) la norma aplicable es clara en su texto y no contempla ningún tipo de excepción (esta sala, causas "Ideal Line?", "Telecom Personal?", "La Rural Viñedos y Bodegas S.A.", "Compañía Argentina de Marketing S.A." y "Fiat Auto Argentina SA", pronunciamientos del 14 de septiembre de 2014, del 26 de noviembre de 2015, del 16 de febrero y del 13 de septiembre de 2016 y del 7 de febrero y del 9 de octubre de 2017,

respectivamente); (ii) La firma actora debió controlar el texto del aviso antes de su difusión masiva. Las imprecisiones publicitarias consignadas en el aviso la hacen responsable en los términos de la ley 22.802 (esta sala, causa ?Fiat Auto?, citada); (iii) las omisiones imputadas configuran la infracción que justifica la aplicación de la sanción, toda vez que los oferentes son libres de publicar la información que considerem relevante para sus objetivos, pero tienen la obligación de incluir los datos exigidos por las normas vigentes (esta sala, causas ?Socorro Médico Privado S.A. (Vital) c/ EN - SCI - Disp. n° 218/08?; ?LG. Electronics Argentina S.A. c/ DNCI - Disp. n° 349/10?; ?Sport S. Life S.A. c/ DNCI - Disp. N° 787/011? y ?Mario Korn Propiedades SA c/ DNCI - Disp. 40/13? y ?Arcos Dorados Argentina S.A. c/ DNCI?, pronunciamientos del 19 de junio, del 20 de septiembre y del 20 de diciembre de 2011, del 3 de diciembre de 2015 y del 27 de octubre de 2016, respectivamente); (iv) con referencia a la omisión de consignar la razón social del oferente y su domicilio en el país, es claro el contenido del artículo 8° de la resolución citada en cuanto a dicha exigencia (esta sala, causas ?List Sandra Melisa c/ DNCI - Disp. 100/13? y ?Collins Automotores S.A. c/ DNCI s/ Recurso Directo de Organismo Externo?, ?Administración Baigún?, ?Mario Korn Propiedades SA? y ?Arcos Dorados Argentina S.A. c/ DNCI? pronunciamientos, del 7 de octubre de 2014 y del 21 de abril de 2015, del 23 de abril, del 25 de septiembre, del 3 de diciembre de 2015 y 27 de octubre de 2016, respectivamente); (v) la sola verificación de la omisión de la conducta impuesta en las normas invocadas por la DNCI -según una apreciación objetiva- es motivo suficiente para hacer nacer la responsabilidad, y tampoco se requiere de la producción de un daño concreto (esta sala, causas ?Volkswagen Argentina S.A. c/ DNCI - Disp. 795/10?, ?INC S.A. c/ DNCI?, Falabella S.A. c/ DNCI? y ?Banco Macro S.A. c/ DNCI Disp. 219/11?, ?Telecentro S.A. y otros c/ DNCI - Disp. 252/10? y ?Fen Group S.A. c/ DNCI - Disp. 115/13?, ?Coto Centro Integral de Comercialización S.A. c/ DNCI s/ Lealtad Comercial - Ley 22.802 - art. 22? entre otras, pronunciamientos del 21 de agosto, 8 de noviembre y 6 de diciembre de 2012, del 19 de marzo de 2013 y del 20 de mayo y del 9 de septiembre de 2014 y del 10 de mayo de 2016 respectivamente). IX.- Que la determinación y graduación de la multa es resorte primario de la autoridad administrativa, principio éste último que sólo cede ante un supuesto de arbitrariedad (esta sala, causas ?AMAX Argentina?, ?General Motors de Argentina SRL?, ?Coto CISA?, ?Medicus S.A.?, ?Los Cipreses? y ?Falabella S.A.?, pronunciamientos del 6 de febrero, del 22 de mayo y del 27 de noviembre de 2014, del 22 de febrero y del 14 de junio de 2016 y 13 de julio de 2017, respectivamente). El quantum no es arbitrario, en tanto el organismo ponderó diversas circunstancias: la actividad desarrollada por la firma, su posición en el mercado, el medio de difusión empleado (Diario Clarín) y el interés comprometido. Por todo lo expuesto, el tribunal RESUELVE: confirmar la disposición DNCI n° 208/2017. Con costas (artículo 68, primer párrafo, del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación). X.- Que en razón de la naturaleza del proceso, su monto -que viene dado en el caso por el importe de la multa cuestionada en autos-, el mérito, la calidad y la extensión de la labor desarrollada por los letrados a la luz del resultado obtenido durante la sustanciación del presente recurso directo ante este tribunal, SE ESTABLECE en la suma de pesos mil quinientos (\$ 1.500) los honorarios a favor del Dr. Nicolás Olivari (T° ..., F° ...) en su carácter de apoderado y, en la suma de pesos tres mil quinientos (\$ 3.500) los honorarios de la Dra. Mariela S. Biga (T° ..., F° ...) en su carácter de patrocinio letrado de la demandada (artículos nros. 6, 7, 9, 19, 37, 38 y demás c.c. del arancel de abogados y procuradores). El Dr. Carlos Grecco integra el tribunal en los términos de la acordada 16/2011 de esta cámara. Regístrese, notifíquese y, oportunamente, devuélvase. Clara M. do Pico Rodolfo E. Facio Carlos M. Grecco

027270E