

“PEÑAFLORES SA CONTRA GCBA SOBRE OTRAS CAUSAS CON TRAMITE DIRECTO ANTE LA CAMARA DE APEL.” RDC 3684/0 En la Ciudad de Buenos Aires, a los 04 días del mes de mayo de dos mil quince, reunidos en acuerdo los señores jueces de la sala II de la Cámara de Apelaciones en lo Contencioso Administrativo y Tributario de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, para dictar sentencia en los autos “Peñaflor S.A. C/ GCBA S/ otras causas con trámite directo ante la Cámara de Apel.” Expte. N°RDC3684/0, el tribunal estableció la siguiente cuestión a resolver: ¿Se ajusta a derecho la resolución apelada? Practicado el sorteo, resultó que la votación debía realizarse en el siguiente orden: señores jueces de Cámara FERNANDO E. JUAN LIMA, MABEL DANIELE y ESTEBAN CENTANARO. A la cuestión planteada el Sr. juez FERNANDO E. JUAN LIMA dijo: RESULTA: 1. Que Peñaflor Sociedad Anónima (en adelante, sumariado), a través de sus apoderados, interpuso recurso directo de apelación ante esta Cámara contra la disposición N°DI-2012-1088-DGDYPC dictada el 22 de mayo de 2012 por la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante, DGDYPC), en la cual se la sancionó con una multa por la suma de diez mil pesos (\$10.000), por la infracción a lo dispuesto en el artículo 2° de la resolución N°789/1998. Asimismo, se ordenó la publicación de la sanción en el diario La Nación y la rectificación de la publicidad que motivó la infracción en dicho medio. El sumario tuvo origen en la actuación de oficio iniciada por la DGDYPC a raíz de las publicidades de la firma “Trapiche” constatadas en el diario La Nación de los días 8, 18 y 30 de mayo de 2007 respectivamente y en la revista de La Nación del día 17 de junio de 2007, en las cuales “presuntamente se estaría violando la Resolución 789/98” (v. fs. 2). A su vez, se adjuntaron las publicidades a las que se hizo referencia en el acta labrada (v. fs. 3/6). 2. Que, ante ello, la DGPYDC le imputó —v. fs. 7/8 vta.— al sumariado la “...presunta infracción al artículo

2º de la Resolución N° 789-SICyM-98, toda vez que en las publicidades obrantes a fs. 3, 4, 5 y 6 la leyenda ‘BEBER CON MODERACIÓN. PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS.’, se encuentra consignada en un sentido de escritura distinto al de los bienes ofrecidos...” (v. fs. 8). Habida cuenta de ello, se corrió traslado de las imputaciones efectuadas al presunto infractor —v. fs. 8/8 vta.—, quien presentó oportunamente el respectivo descargo (fs. 10/22). Allí, manifestó que la finalidad de la resolución en cuestión fue que los destinatarios de las publicidades recibieran una adecuada información. Es por ello que consideró que cumplió con todos los extremos necesarios para posibilitar la “...apropiada comprensión y percepción del consumidor, no resultando razonable que la mera consignación de la Leyenda en un sentido de escritura distinto al de los bienes ofrecidos sea considerada por la Dirección como susceptible de imputación alguna” (v. fs. 14). En efecto, sostuvo que la leyenda se presentó en forma clara y visible, por lo cual no podría haber engaño, confusión o error alguno. Por otro lado, también consideró excesiva la imputación por haber consignado la leyenda exigida en la ley en un sentido de escritura distinto al del cuerpo principal de la publicidad (v. fs. 19). En este sentido, concluyó en que la leyenda fue incorporada claramente visible en la publicidad, “...sin inducir en modo alguno al error, engaño o confusión. De esta manera, se cumple con el objetivo perseguido por la Resolución 789...” (v. fs. 20). Por todo ello, solicitó que se lo eximiera de la imputación formulada y que no se le aplicara sanción alguna. 3. Que, a fs. 77/78 vta., obra el informe de la Subgerencia Operativa de Dictámenes (en adelante, Dictámenes). En primer lugar, destacó que la resolución N°789/1998 de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería de la Nación fue dictada “...a fin de asegurar la correcta publicidad de bienes y servicios” (v. fs. 77 vta.). En este contexto, estimó que “...la leyenda de advertencia obligatoria normada en el artículo 6º de la Ley 24.788, incluida en las 4 publicidades

