Comodoro Rivadavia, dos de mayo de 2008.

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Estos autos caratulados: **"F. E. E HIJOS S.A. c/ MUNICIPALIDAD DE COMODORO RIVADAVIA s/ Apelación Art. 7° Ley 4219", Expte. Nro. 16.165/2006.**

I.- Que se encuentran a resolver las presentes actuaciones por haber sido apelada en los términos del art. 7° de la ley 4219 por los apoderados de F. E. E Hijos S.A., titular de LA Pr., la resolución Nro. 47 de fecha 29 de septiembre de 2006 dictada en el expediente Administrativo Nro. 400/06 por la Oficina de los Derechos del Consumidor de la Municipalidad de Comodoro Rivadavia mediante la cual, se le impone a la recurrente una multa de pesos dos mil ($2.000), por infracción al art. 12 inc. i) de la ley 22.802 reglamentada por Resolución 7/02 de la SDCC y art. 5 de la ley 24.240.

El apelante expresa agravios a fs. 16/20.

En su libelo recursivo, impugna la resolución y solicita se deje sin efecto la sanción impuesta por entender aplicable al caso la teoría de la insignificancia o bagatella. Señala que la sanción impuganda tiene por antecedentes las Actas de Inspección Nro. 504 y 505 por las que se habría detectado en una de las siete sucursales, que 12 productos aptos para el consumo, carecían de precio a la vista.

Indica que por aplicación de los principios de culpabilidad, razonabilidad y proporcionalidad de la pena, debe haber una razonable relación entre la falta cometida, el fin perseguido y el medio para alcanzarlo.

Efectúa cálculos e indica que los 12

productos representa el 0,15% de los productos comercializados y en exhibición, lo que demuestra suficientemente, a su criterio, la insignificancia del incumplimiento detectado.

II.- Del examen de las presentes actuaciones surge que el organismo administrativo aplicó la sanción prevista por el art. 18 de la ley 22802 por infracción prevista en el art. 12 inc. i), esto es, falta de exhibición de precios en algunos de los productos que comercializa la apelante, y que se detallaron en el acta obrante a fs. 3 y 4.

Resulta pertinente señalar que la Resolución Nro. 7/2002 de la Secretaría de Defensa de la Competencia y el Consumidor reglamentó lo referido a "las obligaciones en materia de información de precios a los consumidores" y que el "i" del art. 12 la ley 22.802 establece entre las facultades con que cuenta la autoridad de aplicación, se encuentra la de "obligar a exhibir o publicitar precios".

Por el art. 2 de, se dispone "Quienes ofrezcan bienes muebles o servicios a consumidores finales deberán indicar su precio expresado en moneda de curso legal y forzoso en la República Argentina – Pesos-El mismo deberá ser de contado en dinero efectivo y corresponderá al importe total que deba abonar el consumidor final...".

Mediante el acta obrante a fs. 3 y 4 del 12 de Septiembre de 2006 se constató en la sucursal de "L. P. " de calle Avda. K. Nro. *** de esta ciudad, al momento de la inspección ocular, "productos expuestos en góndolas y heladeras sin precio", en oposición a lo dispuesto por la normativa citada precedentemente.

Teniendo en cuenta que para la

acreditación de las infracciones como la del sub judice, solo se requiere la simple constatación (art. 17 incs. a), b) y d) ley 22802) se tiene por acreditada la misma, sin que se adviertan razones para dejar sin efecto la sanción impuesta.

Sabido es que el fin que persigue la ley 22.802, de Lealtad Comercial, es evitar que los consumidores, mediante indicaciones poco claras y engañosas, o inexactitudes, sean inducidos a error o falsedad en la adquisición de productos, mercaderías o en la contratación de servicios protegiéndose de ese modo, el derecho de aquellos a una información adecuada, completa y veraz, en relación al consumo (art. 42 C.N.).

