000354/2023

Comodoro Rivadavia, de junio de 2023.

VISTOS Y CONSIDERANDO:

Estos autos caratulados: **"INC S.A. en autos: "MCR - OFICINA DEFENSA DEL CONSUMIDOR c/INC S.A. s/PRESUNTA INFRACCION" Expte. N° 937/22 ODC-MCR s/RECURSO DE APELACION"** Expte. N° 354/2023.

I. Llegan las presentes actuaciones a esta Cámara de Apelaciones, por haber interpuesto y fundado a fs. 52/56vta., INC S.A. (C.) recurso de apelación contra la Resolución N° 95/23 de la Oficina de Defensa del Consumidor de la Municipalidad de Comodoro Rivadavia obrante a fs. 36/41vta.

En dicha resolución se sanciona a la firma recurrente con multa de $ 200.000 por infracción al artículo 12 inciso I) de la Ley 22.802, a los artículos 4°, 7° y 8° de la Ley 24.240 y al art. 10 de la Ordenanza Municipal 14.313/19, 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).

II. La recurrente en su memoria relata los antecedentes del caso y señala que su comercio se dedica a la venta de productos de consumo masivo contando con más de 10.000 productos en góndola, los cuales ante un proceso inflacionario como el que vivimos, muchos de ellos aumentan de manera constante no siendo sencillo el proceso de rotulación, por lo que tal tarea se inicia antes de la apertura del local, pero por la dinámica comercial muchas veces no se llega a completar la tarea. Sostiene que ello no implica que viole la normativa que invoca el Municipio toda vez que el local cuenta con lectores de código de barras en los cuales el consumidor puede corroborar el precio de cualquier producto, consultarle el precio al personal del local o en la línea de cajas. Asevera que el consumidor no se

encuentra desprotegido si el precio del producto no está en ese momento rotulado en góndola, por lo tanto no se viola ninguna norma de la ley 24.240 o 22.802.

Sostiene que la prueba es defectuosa, toda vez que los inspectores presentaron únicamente una imagen del ticket de compra virtual pero ninguna foto de las góndolas que demuestre que el precio es distinto en uno y otro lugar, por lo que la supuesta violación a los arts. 7 y 8 de la Ley 24.240 que se le imputa no fue constatada, existiendo una incongruencia entre la normativa invocada y los hechos imputados. Añade que además los precios de góndola no son los que aparecen en su página web de compra virtual, los cuales por ley pueden ser distintos a los precios de compra física en sucursal.

Expresa que el monto de la multa no es razonable y no guardar relación con las circunstancias de hecho, siendo desproporcionada y excesiva. Solicita se reduzca la misma toda vez que la empresa no obró con ninguna intencionalidad. Hace reserva del caso federal.

III. La resolución recurrida, impone sanción fundada en la infracción al art. 12 inc. I) de la Ley 22.802 de Lealtad Comercial, los arts. 4, 7 y 8 de la Ley 24.240 y el art. 10 de la Ordenanza MCR N° 14.313/19.

De la lectura de las actas y documental que obran a fs. 1 a 15, se advierte que a la firma se le reprocha el incumplimiento al deber de exhibir los precios de los productos en las góndolas del salón de ventas y además las existencia de una diferencia en 40 productos entre el precio de góndola y el de caja.

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, la Ley 24.240, art. 4°, refiere al deber de información y establece que el proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee y las condiciones de comercialización. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en soporte físico, con claridad necesaria que permita su comprensión.

Por su parte, el artículo 7 se refiere a que la oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados, obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones. Y el artículo 8 que se refiere a los efectos de la publicidad: "Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor."

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), en los arts. 4, 7 y 8 de la ley 24.240 y en el art. 10 de la Ordenanza MCR N° 14.313/19.

La verificación por parte de la autoridad de aplicación de la falta de exhibición de precios de los productos expuestos en góndola surge del acta N° 3009 y su continuación 3010 de fecha 19 de septiembre de 2022,

firmada por los funcionarios actuantes y de las imágenes de fs. 4/9. Por otro lado, la diferencia entre los precios de góndola y los de la línea de caja surge del acta N° 3031 y su continuación 3032 de fecha también 19 de septiembre de 2022, firmada por los funcionarios actuantes, del ticket N° 00072731 de compra y del confronte del mismo con las imágenes que se agregan a fs. 12/15, que integran las actas enunciadas.

Las actas enunciadas son 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 ausencia de precios verificada en los productos y la deferencia entre los precios de góndola y los de la línea de caja constituyen incumplimientos 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.

Respecto al monto de la multa se ha de señalar 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 (S.I. N° 3/2021 Sala B, N°38/2020, N° 43/21 Sala A, S.I. N° 117/21 Sala U y S.I. N° 328/22 Sala U, S.I. N° 562/2022 Sala U y S.I. N° 163/2023 Sala U) se concluye que la sanción impuesta es razonable y se confirma.

Por lo expuesto, se resuelve rechazar el recurso interpuesto por INC S.A. (C.) y confirmar la Resolución N° 95/2023 de la ODC en cuanto fuera materia de agravio.

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 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 por INC SA (C.) y, en consecuencia confirmar la Resolución N° 95/2023 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. O. G. A., letrado apoderado de la recurrente, en la suma equivalente a OCHO (8) JUS; con más I.V.A. en caso de corresponder.

4) Tener presente la reserva del caso federal Punto 4-.

5) Regístrese, notifíquese y devuélvase a la Oficina de Defensa al Consumidor.

La presente sentencia es firmada por dos vocales de Cámara por encontrarse en uso de licencia la Sra. Jueza de Cámara Verónica Daniela Robert y existir concordancia en la solución del caso.

FERNANDO NAHUELANCA
Juez de Cámara

RICARDO RUBÉN ENRIQUE HAYES
Presidente

REGISTRADA BAJO EL N° DEL AÑO 2023
DEL LIBRO DE SENTENCIAS INTERLOCUTORIAS

GISELA C. MOREJON Secretaria de Cámara