analizadas, figura en forma vertical, contraviniendo lo normado en el artículo 2 de la Resolución N° 789-SICyM-98...” (v. fs. 77 vta.). Por su parte, ante lo alegado por el sumariado en su descargo, sostuvo que en el procedimiento llevado adelante no se juzgó la existencia de un daño, sino el cumplimiento de las disposiciones legales. Por todo lo expuesto, consideró verificada la infracción a lo dispuesto en el artículo 2° de la resolución N°789/1998 (v. fs. 78 vta.). En otro orden, a los fines de aconsejar respecto a la multa a aplicar, meritó lo dispuesto en el artículo 16 de la ley N°757. En particular, tuvo en cuenta el perjuicio resultante de la infracción para los potenciales consumidores, sumado al medio y días en los cuales se difundió la publicidad (v. fs. 78 vta.). Finalmente, determinó que, luego de analizar el descargo y la documentación aportada respecto a la fusión societaria del sumariado, correspondía sancionar a BVA S.A., toda vez que esta última absorbió a Trapiche S.A. (v. fs. 78 vta.). 4. Que, ante lo expuesto anteriormente, la DGDYPC dictó la disposición N°DI-2012-1088-DGDYPC —v. fs. 79/82—, en la cual se determinó la sanción de “...una multa de PESOS DIEZ MIL (\$10.000.-) a BVA SA por infracción al art. 2 de la Resolución 789-SICyM complementaria de la Ley 22.802 de Lealtad Comercial...”. A su vez, ordenó la publicación de la sanción en el diario La Nación en un plazo de treinta (30) días, bajo apercibimiento de incrementar la multa fijada de manera automática a la suma de veinte mil pesos (\$20.000) (conf. art. 18, 2° párr. de la ley N°757). Por otro lado, ordenó el cese de la difusión de la publicidad encontrada en contravención a las normas vigentes (conf. art. 3° de la disposición). Finalmente, en virtud de lo establecido en el artículo 17 de la ley N°757 y su respectivo decreto reglamentario N°714/2010, se dispuso la publicación de la rectificación publicitaria dentro de los diez (10) días hábiles de notificada la sanción, “...en la revista LNR del diario La Nación, en la edición correspondiente a un (1) día domingo, y en el diario La Nación, en las ediciones correspondientes a tres (3) días...”

(conf. art. 4º de la disposición). Para fundar la decisión tomada, la DGDYPC se remitió e hizo suyo los fundamentos y recomendaciones efectuados por Dictámenes. 5. Que, frente a ello, la sancionada interpuso recurso directo que obra a fs. 85/91 vta., el cual fue fundado en ese mismo escrito. Los agravios expresados por la parte pueden sintetizarse de la siguiente forma: a) la existencia de un vicio en la causa del acto administrativo recurrido; b) el soslayamiento por parte de la autoridad de aplicación de la finalidad perseguida en las normas, ya que la sanción habría sido dictada fuera del contexto legal; c) no se tuvo en cuenta la especificidad de la ley N°24.788, puesto que esta regula específicamente la publicidad de bebidas alcohólicas, no correspondiendo aplicar la resolución N°789/1998; d) la aplicación de las sanciones de publicación establecidas en los artículos 17 y 18 de la ley N°757; e) en subsidio, solicitó la reducción del monto de la multa aplicada. 6. Que, a fs. 168/172 vta., el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires (en adelante, GCBA) replicó la expresión de agravios de la actora, solicitando su rechazo, por los fundamentos a los que corresponde remitirse brevitatis causae. 7. Que, finalmente, a fs. 173 los autos pasaron al acuerdo. CONSIDERANDO: 8. Que, en primer lugar, cabe recordar que los jueces no se encuentran obligados a pronunciarse sobre todos los argumentos esgrimidos por las partes, ni a hacer referencia a la totalidad de las pruebas producidas, bastando que valoren las que sean “conducentes” para la correcta composición del litigio (confr. art. 310 CCAyT y Fallos: 272:225; 274:486; 276:132 y 287:230, entre otros). 9. Que, de manera preliminar, resulta oportuno determinar el marco normativo aplicable al caso. En primer lugar, es dable mencionar lo dispuesto en el artículo 42 de la Constitución Nacional, en donde se estableció que “[l]os consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económico; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo

