



Poder Judicial de la Nación

CAMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO
CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO FEDERAL- SALA I
56.616/2017 “IRSA PROPIEDADES COMERCIALES SA c/ DNCI
s/LEALTAD COMERCIAL - LEY 22802 - ART 22”
Buenos Aires, de de 2018.- JEE

Y VISTOS; CONSIDERANDO:

I.- Que la firma IRSA Propiedades Comerciales S.A. interpone recurso directo (fs. 73/76), en los términos del art. 45 de la ley 24.240, modificado por el artículo 60 de la ley 26.993, contra la disposición n° 234/2017 (fs. 66/68) –replicado por el Estado Nacional (Ministerio de Producción) a fs. 100/108–, por la que la Dirección Nacional de Comercio Interior (DNCI) le aplicó la sanción de multa de pesos veinticinco mil (\$ 70.000), por haber incurrido en infracción a los artículos n° 7° de la ley 24.240 y n° 7° del decreto n° 1.789/94, reglamentario de dicha ley. Asimismo dispuso que la firma debe publicar la parte pertinente a su costa, de conformidad con el artículo 47, segundo párrafo, de la ley citada.

II.- Que para así decidir, la autoridad administrativa sostuvo que la firma en la publicidad aparecida en diario Clarín de fecha 12 de junio de 2014, consignó entre otras cosas las frases: “...Del 12 al 15 de Junio, con tu factura de compra de \$ 650 o más, te obsequiamos un vino RUCA MALEN... Promoción válida para compras realizadas en Abasto Shopping... del 12/06/2014 al 15/06/2014... o hasta agotar el stock disponible detallado a continuación lo que ocurra primero...”, “sin indicar la cantidad de productos disponibles con los que la firma cuenta para cubrir la oferta, ya que en ninguna parte de la pauta publicitaria se dispone el *stock* que aduce, por lo cual se desprendería, que la firma Alto Palermo S.A. no cumpliría con lo establecido en el art- 7° de la Ley 24.240 y art. 7° del Decreto N° 1789/94, reglamentario de la Ley 24.240, de Defensa del Consumidor. En consecuencia, al haberse realizado una publicidad que contiene limitaciones cuantitativas, sin informar cual era la cantidad de productos disponibles con los que se cuenta para cubrir la oferta, lo cual importaría la posible infracción al





Poder Judicial de la Nación

CAMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO
CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO FEDERAL- SALA I

56.616/2017 “IRSA PROPIEDADES COMERCIALES SA c/ DNCI
s/LEALTAD COMERCIAL - LEY 22802 - ART 22”
art. 7º de la ley 24.240 y art- 7º del Decreto 1789/94, reglamentario de
la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, ...” También se le ordenó
“publicar la parte dispositiva de la presente a su costa, de acuerdo a lo
establecido en el Artículo 47 de la Ley Nº 24.240, debiendo acreditar
dicha publicación en este expediente en el plazo de CINCO (5) días
hábiles ...”.

III.- Que la firma basó su recurso
en los siguientes agravios:

a. La publicidad de la oferta
vigente del 12 al 15 de junio de 2014 tenía una limitación (el
agotamiento de stock).

b. Los consumidores tenían la
posibilidad de consultar en el *stand* de la promoción ubicado en el
shopping, tenían acceso a la información de la publicidad, que era
gratuita, verídica y clara.

c. La publicidad no tuvo por
objeto persuadir a un público determinado la adquisición de un
producto determinado. La promoción del “Día del Padre” no estaba
condicionada en todo a la compra superior de productos por la suma
de \$ 650.

d. Se brindó a los consumidores la
posibilidad de acceder a las “bases y promociones de la promoción
por otros medios alternativos”.

e. El aviso publicitario no ha sido
engañoso para los consumidores. No se puede catalogar de
“publicidad engañosa” a un aviso de un concurso en el cual podían
anotarse gratuitamente las mujeres sin obligación de comprar ningún
producto.

f. No se ha generado daño ni se ha
inducido a error a los consumidores.





