



Poder Judicial de la Nación

CAMARA CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO
FEDERAL- SALA I

Causa n° 53698/2015 “Falabella SA c/ DNCI s/Lealtad Comercial
—Ley 22.802—art. 22”

Buenos Aires, de de 2017.- NRC

VISTOS; CONSIDERANDO:

I. Que la firma Falabella S.A. interpone recurso de apelación (fs. 74/78) contestado por el Estado Nacional —Ministerio de Economía y Finanzas Públicas— a fs. 88/95 contra la disposición n° 207 dictada el 14 de agosto de 2015 (fs. 66/71) por la que la Dirección Nacional de Comercio Interior (DNCI) le impuso una multa de setenta y cinco mil pesos (\$ 75.000), en razón de haber omitido informar el origen de los bienes publicitados, en oposición al artículo 8° de la resolución n° 7/02, reglamentaria de la ley 22.802.

II. Que las presentes actuaciones fueron iniciadas a partir de la publicidad aparecida en el diario “Clarín” (fs. 2) el 4 de agosto de 2012.

La Dirección de Lealtad Comercial observó (fs. 3 / 4) que en dicho aviso fue consignado, en primer lugar “El mejor descanso podes conseguirlo en Sodimac”. Más abajo se lee “Durante todo el mes de agosto 18 cuotas sin interés”. Al costado dice “Colchones y *sommiers*. Muebles de living, comedor, dormitorio y oficina. CMR Falabella”.

El organismo advirtió que no había sido indicado junto a los bienes publicitados su país de origen.

III. Que en sustento de su recurso, la apelante manifiesta que:

(i) El país de origen de los productos publicitados fue indicado en forma fehaciente e inequívoca con la utilización de la bandera argentina. La postura asumida por la autoridad de aplicación es rigurosa.

(ii) La finalidad de la norma legal no ha sido transgredida. Tampoco ha sido causado perjuicio alguno ni daño a los



consumidores. No puede tenerse por configurada la infracción imputada. Debe estarse al principio de la verdad jurídica objetiva.

(iii) En el supuesto de que se entendiese que existe responsabilidad en la infracción imputada, debería ser admitida la “doctrina de la bagatela”.

(iv) El *quantum* es desproporcionado. El importe de la multa establecida no condice con el hecho que dio origen al inicio del sumario, ni existe correlato con las circunstancias de la causa.

IV. Que el recurso no puede prosperar, habida cuenta de que:

1. Las normas aplicables son claras en su texto y no contemplan ningún tipo de excepción.

2. Se trata de la publicidad voluntaria de bienes y/o servicios dirigidos a potenciales consumidores, por lo que la oferente debe ajustar dicha actividad a las exigencias y prescripciones establecidas en las normas que la rigen (esta sala, causas “*List*”, “*Ideal Line*”, “*Telecom Personal*”, “*La Rural Viñedos y Bodegas S.A.*” y “*Compañía Argentina de Marketing SA*”, pronunciamientos del 14 de septiembre de 2014, del 26 de noviembre de 2015, del 16 de febrero y del 13 de septiembre de 2016 y del 7 de febrero de 2017, respectivamente).

3. La regulación de la actividad publicitaria persigue la finalidad de tutelar el derecho del consumidor a una información adecuada y veraz reconocido por la Constitución Nacional en el artículo 42 (esta sala, causas “*Emprendimientos y Desarrollo SRL*”, “*Industria Argentina del Descanso S.A.*”, “*Collins Automotores S.A.*”, “*Bridgestone Argentina SAIC*”, “*Ideal Line SRL*”, “*Armoraut S.A.*” y “*Río de la Plata Inmobiliaria S.A.*”, entre otros, pronunciamientos del 4 de junio y del 10 de octubre de 2013, del 21 de abril, del 9 de junio y del 26 de noviembre de 2015, del 31 de marzo y del 14 de junio de 2016, respectivamente).





