

**Voces:** PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR - PUBLICIDAD ENGAÑOSA - MULTA - NON BIS IN IDEM - DEBER DE INFORMACIÓN - FIDEICOMISO DE INVERSIÓN

**Partes:** Alto Grande I S.A. c/ Defensa del Consumidor - Ley 26.361

**Tribunal:** Cámara Nacional de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo Federal

**Sala/Juzgado:** V

**Fecha:** 10-mar-2016

**Cita:** MJ-JU-M-98965-AR | MJJ98965

**Producto:** MJ

Se aplica una multa a una empresa por no cumplir con los recaudos de debida información respecto a la publicidad de bienes inmuebles establecidos por disposiciones de la ex Secretaría de Comercio.

**Sumario:**

1.- Corresponde aplicar una multa a la empresa que realizó un aviso publicitario de un bien inmueble en el que no se indicó el precio de contado en dinero en efectivo, el precio total financiado, la cantidad de cuotas, la tasa de interés efectiva anual ni la razón social y domicilio en el país del oferente - todos ellos requisitos exigidos por disposiciones de la Resolución 7/02 de la Secretaría de Comercio - aun cuando se trate de la figura de fideicomiso de inversión.

2.-No se viola principio constitucional non bis in idem toda vez que la actora fue dos veces sancionada por dos hechos similares realizados en períodos diferentes y no por un mismo hecho.

---

Buenos Aires, 10 de marzo de 2016

**VISTO Y CONSIDERANDO:**

I.-Que, por Disposición N° 153 del 30 de abril de 2014 (ver fs. 33/43) el Director Nacional de Comercio Interior impuso una multa de Pesos sesenta mil (\$ 60.000) a la firma actora ALTO GRANDE I SA; por infracción al artículo 8° (en concordancia con el 4°) de la Resolución Ex S.C.D. y D.C. N° 7/02, reglamentaria de la Ley 22.802.

II.-Que a fs. 47/50 apeló actora, el que fue contestado a fs. 73/87 por el Estado Nacional.

III.-Que conforme surge del aviso publicitario agregado a fs. 3 y de acuerdo a lo que pone de relieve la autoridad administrativa, la firma recurrente consigna en su publicidad la frase "ULTIMAS UNIDADES A PRECIO LANZAMIENTO.Ejemplo de Inversión Dpto. un AMB CONTADO U4S 30.068 (\$ 126.286) y Cuotas de U\$S 1.253 (\$ 5.263)", sin indicar el precio de contado en dinero en efectivo, el precio total financiado, la cantidad de cuotas y la tasa de interés efectiva anual, como así tampoco se indica la razón social del oferente y su domicilio en el país.

IV.-Que el citado art. 8º de la Resolución 7/02 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 (.) debiendo precisar en cada pieza publicitaria, (.) 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". Por su parte el Artículo 4º dispone que: "Cuando los precios se exhiban financiados deberá indicarse el precio de contado en dinero efectivo, el precio total financiado, el anticipo si lo hubiere, la cantidad y monto de las cuotas, y la tasa de interés efectiva anual aplicada, calculada sobre el precio de contado en dinero efectivo".

V.-Que a fs.47, la recurrente entiende que existe una violación del principio constitucional "non bis in ídem" en la medida que según afirma, ya fue sancionada por la misma publicación efectuada el 11/9/11, mientras que la de este expediente es la del 1/10/11. Es evidente que, no resulta aplicable en modo alguno el principio pretendido por la actora en la medida que se trata de dos publicaciones efectuadas en días diferentes por lo que no recibe dos sanciones por un mismo hecho sino dos sanciones por dos hechos similares, realizados en períodos diferentes.

VI.-Que se agravia también en cuanto al rechazo de la figura legal invocada (fideicomiso) en cuanto no existe aquí precio o precio final en la medida en que lo que se pretende es acreditar el valor de la inversión Aun cuando se admitiera lo expuesto por la actora, lo cierto es que la figura del fideicomiso, como tal y debidamente explicada en el aviso publicitario no cumple con el requisito de una información adecuada y veraz para el interesado.

VII.-Que tratándose de una oferta dirigida a consumidores indeterminados, resulta aplicable la Ley de Lealtad Comercial con sus modificaciones, siendo por lo tanto obligatorio para quien efectúa la oferta el cumplimiento de los requisitos que allí se establecen. Los requisitos que deben cumplirse son indicar el precio en moneda de curso legal, de contado en dinero en efectivo y correspondiente al importe total; la marca el, modelo, tipo o medida, país de origen, ubicación y alcance de los servicios y razón social y domicilio del oferente.

Tal reglamentación no excede ni vulnera el espíritu de la norma que reglamenta, pues se limita a explicar, cómo deben hacerse las aclaraciones en la publicidad para que tal oferta no induzca a engaños.Finalmente, cabe agregar, que la norma reglamentaria no estipula requisitos cualitativamente distintos a los establecidos en la ley, por lo que no existe exceso en el ejercicio de la potestad reglamentaria.

VIII.- Que se agravia también la demandada en cuanto a que la multa es exagerada y desproporcionada. En lo que se refiere al quantum de la sanción, es menester recordar que la determinación y graduación de las multas es resorte primario de la autoridad administrativa, principio que sólo cede ante una manifiesta arbitrariedad (conf. esta Sala in re: "Musso, Walter

c/ Prefectura Naval Argentina", sentencia del 27/05/1997). En efecto, no resulta exigible una exacta correlación 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 tenidas en cuenta para justificar la sanción; lo que se da en el caso de autos desde que la suma de \$ 60.000 para un emprendimiento inmobiliario como el de autos, no es desproporcionada en atención a la posición que la empresa ocupa en el mercado.

IX.-Que se agravia finalmente respecto de la inexistencia de la falta de información adecuada y veraz para el interesado, no es sino una mera afirmación de su parte que se ve desvirtuada por la propia lectura de la publicidad en cuestión. Por las razones antes expuestas, corresponde rechazar el recurso interpuesto por ALTO GRANDE I SA contra la Disposición Nro. 153/14, con costas.

Por su actuación ante esta Alzada se regulan los honorarios de la Dr. Marisa L. Gil, en su carácter de letrada patrocinante de la demandada, en la suma de (\$.), y los del Dr. Nicolás Olivari en su carácter de apoderado de la misma parte, en la suma de (\$.), respectivamente (Conf. Arts. 6, 7, 9 y concordantes de la Ley de Arancel).

Se aclara que dichos importes no incluyen suma alguna en concepto de impuesto al valor agregado, el cual deberá adicionarse en caso de que los profesionales acrediten su condición de responsables inscriptos.

Todo lo cual, ASÍ SE DECIDE.

Regístrese, notifíquese y devuélvase.

Pablo Gallegos Fedriani

Guillermo F. Treacy

Jorge Federico Alemany