y digno. Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos (...) La legislación establecerá procedimientos eficaces para la prevención y solución de conflictos...”. En el artículo 41 de la ley N°24.240 de defensa del consumidor (en adelante, LDC) se estipuló en sentido amplio sobre las autoridades de control de la mentada norma. En él se previó que “[l]a Ciudad Autónoma de Buenos Aires y las provincias actuarán como autoridades locales de aplicación ejerciendo el control, vigilancia y juzgamiento en el cumplimiento de esta ley y de sus normas reglamentarias respecto de las presuntas infracciones cometidas en sus respectivas jurisdicciones”. En el orden local, siguiendo el espíritu de la letra del artículo 42 de la Carta Magna, en la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante “Constitución Local” o “CCABA”), se estableció en su artículo 46 que “[l]a Ciudad garantiza la defensa de los consumidores y usuarios de bienes y servicios, en su relación de consumo (...) Protege la salud, la seguridad y el patrimonio de los consumidores y usuarios, asegurándoles trato equitativo, libertad de elección y acceso a la información transparente, adecuada, veraz y oportuna, y sanciona los mensajes publicitarios que distorsionen su voluntad de compra mediante técnicas que la ley determine como inadecuadas”. Con relación a las publicidades, en el artículo 9° de la ley N°22.802 se determinó que “[q]ueda prohibida la realización de cualquier clase de presentación, de publicidad o propaganda que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción de bienes muebles, inmuebles o servicios”. En este contexto, se dictó la ley N° 24.788, en cuyo artículo 6° se dispuso que “[q]ueda prohibida toda publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas, que: a) Sea dirigida a menores de dieciocho (18) años; b) Utilicen en ella a menores de dieciocho (18) años bebiendo; c) Sugiera que el

consumo de bebidas alcohólicas mejora el rendimiento físico o intelectual de las personas;

d) Utilice el consumo de bebidas alcohólicas como estimulante de la sexualidad y/o de la violencia en cualquiera de sus manifestaciones; e) No incluya en letra y lugar visible las leyendas ‘Beber con moderación’. ‘Prohibida su venta a menores de 18 años’. Por su parte, la Secretaría de Industria, Comercio y Minería, dictó la resolución N°789/1998. En el artículo 1° se fijó que “[q]uienes publiciten bienes y/o servicios por cualquier medio, deberán hacer constar la información exigida por las normas vigentes respetando las condiciones y modalidades establecidas por la presente resolución”. Finalmente, la Legislatura de la Ciudad sancionó la ley N°757, en donde se reguló el procedimiento administrativo para la defensa de los derechos del consumidor y del usuario en el ámbito local, incluso de aquellos que surjan de lo dispuesto en la ley N°22.802 de lealtad comercial (conf. arts. 1° y 2°).

10. Que, asentado lo anterior, cabe tratar el agravio referido a la nulidad del acto administrativo cuestionado por adolecer de un vicio en la causa.

10.1 Al respecto, el recurrente sostuvo que la disposición dictada no se ajustó a las constancias de autos ni al derecho vigente, dado que “...no constituye una aplicación razonada del derecho vigente al caso de autos; habiéndose omitido tener presente los argumentos expuestos en el descargo presentado oportunamente, del que se desprende que Grupo Peñaflor SA (anteriormente BVA) no ha infringido el Artículo 2 de la Resolución 789/98 de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería (...) ni ninguna otra norma vigente” (v. fs. 87 vta.). A su vez, destacó que cumplió con la resolución en cuestión toda vez que “...ha consignado la leyenda con caracteres no inferiores a 2 (dos) mm. de altura, en contraste de colores equivalente al de la mención del bien ofrecido, utilizando un tipo de letra fácilmente legible” (v. fs. 88 vta.).

10.2 Ante ello, es dable recordar que la causa primaria de todo acto administrativo radica en la juridicidad que proviene de la Constitución Nacional, a partir de la cual adquieren