Asimismo, la mencionada ley pretende preservar la lealtad en las relaciones comerciales, que abarca los derechos de los consumidores y de los competidores ya que con conductas como las examinadas se pueden producir desvíos o captación potencial de clientela por medio de métodos contrarios a la lealtad en las relaciones comerciales (Conf. crit. CNPE, Sala B, Resol. Registradas bajo los Nro. 24 y 572/97; 944/99, 1144/02; 661, 682 y 724/04 y Causa 56.875 del 12/2/2008).

III.- Con relación a lo expresado por la apelante con respecto a que la multa impuesta resulta excesiva, desproporcionada y conculcatoria, es cierto que no se puede soslayar que la graduación de las penas tiene relación con el hecho denunciado, la infracción cometida y la existencia de antecedentes o no al respecto.

La doctrina de la bagatela o insignificancia no puede aplicarse a estos casos de naturaleza infraccional, como pretende la recurrente,

en virtud de que aunque la infracción pueda parecer mínima, lo verdaderamente importante es el ordenamiento de la actividad comercial, la defensa de los derechos de los potenciales consumidores a estar debidamente informados de las características de los productos que se le ofrecen y de proteger a los comerciantes cumplidores de la competencia desleal. De aplicarse esta doctrina, el cumplimiento de la Ley de Lealtad Comercial sería utópico, al eximirse a los imputados del cumplimiento de la medida correctiva pertinente, que para estos casos es la multa (Cfme. CPECON. Sala A, Reg. 759/1996, 02/12/1996 Causa 36844 "V. HNOS. S.A.C. Y F. s/ Lealtad comercial", en igual sentido, Sala A, Reg. 767/1996 "SPRAYETTE S.A.", 2/12/96 Fallo publ. en: JPBA-97, F. 127 (Síntesis) ED-1997.Oct.1, sum. 48203 JA-1998-I, p.315. LL-1998.Mar.18, sum. 96810).

En este contexto, cabe destacar que el monto de la multa fijado por el organismo administrativo no resulta desproporcionado con relación a las pautas tenidas en cuenta para establecerlo.

El argumento defensista en torno a la irrelevancia de la cantidad de productos cuyos precios no fueron exhibidos en relación con la totalidad de los que comercializa la firma, no resulta admisible, pues el extenso número de productos comercializados es uno de los extremos que caracteriza la actividad de los mercados, de modo tal que no puede erigirse en argumento hábil para la eximición de la responsabilidad.

En consecuencia, no resultando suficientes los agravios del apelante para desvirtuar las constancias de autos, corresponde rechazar el recurso de apelación interpuesto y confirmar la resolución Nro. 47/06 de la Oficina de Defensa del

Consumidor.

Por como se resuelve, las costas se imponen al recurrente vencido, por el principio objetivo de la derrota (art. 68 CPr.). Se regulan los honorarios profesionales de acuerdo a las pautas orientadoras de la ley de aranceles (arts. 14 y 33 ley 4335 t.o).

Por ello, la **Sala B** de la Cámara de Apelaciones de la Circunscripción Judicial con asiento en la ciudad de Comodoro Rivadavia,

R E S U E L V E:

1)Rechazar el recurso de apelación interpuesto a fs. 16/20 y confirmar la resolución Nro. 47/06 de la Oficina de Defensa del Consumidor.

2)Tener presente la reserva federal de fs. 43.

3)Costas de la Alzada a la parte vencida. Regular los honorarios profesionales de los Dres. N. B. L. de Escribano y F. L. G., conjuntamente, en la suma de pesos trescientos cincuenta ($350).

4)Regístrese, notifíquese, devuélvase.

Fdo.:

Marta Susana Reynoso de Roberts, Presidente.

Nélida Susana Melero, Juez de Cámara.

Graciela Mercedes García Blanco, Juez de Cámara.

REGISTRADA BAJO EL Nro. 61 DEL AÑO 2008

DEL LIBRO DE SENTENCIAS INTERLOCUTORIAS