



Poder Judicial de la Nación
CAMARA CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO
FEDERAL- SALA V

14390/2017

COTO CENTRO INTEGRAL DE COMERCIALIZACION SA c/ DNCI
s/DEFENSA DEL CONSUMIDOR - LEY 24240 - ART 45

Buenos Aires, de junio de 2017.- FR

VISTO Y CONSIDERANDO:

I.- Que, por medio de la Resolución nro. DI-2016-271-E-APN-DNCI del 6 de diciembre de 2016 la Directora Nacional de Comercio Interior le impuso a la firma Coto C.I.C.S.A. una multa de \$80.000 pesos, por infracción al artículo 8º de la Resolución nro. 7 del 3 de junio de 2002 de la ex Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor del ex Ministerio de Económica, de la Ley 22.802 de Lealtad Comercial.

Como fundamento, señaló que la firma sancionada había publicado en el diario Clarín del 19 de abril de 2014 un aviso en el que se publicitaron una serie de motocicletas sin indicar el país de origen de los productos junto a los bienes publicitados. Sostuvo que la publicación de precios es voluntaria, pero desde el momento que el oferente decidió consignar el precio de los bienes no tiene otra alternativa que someterse a la legislación aplicable en la materia. Destaca que la indicación del país de origen de la mercadería tiene como finalidad permitir una rápida comparación con los otros oferentes del mercado, y que, en el caso, se había acreditado que la empresa no incluyó esa información junto a los bienes publicitados.

II.- Que, contra tal disposición, la firma Coto C.I.C.S.A. interpuso el recurso de apelación de fs. 71/78vta., en los términos del art. 22 de la Ley 22.802, replicado por el Estado Nacional a fs. 99/112.

En cuanto interesa, sostiene que de la publicidad cuestionada surge que se encontraba “orientada a promocionar descuentos sobre las motocicletas mencionadas, todas de origen argentina, como se hallaba claramente especificado en letra legible y buena visibilidad”. Sostiene que el aviso era claro, y carecía de ocultamientos que pudieran inducir a error, engaño, o confusión a sus



potenciales clientes respecto del país de origen de los productos en oferta.

En tal sentido, entiende que la imputación formulada por la Dirección demandada configura un mero formalismo, y que en la Resolución aquí impugnada se omitió analizar de manera concreta las defensas opuestas por su parte.

En subsidio, cuestiona el monto de la multa impuesta por considerarlo irrazonable y arbitrario con relación a las circunstancias de la causa y las pautas que deben tenerse en cuenta para su graduación, principalmente, la ausencia de un beneficio propio o un perjuicio a terceros, y la falta de antecedentes sancionatorios.

III.- Que a fs. 116/vta. dictaminó el Fiscal General ante esta Alzada respecto de la admisibilidad formal del recurso.

IV.- Que, en primer lugar, cabe recordar que el Tribunal no se halla obligado a seguir a la recurrente en todas y cada una de sus argumentaciones, sino tan sólo en aquellas que sean conducentes para decidir la cuestión planteada (cfr. Fallos 278:271; 291:390; 300:584, entre muchos otros).

V.- Que, en primer término, cabe destacar que en el artículo 8º, de la Resolución nro. 7 del 3 de junio de 2002 de la ex Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor del ex Ministerio de Económica, reglamentaria de la Ley 22.802 de Lealtad Comercial, se establece que “cuando se publiciten voluntariamente precios de bienes, muebles o inmuebles, o servicios, por cualquier medio (gráfico, radial, televisivo, cinematográfico, internet u otros), deberá hacerse de acuerdo con lo establecido en los Artículos 2º, 3º, y 4º de la presente resolución, especificando además junto al bien publicitado, la marca, el modelo, tipo o medida y país de origen del bien, debiendo precisar, en cada pieza publicitaria, la ubicación y el alcance de los servicios cuando corresponda, como así también la razón social del oferente y su domicilio en el país, o la indicación expresa de tal circunstancia cuando no la hubiere” (...).

