Comodoro Rivadavia, de abril de 2021.

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Estos autos caratulados:" C. S.A. en autos: "M. C. R. –OFICINA DEFENSA DEL CONSUMIDOR c/ S. J. s/ INFRACCION" (Expte. N° 16/2021 (ODC) s/ RECURSO DE APELACION" Expte. N° 76/ 2021)

I.- Llegan las presentes actuaciones a esta Cámara de Apelaciones, por haber interpuesto y fundado a fs. 43/51, C. S.A. recurso de apelación contra la Resolución N° 11/2021 de la Oficina de Defensa del Consumidor de la Municipalidad de Comodoro Rivadavia. En dicha resolución se sanciona a la firma recurrente con multa de $ 160.000 por infracción al artículo 4 de la Ley 24.240, al artículo 12 inciso I) de la Ley 22.802, al artículo 10 de la Ordenanza Municipal 14.313/19 y a los arts. 7° y 8° de la Ley 24.240, más la suma de $ 400 por gastos de publicación (arts. 18 Ley 22.802, 47 Ley 24.240, 6 inc. e) Ley VII 22, 4 Ordenanza N° 6758/99 y el art. 25° de la Ordenanza MCR N° 14.313/19).

II.- La recurrente en su memoria de fs.43/51, solicita se revoque la decisión o, en su caso, se reduzca la multa y funda su crítica en cuatro agravios. En el primero, considera que la Oficina de Defensa al Consumidor tiene un afán persecutorio contra las grandes empresas provenientes de Capital Federal con un neto fin de generar exacciones a efectos de explotar su supuesta capacidad económica. Cita antecedentes en apoyo de su postura. En el segundo, sostiene que la Administración no ha demostrado como su empresa se aprovecha del consumidor, induciéndolo a error o a engaño, por la falta de exhibición de un precio. Expresa que no se

tiene en cuenta la gran envergadura de su local que alberga más de 17.000 productos que son etiquetados al menos tres veces al día, ello subsumido en un contexto de inflación que hace necesaria la constante evaluación de los precios. Destaca que ante la eventual diferencia o ausencia de precio se han dispuesto innumerables dispositivos electrónicos que se encuentran en toda la extensión del local y que tienen por objeto identificar el precio del producto. En el tercero y cuarto critica la sanción aplicada por ser desproporcionada y arbitraria.

Afirma que se realizó una interpretación sesgada y arbitraria de los principios orientadores que establece la ley 24.240 a los efectos de graduar las sanciones. Expresa que se han ignorado todos los atenuantes que enumera el art. 49 de la Ley 24.240 para justificar el monto elevado de la multa. Agrega que al momento de fijar la sanción no tuvo en cuenta los escasos perjuicios que sufre el consumidor que siempre podrá solicitar los precios o hacerse de ello con los dispositivos electrónicos y quien no está conforme puede comprar en otro comercio. La falta de intencionalidad y la gravedad de riesgos y perjuicios sociales, no fueron valorados siendo que la ley 24.240 prevé atenuantes para situaciones más graves que algunos precios mal colocados por olvido o descuido. La multa es calificada como arbitraria, excesiva y desproporcionada. Por último, se agravia de la imposición de costas, las que entienden deben imponerse a la Municipalidad.-

III.- Tratamiento de los agravios.

La resolución recurrida, impone una sanción fundada en la infracción al art. 12 inc. I) de la Ley 22.802 de

Lealtad Comercial, el art. 4° de la Ley 24.240 y el art. 10 de la Ordenanza Municipal 14.313/19 y a los arts. 7° y 8° de la Ley 24.240.

De la lectura de las actas y documental que obran a fs. 1 a 30, se advierte que a la firma se le reprocha el incumplimiento de dos deberes: la falta de exhibición de precios de aproximadamente setenta y cuatro (74) productos que se ofrecen al público en las góndolas del salón de venta y la diferencia de precios de 2 productos de la góndola al precio de caja.

La realización del procedimiento utilizado por la administración para la verificación de ésta última falta cometida, es de "compra virtual".

Los arts. 7 y 8 de la Ley 24.240 se refiere a las condiciones de oferta y venta dirigida a consumidores potenciales indeterminados y a los efectos de la publicidad. Especialmente se establece que la no efectivización de la oferta será considerada negativa o restricción injustificada de venta, pasible de las sanciones previstas en el artículo 47 de esta ley. *(Ultimo párrafo incorporado por art. 5° de la Ley N° 26.361).*

El art. 12 de la citada ley establece: "La autoridad de aplicación tendrá la facultad, entre otras de: 1) Establecer las tipificaciones obligatorias requeridas para la correcta identificación de los frutos, productos o servicios, que no se encuentren regidos por otras leyes." Y el art. 4 de la ley N° 24.240 dice que el proveedor está obligado a suministrar al consumidor rn forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con

las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de comercialización.

Asimismo, el art. 10 de la Ordenanza MCR N° 14.313/19 ordena que: "Los Hipermercados, Supermercados y Autoservicios de bienes consumibles y no consumibles, deben… b) Exhibir precios de manera clara, visible y legible sobre cada artículo, producto o grupo de una misma mercadería que se encuentra expuesto a la vista del público. El precio exhibido deberá corresponder al importe total que deba abonar el consumidor final…"

Conforme lo expuesto, 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(Lealtad Comercial), y en los arts.4, 7 y 8 de la ley 24.240.