significación para el derecho los hechos, las conductas y los restantes componentes normativos del ordenamiento. Es decir, la causa del acto se encuentra determinada por los antecedentes de hecho y derecho que motivaron su emisión. Así, se entiende que los antecedentes de hecho que se invoquen como causa del acto deben ser real y objetivamente comprobables, sin perjuicio de la discrecionalidad que tiene la Administración en cuanto a su apreciación, la que de forma alguna podrá ser arbitraria. En lo que respecta a los antecedentes de derecho, se sostiene que la validez de un acto administrativo individual consiste en la correspondencia de éste con el derecho objetivo vigente al momento de su dictado (conf. Julio R. Comadira, “El Acto Administrativo”, ed. La Ley, Año 2006, pág. 36/37). Así las cosas, la causa fue contemplada como un elemento esencial del acto administrativo, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 7° del decreto N°1.510/1997 de Procedimientos Administrativos de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (en adelante, LPACABA). En lo que aquí interesa, en el mentado artículo se estableció que el acto administrativo, con respecto a la causa, “[d]eberá sustentarse en los hechos y antecedentes que le sirvan de causa y en el derecho aplicable...” (inc. b). A su vez, en el artículo 14 de la LPACABA se fijó que “[e]l acto administrativo es nulo de nulidad absoluta e insanable, en los siguientes casos: (...) b) Cuando fuere emitido mediando (...) falta de causa por no existir o ser falsos los hechos o los derechos invocados; por violación de la ley aplicable; de las formas esenciales o de la finalidad que inspiró su dictado”. 10.3 En este punto, corresponde analizar el acto cuestionado por el sumariado. En primer lugar, es importante destacar que en el artículo 6° de la ley N°24.788 se estableció que “[q]ueda prohibida toda publicidad o incentivo de consumo de bebidas alcohólicas, que: (...) e) No incluya en letra y lugar visible las leyendas ‘beber con moderación’ ‘Prohibida su venta a menores de 18 años’”. En este sentido, en el artículo 2° de la resolución N°789/1998 se dispuso que “[t]oda

publicidad de bienes y/o servicios difundida a través de medios gráficos, deberá indicar la información alcanzada por el artículo anterior con caracteres tipográficos no inferiores a dos milímetros (2 mm.) de altura o, si ésta estuviera destinada a ser exhibida en la vía pública, el dos por ciento (2%) de la altura de la pieza publicitaria. La misma deberá tener un sentido de escritura idéntico y contraste de colores equivalente al de la mención del bien o servicio ofrecido y tipo de letra fácilmente legible”. Cabe recordar que en el artículo 1º del cuerpo normativo citado se dispuso que toda la información exigida en las demás normas legales debían ajustarse a lo previsto por esta resolución. En este contexto, el actor destacó en todo momento el cumplimiento de todas las condiciones mencionadas en la resolución excepto la referida al sentido de la escritura. Es decir, en cada oportunidad en la cual enumeró los requisitos cumplidos, omitió mencionar lo dispuesto al idéntico sentido de escritura (v. fs. 14 y 88 vta.). En virtud de ello, quedó demostrado en el expediente —v. fs. 3/6— que el sumariado no cumplió con lo establecido en el artículo 2º de la resolución N°789/1998, puesto que de las publicidades que motivaron la actuación de oficio de la autoridad de aplicación surge que la leyenda obligatoria prevista en el artículo 6º, inciso e) de la ley N°24.788 fue consignada de manera vertical, mientras que la mención del producto ofrecido fue dispuesto de forma horizontal. Así se tuvo en cuenta al momento de dictar el respectivo dictamen obligatorio —cuyos fundamentos hizo propios la DGDYPC al momento de emitir la disposición—, puesto que la conducta perpetrada por el sumariado fue contemplada y analizada por dicha repartición (v. fs. 77 vta./78). En las condiciones reseñadas, en relación con la acusada nulidad por falta de causa en el acto impugnado, cabe afirmar que las genéricas invocaciones de la recurrente resultan incapaces de desvirtuar la presunción de legitimidad propia de los actos administrativos, una de cuyas consecuencias consiste en que, ante un acto que no esté afectado de un vicio grave y manifiesto —como es

