

Defensa Del Consumidor Publicidad Concursos Bases Y Condiciones Deber De Informacion Omision Multa

JURISPRUDENCIA

Defensa del consumidor. Publicidad. Concursos. Bases y

condiciones. Deber de información. Omisión. Multa Se impone una multa de \$ 100.000 a una empresa que omitió en un mensaje publicitario incluir las frases "sin obligación de compra" y "consulte en los locales de venta" en forma clara y visibles para el potencial consumidor, al entenderse que de esa manera impidió el acceso de los consumidores a una información clara y suficiente sobre las características del concurso, especialmente en lo que concierne a la posibilidad de adquirir en forma gratuita el elemento requerido para la participación. Buenos Aires, 26 de febrero de 2015 Y VISTOS Y CONSIDERANDO:

1°. Que mediante la disposición 85/14, del 4 de abril de 2014, el Director Nacional de Comercio Interior impuso a PROCTER & GAMBLE ARGENTINA S.A, una multa de pesos cien mil (\$100.000) por infracción al artículo 1°, inciso d, del decreto 1153/97, reglamentario de la ley 22.802, en cuanto establece que cada mensaje publicitario en el que se difundan promociones deberá contener obligatoriamente las siguientes expresiones: "Sin obligación de compra» y "Consulte en los locales de venta», en forma clara y visible para el potencial consumidor (fs. 248/254). 2°. Que, contra dicha decisión, a fs. 258/260vta. la actora interpuso y fundó el recurso de apelación previsto en el artículo 22 de la ley 22.802, que fue concedido en relación y con efecto suspensivo a fs. 278. Sostuvo que, si bien su representada había omitido la frase obligatoria "Sin Obligación de Compra», no hubo daño concreto ni recibió reclamo alguno por ese motivo. También, afirmó que no tuvo intención de soslayar la frase "Consulte en los locales de venta» y que cumplió con la finalidad de la norma, ya que proporcionó una línea telefónica para consultas. Asimismo, se agravio del excesivo monto de la sanción, considerándola desproporcionada e infundada. 3°. Que, corrido el traslado pertinente, a fs.315/328 contestó el Estado Nacional y sostuvo que la sanción interpuesta no es más que la consecuencia razonada de los hechos probados y ha sido impuesta conforme a derecho. Manifestó que la recurrente omitió las leyendas obligatorias antes mencionadas en dicha publicidad, a la cual calificó de engañosa. Con respecto al importe de la multa, aclaró que se encontraba dentro de los límites establecidos por la ley y que era razonable. A fs. 331, emitió dictamen el señor Fiscal General subrogante, pronunciándose favorablemente acerca de la admisibilidad formal del recurso. 4°. Que, este Tribunal resulta temporalmente competente para entender en las actuaciones (arg. art. 76 de la ley 26.993, confr. esta Sala, in re "Fiat Auto Argentina SA c/ DNCI s/ Defensa del consumidor - ley 24240-art. 45», causa n° 50798/14, sent. del 03/02/15) por lo que cabe ingresar, sin más, al análisis de las cuestiones planteadas. 5°. Que corresponde advertir que el derecho del consumidor es un sistema global de normas, principios, instituciones e instrumentos de implementación que tiene por finalidad, por un lado, garantizar al consumidor una posición de equilibrio en sus relaciones con los empresarios y, por el otro, preservar la lealtad en los vínculos comerciales, de manera de evitar que se produzcan desvíos o captación potencial de clientela por medio de métodos contrarios a dicha lealtad. Este sistema encuentra su fundamento en el principio general del derecho del consumidor y usuario consagrado en el artículo 42 de la Constitución Nacional, del que se deriva el derecho del consumidor a la debida información y su correlativo deber impuesto al proveedor. Asimismo, resulta necesario recordar 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 este modo el derecho de aquéllos a una información adecuada, completa y veraz en relación al consumo (conf. Sala III, in re "Mandatos y Tercerizaciones SA c/DNCI s/Disp. 388/10», sent. del 12/04/11; Sala II, in re "Sevel Arg. S.A. c/SCI s/DISP.DNCI 1210/97», sent. del 18/11/99, y "Frávega S.A c/DNCI s/-DISP. 726/08», sent. del 22/9/09). 6°. Que, el artículo 1°, inciso d, del decreto 1153/97 establece: "Quienes organicen o promuevan concursos, certámenes o sorteos conforme lo establecido por el artículo 10 de la Ley N° 22.802, deberán cumplir, al menos, las siguientes condiciones:... d) Que en cada mensaje publicitario que difunda la promoción se incluyan las expresiones: "Sin obligación de compra" y "Consulte en los locales de venta" en forma destacada y fácilmente visible y/o audible para el consumidor.» 7°. Que, con respecto a la omisión de las expresiones obligatorias "Sin Obligación de Compra» y "Consulte en los locales de venta», cabe resaltar que la encartada admite haber incumplido con las especificaciones de la normativa vigente. Por otra parte, con respecto a los planteos que se reiteran ante esta Cámara, corresponde aclarar una vez más que, en atención al espíritu de la norma y el carácter formal de este tipo de infracciones, la sola verificación de la omisión basta para configurar la falta (confr. Sala III, in re "Supermercados Norte c/ DNCI-Disp 364/04», sent. del 9/10/06). Además, cabe precisar que no se requiere un daño concreto a los derechos de los consumidores sino la mera posibilidad de que ello ocurra, y que las normas legales imponen pautas y conductas específicas que deben ser respetadas para evitarlo (confr. Sala V, in re "José Saponara y Hnos. c/ Sec de Comercio», sent. del