La verificación por parte de la autoridad de aplicación de la "diferencia de precio de determinados productos, resultante de la comparación entre el valor presentado en la góndola y el efectivamente facturado en la línea de cajas", no ha sido puesta en crisis para la aplicación de la sanción.

Ergo se comprueba el presupuesto de hecho.

Este Tribunal ha tenido oportunidad de señalar que "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" (S.I. 15/2015 y sus citas). No es necesario que mediante dichas inexactitudes o errores en la publicidad se produzca error, engaño o confusión en un determinado consumidor, sino que a los efectos de la infracción, basta con que aquellas maquinaciones fueran idóneas para producir tales consecuencias.

La ausencia de precios verificada en los productos y la discordancia entre los de góndola y los de caja resulta ser un incumplimiento a la ley 24.240.

Siendo el caso que nos ocupa de las llamadas infracciones formales, se configura por la simple constatación, sin que se advierta en el presente elemento alguno que justifique un apartamiento de la regla general.

También tuvo en cuenta el carácter de reincidente de la firma C. S.A. en la comisión de éste tipo de infracción, citando las resoluciones donde se sancionó por la misma infracción, y si bien es cierto que muchos de los antecedentes citados por la Oficina datan de más de tres años, los últimos tres son del año 2019.-

Ello así, de la Resolución surgen los suficientes fundamentos de hecho y de derecho que motivan la solución aplicada.

Los argumentos esgrimidos por la recurrente (cantidad de productos, rotulación constante y dispositivos electrónicos) no son idóneos a los fines

de justificar el incumplimiento de la normativa y evitar así la sanción impuesta porque la conducta reprochada se encuentra acreditada.

Es que la exigencia de colocar los precios en los productos exhibidos es una obligación de quien los comercializa.

Así, es dable recordar que quien comercializa un producto debe arbitrar los medios necesarios para que aquél se encuentre en las condiciones que por las normas vigentes se imponen, como única forma de que resulten protegidos los derechos de los consumidores de notoria raigambre constitucional- y de los comerciantes cumplidores de la ley (conf. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Penal Económico, sala B, "B. S.A.", sentencia del 08/09/05, "La Ley" 2005F, 295).-

El art. 12 inc i) de la ley 22.802 y el art. 10 de la Ordenanza MCR N° 14.313/19 dan el marco normativo a la cuestión que establece la obligación de exhibir los precios.

Repárese que la norma describe la conducta pretendida con el verbo exhibir, vocablo que indica la acción de poner a la vista, exponer o hacer visible algo, en el caso, los precios, de modo tal, que el consumidor pueda en forma fácil e inmediata comparar y cotejar con los precios de otros productos similares.

Esta es la finalidad que persigue la ley que no se cumple con los lectores puesto que estos informan el precio, pero no facilita el cotejo visual y simultáneo con el de productos similares que habiliten comparar y seleccionar el más beneficioso para el consumidor (en este sentido: CPECON. Sala A, (Romero - Repetto -

Hendler) - Reg. 691/1996 - 14.11.1996-Causa 36884 - "S. Y C. S.A. s/Lealtad Comercial" Fallo publ. en: LL-1997. Mar.2, sum. 40177-S (Síntesis), p.7. JPBA-101, F. 119, elDial AKFB0).

Ahora bien, respecto a la cuantía de la multa impuesta, teniendo en cuenta la escala prevista por el art 47 de la ley 24.240 y la entidad de la conducta sancionada (número de productos en góndola sin precio y existencia de lectores), se advierte que el monto establecido por la autoridad administrativa ($160.000) es excesivo y no respeta el principio de proporcionalidad que impera en la materia. La entidad de la falta cometida- aún valorado el carácter de reincidente de la empresa- no habilita el elevado monto establecido.

Por lo expuesto, se resuelve modificar parcialmente el punto 1) de la parte resolutiva de la Resolución ODC MCR N° 11/2021 y reducir el monto de la multa impuesta por infracción al art. 12 inc. I) de la Ley 22.802 y del art. 4° de la Ley 24.240 y art. 10 de la Ordenanza Municipal 14.313/19 y a los arts. 7° y 8° de la Ley 24.240., en la suma de pesos OCHENTA MIL ($80.000).

IV.- Las costas de ésta instancia, atento la naturaleza de la cuestión, se imponen por su orden.

Se regulan los honorarios profesionales teniendo en cuenta la naturaleza del proceso, el mérito de la labor desarrollada, el éxito obtenido, de conformidad a las pautas orientadoras de la ley de aranceles, porcentuales y mínimos establecidos en los arts. 5, 6, 13, 32 y 46 Ley XIII N° 4 y N° 15).

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

1°) Hacer lugar parcialmente al recurso de apelación interpuesto y fundado por C. S.A. -fs. 43/51 y, en consecuencia, modificar parcialmente el punto 1º) de la parte resolutiva de la Resolución ODC MCR N° 11/2021 y reducir el monto de la multa impuesta, en la suma de pesos OCHENTA MIL ($80.000).

2°) Imponer las costas de esta instancia en el orden causado. 3°) Regular los honorarios del Dr. E. O. Z., letrado apoderado de la recurrente, en la suma equivalente a OCHO (8) JUS; con más I.V.A. en caso de corresponder.

3°) Regístrese, notifíquese y oportunamente devuélvase.

La presente sentencia se firma por dos vocales de Cámara en virtud de encontrarse vacante un cargo de Juez de Cámara y concordar en la solución del caso (Ley V-174).

REGISTRADA BAJO EL N° DEL AÑO 2021 DEL LIBRO DE SENTENCIAS INTERLOCUTORIAS