el caso de autos—, es necesario, para quien sostiene su nulidad, alegarla y probarla (conf. CSJN, 10/02/87, “Hernández, Jorge”, Fallos, 310:234, citado por Julio R. Comadira y Laura M. Monti, “Ley Nacional de Procedimientos Administrativos, anotada y comentada”, tomo I, Ed. La Ley, Buenos Aires, 2002, pág. 233). De este modo, el recurrente habría incumplido con las disposiciones legales mencionadas ut supra, lo cual constituye un antecedente de hecho y de derecho suficientes para imponer la multa objeto de autos. 11. Que, considerado válido el acto en cuestión, para un mejor tratamiento, cabe analizar en forma conjunta los agravios referidos a la falta de análisis de la publicidad en el contexto legal adecuado y la omisión en el tratamiento del desplazamiento de la aplicación de la resolución N°789/1998 por la especificidad de la ley N°24.788. 11.1 Ante ello, es dable recordar que la resolución N°789/1998 se dictó con la finalidad de garantizar el cumplimiento de la ley N°22.802 y demás normas que establecieron la obligatoriedad de consignar en las publicidades información esencial al consumidor. Es por ello que en los considerandos de la mentada resolución se expuso que “...el cumplimiento de las normas legales no debe agotarse en un mero formulismo, sino que deben satisfacer adecuadamente las necesidades que dieron origen a su dictado. Que en el caso de la información obligatoria o necesaria para el consumidor, ésta debe llegar a sus destinatarios en condiciones que posibiliten su apropiada percepción y comprensión”. En este sentido, en el plexo normativo se encuentra la ley N°24.788, en cuyo artículo 6° se prohibió toda publicidad que no incluya la leyenda “Beber con moderación”. “Prohibida su venta a menores de 18 años”. Habida cuenta de ello, en la resolución N°789/1998 se fijó la forma y el contenido de aquellas publicidades en las que se deba consignar la información exigida por las normas legales. 11.2 Por su parte, el sumariado sostuvo que la DGDYPC aplicó la resolución N°789/1998 “...fuera del contexto legal para el cual fue dictada y ese marco de aplicación, como bien

surge de los considerandos de la resolución se encuentra dado por la ley 22.802 y el artículo 9 de dicha ley” (v. fs. 89). Ahora bien, la resolución N°789/1998 tiene por finalidad garantizar al consumidor su derecho a ser informado de manera clara y precisa sobre los productos y servicios que se ofrecen (v. sala I in re “Telefónica Móviles Argentina S.A.(Disp. 2142/12) c/ GCBA s/ otras causas con trámite directo ante la Cámara de Apel.”, Expte. N°RDC 3746/0, del 05/06/2014). En este contexto, dicha resolución fue dictada en el marco de lo dispuesto por el artículo 9° de la ley N°22.802. En consecuencia, no podría sostenerse que la aplicación de la sanción impuesta en el sub lite se realizó sin tener en cuenta lo dispuesto en el mencionado artículo 9°. A diferencia de lo que planteó el actor, éste fue sancionado por no consignar la leyenda obligatoria dispuesta en el artículo 6° de la ley N°24.7488 en el mismo sentido de escritura que la restante información relacionada con el producto ofertado. En consecuencia, incumplió a una previsión específicamente contemplada en el artículo 2° de la resolución N°789/1998. Es por ello que se podría concluir en que el recurrente solo se limitó a discrepar con la sanción impuesta sin aportar argumentos que permitieran interpretar las normas de manera distinta a la forma en que se hizo. Por lo tanto, corresponde rechazar el agravio referido al contexto normativo en el cual se analizó la publicidad que motivó la sanción. 11.3 En cuanto al agravio referido a la especificidad de la ley N°24.788, el recurrente argumentó que dicha norma es “...de específica aplicación en materia de publicidad de bebidas alcohólicas. Por lo tanto, debe prevalecer la norma específica nacional de bebidas alcohólicas, por sobre lo que rige en materia publicitaria conforme a las normas de alcance general” (v. fs. 90, lo subrayado pertenece al original). Ahora bien, en el sub lite no debe perderse de vista que la resolución N°789/1998 es complementaria a la ley N°22.802, conformando de esta manera un bloque normativo. A su vez, se dictó con la finalidad de regular las informaciones obligatorias que

deberían constar en las publicidades, las cuales se encuentran reguladas en diversas normas dispersas en el ordenamiento jurídico. En este sentido, en los considerandos de la resolución N°789/1998, se expuso que “...numerosas normas legales establecen la obligatoriedad de consignar en las publicidades, emitidas por cualquier medio, información que resulta esencial para la salud, seguridad e interés de los consumidores y usuarios”. A raíz de ello, se podría colegir que la resolución en cuestión no se aplicaría de forma excluyente a las demás normas, por el contrario, aquella complementaría las diversas leyes que regulen la incorporación obligatoria de información esencial en las publicidades. En otras palabras, el dictado de la resolución tuvo en miras establecer los pormenores de todas las normas publicitarias, lo cual le daría el carácter complementario a dichas normas. En este contexto, el recurrente solo se limitó a manifestar su desacuerdo con la disposición dictada, sin explicar de forma concreta su agravio, lo cual no logra conmover lo dispuesto por la DGDYPC. Es por ello que considero que debe rechazarse el agravio en cuestión. 12. Que, determinada la procedencia de la sanción, corresponde dilucidar el agravio expuesto por el recurrente respecto al monto de la multa aplicada. En este sentido, criticó que la autoridad de aplicación le impusiera una multa excesiva y desproporcionada. Asimismo, sostuvo que la Administración no evaluó su condición de no reincidente, por lo cual, consideró que la multa impuesta resultaba excesiva. Al respecto, corresponde recordar que, en virtud del poder disciplinario propio de la Administración, la gravedad de las faltas cometidas en materia de apreciación discrecional, así como también la gradación de actos administrativos dictados en ejercicio de facultades disciplinarias, se limitan a controlar la legitimidad del comportamiento de la Administración dentro del orden jurídico y, en tanto no surja de la relación de proporción directa entre la sanción y la falta imputada una clara y manifiesta irrazonabilidad por parte de la autoridad de aplicación, estas decisiones no son