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO
FEDERAL- SALA I

Causa n° 53698/2015 “Falabella SA c/ DNCI s/Lealtad Comercial
—Ley 22.802—art. 22”

4. La sola verificación de la omisión de la conducta impuesta en las normas invocadas por la DNCI –según una apreciación objetiva– es motivo suficiente para hacer nacer la responsabilidad. Tampoco se requiere de la producción de un daño concreto (esta sala, causas “*Volkswagen Argentina S.A.*”, “*Toot*”, “*INC S.A.*”, “*Falabella S.A.*”, “*Banco Macro S.A.*”, “*Telecentro S.A.*”, “*Fen Group*” y “*Cablevisión*”, entre otras, pronunciamientos del 21 de agosto, del 25 de octubre, del 8 de noviembre y del 6 de diciembre de 2012, del 19 de marzo de 2013, del 20 de mayo y del 9 de septiembre de 2014 y del 7 de julio de 2016, respectivamente).

5. Las argumentaciones que ensaya la recurrente no son idóneas para modificar la decisión apelada y deslindar su responsabilidad por las infracciones que se le imputan, a la luz de su obligación legal.

V. Que el argumento referente a la insignificancia de la falta investigada no puede ser admitido, máxime si para la configuración de este tipo de infracción no es necesaria la comprobación de algún daño al consumidor (esta sala, causa “*Panamer S.A.*”, pronunciamiento del 26 de mayo de 2016).

VI. Que la determinación y graduación de la multa es resorte primario de la autoridad administrativa, principio éste último que sólo cede ante un supuesto de arbitrariedad (esta sala, causas “*AMX Argentina*”, “*General Motors de Argentina SRL*”, “*Coto CICSA*”, “*Medicus S.A.*” y “*Los Cipreses*”, pronunciamientos del 6 de febrero, del 22 de mayo y del 27 de noviembre de 2014, del 22 de febrero y del 14 de junio de 2016, respectivamente).

El *quantum* no es arbitrario, en tanto el organismo ponderó diversas circunstancias, entre otros aspectos, la actividad



desarrollada por la firma infractora, su posición en el mercado, el medio de difusión empleado —Diario Clarín—, el tamaño de la publicidad (página completa) y su llamativo diseño a color y con fotografía de los colchones, el interés comprometido y el informe de antecedentes agregado a fs. 56/57.

Por lo expuesto, el tribunal RESUELVE: confirmar la disposición n° 207 dictada el 14 de agosto de 2015. Con costas a la vencida (artículo 68, primer párrafo, del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación).

En función de la naturaleza del proceso, su monto —que viene dado en el caso por el importe de la multa cuestionada en autos—, el mérito, la calidad y la extensión de la labor desarrollada a la luz del resultado obtenido, SE ESTABLECE en la suma de siete mil trescientos veinte pesos (\$ 7.320) los honorarios a favor del Dr. Nicolás Olivari por su intervención ejerciendo la representación procesal y la dirección legal de la demandada (artículos 6, 7, 9, 19, 37, 38 y demás concordantes de la ley de arancel para abogados y procuradores). ASÍ TAMBIÉN SE RESUELVE.

El Dr. Carlos Manuel Grecco interviene en la presente causa en los términos de la acordada n° 16/2011 de esta cámara.

Regístrese, notifíquese y, oportunamente devuélvase.

Clara María do Pico

Rodolfo Eduardo Facio

Carlos Manuel Grecco





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO

FEDERAL- SALA I

Causa n° 53698/2015 “Falabella SA c/ DNCI s/Lealtad Comercial
—Ley 22.802—art. 22”

Fecha de firma: 13/07/2017

Alta en sistema: 14/07/2017

Firmado por: DRA. DO PICO - DR. GRECCO - DR. FACIO -, JUECES DE CAMARA - SEC. HERNAN GERDING



#27526381#181657701#20170621113956343