Al respecto, cabe señalar que la ley de lealtad comercial y su reglamentación, mediante las exigencias que establecen, tienen como objetivo evitar que los consumidores, mediante indicaciones poco claras sean inducidos a error o falsedad en la





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO
FEDERAL- SALA V

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, con relación al consumo (art. 42 de la Constitución Nacional) (cfr. Fallos 324:1276, dictamen del Sr. Procurador Fiscal al que se remitió la Corte Suprema).

VI.- Que, al respecto, cabe señalar que de la simple lectura de la publicidad agregada a fs. 2 surge que la empresa sancionada no dio cabal cumplimiento a lo dispuesto en los reseñados artículos 8º de la mentada Resolución SCD y DNC nº 7/2002.

En tal sentido, si bien es cierto –tal como lo dice la recurrente– que al pie de la publicidad objetada se expresa que los bienes publicitados son todos de origen nacional, no lo es menos que tal mención no cumple con las pautas establecidas por la reglamentación vigente antes detallada. Ello, debido a que dicha información no se encuentra junto a los bienes ofertados (ni tampoco cuenta con la llamada necesaria para que el usuario o consumidor fácilmente pueda acceder a la información).

Es que la norma es clara al exigir que la indicación del país de origen del producto publicitado se encuentre junto al bien publicitado y que la información obligatoria dispuesta en la norma “se exhiba en caracteres tipográficos legibles, de buen realce, destaque y visibilidad, debiendo utilizarse para la indicación del país de origen caracteres de tamaño no inferior a los que se utilicen para colocar la denominación del producto y su marca”.

En tales condiciones, en autos, no puede tenerse por acreditado el cumplimiento de todos esos requisitos, lo que lleva al Tribunal a mantener la sanción al respecto (conf. doctr. de la Sala II, en autos “Taraborelli Automobile SA c/ DNCI – Disp 690/11 (Expte. S01:134880/09)”, del 30 de octubre de 2012).

A mayor abundamiento, cabe recordar que la primera fuente de interpretación de la ley es su letra, de la que no cabe apartarse cuando ella es clara, sin que sea admisible una inteligencia que equivalga a prescindir de ésta, pues la exégesis de la norma debe practicarse sin violación de sus términos o su espíritu (CSJN, Fallos: 330:2286 y sus citas); y cuando ella no exige esfuerzo en su hermenéutica debe ser aplicada directamente, con prescindencia de



consideraciones que excedan las circunstancias del caso expresamente contempladas por la norma (CSJN, Fallos: 311:1042).

VII.- Que, en lo atinente al monto de la sanción aplicada es dable señalar que, en numerosas oportunidades se ha dicho que la determinación y graduación de la misma es resorte primario de la autoridad administrativa, principio que solo cede ante una manifiesta arbitrariedad (conf. esta Sala in re “Musso, Walter c/ Prefectura Naval Argentina”, sentencia del 27.05.97). En efecto, no resulta exigible una exacta correspondencia numérica entre la multa y la infracción cometida, sino que es suficiente que la autoridad de aplicación realice una apreciación razonable de las diferentes circunstancias fácticas tenidas en cuenta para justificar la sanción, las que en el caso no ameritan apartarse de lo resuelto por la autoridad administrativa.

Por las razones expuestas, SE RESUELVE:

1) Rechazar el recurso interpuesto y confirmar la disposición apelada; 2) Imponer las costas a la vencida, en virtud del principio general de la derrota (art. 68 del C.P.C.C.N.); 3) Regular los honorarios del doctor Esteban Oscar Swit en la suma de 3.200 pesos, en su carácter de letrado patrocinante, y, 1.280 pesos al doctor Nicolás Olivari en su carácter de letrado apoderado de la parte demandada, en función de lo que fue materia de recurso, por su actuación ante esta instancia (artículos 6, 7, 8, 9, 14, 19 y ccetes. de la Ley Nº 21.839).

Regístrese, notifíquese y devuélvanse.

Jorge F. Alemany

Guillermo F. Treacy

Pablo Gallegos Fedriani