25/06/97, y "Banco del Buen Ayre SA-RDI c/ DNCI s/Disp. 618/05», sent. del 6/02/07). En ese marco, y en atención a las constancias de fs. 6 de estos autos, resulta irrelevante la ausencia de intención en la conducta de la empresa o de daños concretos a los consumidores; circunstancias que, a lo sumo, podrí-an ser evaluadas al momento de determinar el quantum de la multa. Por ello, cabe tener por acreditada la falta de acceso de los consumidores a una información clara y suficiente sobre las características del concurso, especialmente, en lo que concierne a la posibilidad de adquirir en forma gratuita el elemento requerido para la participación; todo lo cual conduce a confirmar la disposición apelada en cuanto tuvo por configurada la infracción al artículo 2º de la resolución 7/02. 8º. Que, con respecto a la sanción aplicada, su determinación y graduación es atribución primaria de la autoridad administrativa, principio que sólo cede ante una manifiesta arbitrariedad (conf. Sala V, in re "Musso, Walter c/ Prefectura Naval Argentina», sent. del 27/05/97) En ese marco, toda vez que el monto de \$100.000 no aparece desproporcionado con relación a las faltas cometidas, la posición en el mercado de la empresa sancionada, la existencia de antecedentes firmes -según se desprende de fs. 245- y demás circunstancias del caso, como ser que la publicidad apareció en uno de los periódicos de mayor tiraje en el mercado, se concluye en que el importe de la multa no resulta arbitrario y debe ser confirmado. 9º. Que, en virtud de las consideraciones precedentes se desestima el recurso y se confirma la disposición 85/14 en todos sus términos. Las costas se imponen a la recurrente vencida al no advertirse motivos para apartarse del principio general dispuesto en el art. 68 del CPCCN. 10º. Que, de conformidad con lo dispuesto en los artículos 6º, 7º, 19- por analogía con lo dispuesto en los artículos 37 y 38- y concordantes de la ley 21.839; y habida cuenta de la naturaleza del juicio, la importancia de la cuestión debatida, su monto y la entidad de la labor desarrollada ante esta instancia originaria (conf. contestación de traslado a fs. 315/326), REGÚLANSE en las sumas de PESOS ... (\$...), PESOS ... (\$...) y PESOS ... (\$...) los honorarios de los doctores Sebastián D. Alanis, Pablo Di Iorio y Manuel Ignacio Sandoval, respectivamente, quienes actuaron por la dirección letrada y representación del Estado Nacional-Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación. A su vez, en atención al convenio de honorarios dispuesto en la resolución 138/2007 del Ministerio de Economía y Producción, denunciado en el punto VIII de la contestación del recurso de la actora (confr. fs.314/328), se redistribuirá el monto de los honorarios fijados a favor de los citados de la siguiente manera: Las sumas de PESOS ... (\$...), PESOS ... (\$...) y PESOS ... (\$...), corresponden a los doctores Sebastián D. Alanis, Pablo Di Iorio y Manuel Ignacio Sandoval. Respectivamente, profesionales que intervinieron por la parte demandada, los que deberán ser depositados a la cuenta que deberá abrirse a la orden de esta Sala y como correspondientes a estos autos en el Banco Nación Argentina. Por último, se aclara que las retribuciones que anteceden no incluyen el Impuesto Valor Agregado, monto que -en su caso- deberá ser adicionado conforme a la situación de los profesionales frente al citado tributo. Por todo lo expuesto, SE RESUELVE: 1) Confirmar la resolución recurrida, con costas (art. 68, CPCCN). 2) Regular los honorarios de la representación del Estado Nacional-Ministerio de Economía y Finanzas Públicas de la Nación del modo en que surge del considerando 10º de la presente. Se deja constancia que el señor Juez Rogelio W. Vincenti no suscribe la presente por encontrarse en uso de licencia (art.109, RJN). Regístrese, notifíquese y devuélvase. JORGE EDUARDO MORAN MARCELO DANIEL DUFFY Correlaciones: Decreto 1153/1997 - BO: 10/11/1997 000182E