000265/2021

Comodoro Rivadavia, 29 de setiembre de 2021.

VISTO Y CONSIDERANDO:

Estos autos caratulados: **"C. S.A. EN AUTOS CARATULADOS: "MCR –OF. DEFENSA DEL CONSUMIDOR c/ C. S.A. s/ PRESUNTA INFRACCION (Expte N° 209/21 ODC) s/ RECURSO DE APELACION" Expte. N° 265/2021,** en trámite ante esta Cámara de Apelaciones de la Circunscripción Judicial de Comodoro Rivadavia.

I.- Las presentes actuaciones vienen por haber interpuesto y fundado a fs. 34/42vta., C. S.A., recurso de apelación contra la Resolución ODC MCR N° 52/2021 de la Oficina de Defensa del Consumidor de la Municipalidad de Comodoro Rivadavia, de fs.26/32vta.

En dicha resolución, la Oficina de Defensa del Consumidor, sanciona a C. S.A.(E.) con una multa de $160.000 por infracción a los artículos 4, 7 y 8 de la ley 24240, 12 inc. I) de la ley 22.802, art. 10 de la Ordenanza n° 14.313/19; con más la suma de $ 400 en concepto de publicación de la decisión (art. 18 de la Ley 22.802, art. 47 de la Ley 24240, art. 6 inc. e) de la Ley VII N° 22 y art. 4 Ordenanza N° 6758/99).

II.- La recurrente, 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. 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 la administración aplica un criterio subjetivo sin fundamentos para sancionar a su parte.

Señala la gran envergadura de productos en el local que más el proceso inflacionario que hace necesaria la constante evaluación de los precios. Destaca que las inspecciones de la administración siempre son realizadas en horas tempranas de la mañana cuando precisamente se lleva a cabo el control y cambio de precios.

Asimismo se agravia porque 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 fue considerada, 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.- La resolución recurrida, impone una sanción fundada en la infracción al art. 12 inc. I) de la Ley 22.802 de Lealtad Comercial, art 10 de la Ordenanza 14313/19 y los arts. 4, 7,8 de la ley 24240.

De la lectura de las actas y documental que obran a fs. 1 a 17, se advierte que a la firma se le reprocha

la falta de coincidencia del precio exhibido en góndola y el de línea de caja de 10 productos que se ofrecen al público en las góndolas del salón de venta, habiéndose realizado un control sobre 31 productos.

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

El art. 12 de la ley 22.802 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. La Ordenanza n° 14.313/19, garantiza el derecho de los consumidores a recibir la más completa información acerca de los precios de los bienes y servicios que les son ofrecidos a través del deber de exhibir, regulando la forma de la exhibición de los mismos (art. 10).

Asimismo 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).*

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 (10) sobre un total de 30 productos, resultante de la comparación entre el valor presentado en la góndola y el efectivamente facturado en la línea de cajas, surge de las actas de fs. 1/17 con documentación anexa, firmada por los funcionarios actuantes y del Sr. S. B., Sub gerente de la sucursal de C., sin oposición u objeción alguna.

Este documento es instrumento público y hace plena fe de los actos realizados por el oficial público hasta que sea declarado falso (arts. 289, 296 y conc. CCyCom). La recurrente no ha argüido de falsedad dicho instrumento en los términos del art.399 del CPr., no siendo suficiente su negativa para enervar la fuerza probatoria del acto amparado por la fe pública.

En anteriores pronunciamientos hemos señalado 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 deferencia de precios verificada en los productos 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. Por lo tanto, se rechaza el agravio.

En relación al segundo agravio contra la sanción impuesta, la jurisprudencia ha dicho que “la facultad de graduación de la sanción entre el mínimo y el máximo previsto en la ley es materia propia del poder administrador, pero no escapa al control de razonabilidad que corresponde al Poder Judicial con respecto a los actos de la Administración Pública, incluso cuando se trata de facultades discrecionales de la Administración ("Fallos" 321:3103 y sus remisiones).

Así pues, la razonabilidad con que se ejercen las mentadas facultades es el principio que otorga validez a los actos de los órganos del Estado y que permite a los jueces, ante planteos concretos de parte interesada, verificar el cumplimiento de dicha exigencia ("Fallos") 308:727 y sus remisiones)” (Cámara Federal de Apelaciones de Mar del Plata, Sala III, “Auchang Argentina S.A. c/ Ministerio de Producción”).

Con base en lo anterior, teniendo en cuenta la escala prevista en el artículo 47 de la ley 24.240, el carácter de reincidente de la firma que se corrobora con los antecedentes que tramitaran ante esta Cámara de Apelaciones por idénticos motivos, se concluye que la sanción impuesta es razonable y se confirma.

Por lo expuesto, se resuelve rechazar el recurso interpuesto por C. SA y confirmar la Resolución N° 52/2021 de la ODC.

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 N° II con asiento en la ciudad de Comodoro Rivadavia, **RESUELVE:**

1°) Rechazar el recurso de apelación interpuesto a fs. 34/42vta. y en consecuencia confirmar la Resolución N° 52/2021 de la ODC en cuanto fuera materia de agravio.

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 8 JUS; con más I.V.A. en caso de corresponder.

4°) Regístrese, notifíquese y oportunamente devuélvase.

MARIA FERNANDA ZANATTA **FERNANDO NAHUELANCA**

Jueza de Cámara **Presidente**

RICARDO RUBEN ENRIQUE HAYES

Juez de Cámara

REGISTRADA BAJO EL N° 184 DEL AÑO 2021

DEL LIBRO DE SENTENCIAS INTERLOCUTORIAS