Poder Judicial de la Nación

CAMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO
CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO FEDERAL- SALA I
56.616/2017 “IRSA PROPIEDADES COMERCIALES SA c/ DNCI
s/LEALTAD COMERCIAL - LEY 22802 - ART 22”

IV.- Que el señor fiscal general dictaminó a favor de la admisibilidad del recurso (fs. 139 y vta.).

V.- Que la recurrente no ha demostrado con sus agravios que este tribunal deba declarar el acto administrativo impugnado como ilegítimo. En efecto, la firma no ofreció argumentos que demuestren idóneamente el desacierto de las consideraciones efectuadas por la autoridad de aplicación al imponer la sanción de multa.

Las normas aplicables son claras y no admiten ningún tipo de excepción. La exigencia de informar la cantidad de productos con que cuenta la firma para cubrir la oferta pone en cabeza del oferente la obligación de especificar la cantidad de vinos de la Bodega Ruca Malen disponible, en los términos del artículo 7º, inciso a), 2º párrafo, del decreto reglamentario nº 1.798/94. El oferente limitó la oferta “hasta agotar el stock disponible” sin indicar la cantidad que tenía para satisfacerla.

Ese recaudo de información fue incumplido, en detrimento de los intereses de quienes eran destinatarios del aviso, pues permitía al oferente restringir su respuesta ante una eventual demanda (esta sala, causa “*La Rural Viñedos y Bodegas S.A. c/ DNCI*”, pronunciamiento del 13 de septiembre de 2016).

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*” y “*La Rural Viñedos y Bodegas S.A.*”, pronunciamientos del 14 de septiembre de 2014, del 26 de noviembre de 2015, del 16 de febrero y 13 de junio de 2016, respectivamente).





Poder Judicial de la Nación

CAMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO
CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO FEDERAL- SALA I
56.616/2017 “IRSA PROPIEDADES COMERCIALES SA c/ DNCI
s/LEALTAD COMERCIAL - LEY 22802 - ART 22”

La regulación de la actividad publicitaria persigue la finalidad de tutelar el derecho del consumidor a una información adecuada y veraz reconocida por la Constitución Nacional en el artículo 42 (esta sala, causas “*Emprendimientos y Desarrollos S.R.L.*”, “*Industria Argentina del Descanso S.A.*”, “*Collins Automotores S.A.*”, “*Bridgestone Argentina S.A.I.C.*” y “*La Rural Viñedos y Bodegas S.A.*”, pronunciamientos del 4 de junio y del 10 de octubre de 2013, del 21 de abril y del 9 de junio de 2015 y del 13 de septiembre de 2016, respectivamente).

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, y tampoco se requiere de la producción de un daño concreto (esta sala, causas “*Volkswagen Argentina S.A. c/ DNCI – Disp. 795/10*”, “*INC S.A. c/ DNCI*”, “*Falabella S.A. c/ DNCI*” y “*Banco Macro S.A. c/ DNCI Disp. 219/11*”, “*Telecentro S.A. y otros c/ DNCI – Disp. 252/10*”, “*Fen Group S.A. c/ DNCI – Disp. 115/13*”, “*La Rural Viñedos y Bodegas S.A.*” y “*COTO CICSA*” entre otras, pronunciamientos del 21 de agosto, 8 de noviembre y 6 de diciembre de 2012, del 19 de marzo de 2013 y del 20 de mayo y del 9 de septiembre de 2014, del 13 de septiembre de 2016 y de 15 de octubre de 2017, respectivamente).

En mérito de las razones expuestas, el tribunal **RESUELVE**: Desestimar el recurso directo interpuesto por IRSA Propiedades Comerciales S.A. y, en su consecuencia, confirmar la Disposición D.N.C.I. n° 234/2017, con costas (art. 68, párrafo primero, del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación).





Poder Judicial de la Nación

CAMARA NACIONAL DE APELACIONES EN LO
CONTENCIOSO ADMINISTRATIVO FEDERAL- SALA I
56.616/2017 “IRSA PROPIEDADES COMERCIALES SA c/ DNCI
s/LEALTAD COMERCIAL - LEY 22802 - ART 22”

Regístrese, notifíquese y,
oportunamente devuélvase.

