Comodoro Rivadavia, de abril de 2015.**VISTOS Y CONSIDERANDO:**

Estos autos caratulados: **"F. E. e H. S.A. en autos: "MCR –OFICINA DEFENSA DEL CONSUMIDOR / L. P. s/ INFRACCION" Expte. N° 1348/2014 s/ RECURSO DE APELACION Ley VII N° 22"**, Expte. N° 15/2015.

I.- Vienen las presentes actuaciones a conocimiento de ésta Alzada por haber sido apelada por F. E. e H. S.A., la Resolución ODC MCR N° 03/2015 de la Oficina de Defensa del Consumidor de la Municipalidad de Comodoro Rivadavia, de fecha 05/01/2015 dictada en el expediente Administrativo N° 1348/2014.

La citada resolución le impone una multa de $15.000, por infracción al art. 12° inc. I) de la Ley 22.802 por la falta de exhibición de precios en los productos exhibidos en el local de ventas; más la suma de $ 400 en concepto de gastos de publicación, todo conforme lo dispuesto por el arts. 47° de la ley 24.240; 6 inc. e) de la Ley VII N° 22 y 4° de la Ordenanza N° 9758/99.

En su memorial de fs. 18/22 la recurrente precisa que la multa se sustenta en el acta de inspección N° 1883/13, por la que se habría detectado en solo una de las nueve sucursales, que 6 artículos, totalmente aptos para el consumo, carecían de precio a la vista.

Sostiene 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.

Precisa que es una empresa dedicada a la

comercialización de productos alimenticios, de limpieza, bazar, perfumería, blanco, etc, y tiene instaladas nueve sucursales, comercializando 12.183 productos. Efectúa cálculos e indica que los 6 productos representan el 0,05% de los comercializados y en exhibición, lo que demuestra suficientemente, a su criterio, la insignificancia del incumplimiento detectado.

Por otra parte afirma que no se ha infringido norma alguna, puesto que 5 de los 6 productos tenían los precios exhibidos en carteles de gran tamaño de oferta y precio. No se debe medir con la misma vara los distintos supuestos de incumplimiento tal como lo hizo la administración.

Solicita se deje sin efecto la sanción impuesta por entender aplicable al caso la teoría de la insignificancia o bagatella.

Por último ataca de nulidad la decisión, por no respetar las pautas fijadas en los arts. 47 y 49 Ley 24.240, y tener en cuenta la existencia de antecedentes que no pueden considerarse y los perjuicios ocasionados que no precisa, resultando infundada. Formula reserva del Caso Federal. Peticiona se revoque la resolución disponiendo que no ha cometido falta alguna.

II.- Del examen de las presentes actuaciones surge que el organismo administrativo aplicó la sanción prevista por el art. 18 de la ley 22.802 por infracción al 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 el 18/12/2013 obrante a fs. 1,

por la que se constató en la sucursal de "La Proveeduría" de calle A. Y. N° **** de esta ciudad: "falta exhibición de precios de los siguientes productos: vino tinto Callia x 750 ml, coctel gasificado New Age Orange Relax x 750 ml; pulpa de frutilla Gentleman x 420 gr; papel higiénico Elite x 80 mts x 4; galletitas tapitas Fantoche x 350 gr; jardinera Oderich x 300 gr.".

En sede administrativa la recurrente formula descargo, en la que si bien reconoce la falta de oblea en un producto, respecto de los cinco restantes expresa que los precios se exhibían en la puntera de las góndolas con carteles de gran tamaño de oferta y precio. Peticiona se considere lo involuntario de la falta y su pequeña cuantía teniendo en cuenta los antecedentes de la empresa.

III.- Entrando al análisis de la cuestión traída a resolver, se debe tener 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 22.802).

El fin que persigue la ley 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, 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).

De acuerdo a tales lineamientos, se advierte que el órgano administrativo analizó los hechos y los subsumió en las disposiciones del art. 12 inc. I) de la Ley 22.802 y Resolución N° 07/02. Expresamente valoró que la conducta de la empresa, al no exhibir los precios de ciertos productos que comercializa, no crear certeza sobre el precio de los bienes exhibidos a efectos de lograr una competencia leal y al mismo tiempo proteger los derechos de los consumidores. También tuvo en cuenta el carácter de reincidente de la firma F. E. e H. S.A. en la comisión de este tipo de infracciones, citando la resolución donde se sancionó por la misma infracción.

De la decisión administrativa surgen suficientes fundamentos de hecho y de derecho que motivan la solución aplicada.

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 (conf. CPECON. Sala A, Reg. 759/1996, 02/12/1996 Causa 36844 "VENTURA 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, siendo oportuno señalar que las dos sanciones anteriores por la misma infracción –aun cuando se trate de otra sucursal- fueron menores y no obstante ello persiste en la conducta omisiva.

Tampoco se puede soslayar el carácter de

reincidente de la empresa, teniendo en cuenta los antecedentes de la misma, por haber sido ya sancionada en Expte. N° 16.165/06 y 16.414/07 tramitados por ante esta Excma. Cámara de Apelaciones.

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 N° 03/15 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 69 CPr.). Se regulan los honorarios profesionales de acuerdo a las pautas orientadoras de la ley de aranceles (arts. 13 y 32 ley XIII N° 4 y N° 15 DJCH).

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. 18/22 y confirmar la Resolución N° 03/2015 de la Oficina de Defensa del Consumidor.

2) Tener por formulada reserva del Caso Federal de fs. 21vta./22.

3) Costas de la Alzada a la parte vencida. Regular los honorarios profesionales de los Dres. N. B. L. d. E., J. F. L. G. y C. A. R., conjuntamente en la suma de dinero equivalente a CUATRO (4) JUS, con más la alícuota del IVA si correspondiere.

4) Regístrese, notifíquese, devuélvase.-

La presente sentencia es firmada por dos vocales de Cámara en virtud de encontrarse en uso de licencia el Sr. Juez de Cámara Dr. Ricardo Rubén Enrique Hayes y concordar en la solución del caso (Ley V N° 17 Digesto Jurídico Chubut).-

Graciela Mercedes GARCIA

BLANCO

JUEZ de CAMARA

Nélida Susana MELERO

PRESIDENTE

REGISTRADA BAJO EL Nro. DEL AÑO 2015
DEL LIBRO DE SENTENCIAS INTERLOCUTORIAS