modificables (conf. C.Nac.Cont.Adm.Fed., sala IV, “Pugente, José c/ Estado Nacional” 16/03/83 y 10/03/87, “Korb, Hector Orlando y otro”, sala III, 04/10/88, “Vacchina, Oscar Armando”; sala II, 03/06/99, “Elías, Enrique c/ Facultad de Agronomía, LL Supl. Jur. Derecho Administrativo 03/07/00). Ahora bien, conforme a la naturaleza del caso, el marco normativo sobre el cual se basó la DGDYPC para fijar la multa cuestionada, está compuesto por los artículos 15 y 16 de la ley N°757 y por el artículo 47 de la ley N°24.240. Habida cuenta de ello, en el artículo 18 de la ley N°22.802 —previo a la reforma de la ley N°26.993— se estableció que “...[e]l que infringiere las disposiciones de la presente ley, las normas reglamentarias y resoluciones que en su consecuencia se dicten, será sancionado con una multa de \$ 100 a \$ 500.000”. En este sentido, en el artículo 15 de la ley N°757 se establece que “...[v]erificada la existencia de una infracción a cualquiera de las normas a las que resulte aplicable el procedimiento de esta Ley, quienes la hayan cometido se hacen pasibles de las sanciones previstas en las Leyes Nacionales de Defensa del Consumidor (24.240) y de Lealtad Comercial (22.802), sus modificatorias y demás disposiciones vigentes”. A su vez, del dictamen en el cual se basó la autoridad de aplicación para determinar la sanción, puede colegirse que se utilizaron las pautas de graduación fijadas en el artículo 16 de la ley N°757. Para ello, la DGDYPC consideró el perjuicio resultante de la infracción “...para los potenciales usuarios, quienes pudieron resultar perjudicados por la conducta descripta. Asimismo, considera el medio y día de difusión utilizado...” (v. fs. 78 vta.). En virtud de lo expresado y de las normas en las cuales se basó la DGDYPC para dictar la resolución cuestionada, estimo que la sanción no resulta desproporcionada toda vez que se encuentra dentro los mínimos y máximos fijados en las leyes anteriormente mencionadas y no ha sido demostrado cuál es el motivo que la torna irrazonable. Por ello, considero que el agravio referido a este punto debe ser rechazado. 13. Que, finalmente,

resta tratar el agravio referido a la inaplicabilidad de las sanciones de publicación del acto sancionatorio. 13.1 A fin de abordar el mencionado agravio, cabe recordar que en el artículo 17 de la ley N°757 se dispuso que "...se podrá imponer la sanción administrativa de contrapublicidad, al infractor que, a través de información o publicidad, hubiera incurrido en prácticas engañosas o abusivas". Por su parte, en el artículo 17 del decreto reglamentario N°714/2010 se estableció que la divulgación de la publicidad que motivó la infracción "...se realizará en el mismo medio (radio, T.V., gráfica, etc.) en que hubiere sido cometida la infracción, por idéntico período de tiempo y deberá contener: a. El aviso publicitario original y el respectivo mensaje contrapublicitario modificado conforme a derecho. En este sentido, deberá mencionarse en forma precisa y detallada el alcance de las inexactitudes u omisiones que oportunamente motivaron la infracción". Finalmente, en el artículo 18 de la ley N°757 se determinó que "[l]a resolución condenatoria dispondrá la publicación de su parte dispositiva, incluyendo el número y epígrafe del artículo infringido, a costa del infractor. Dicha publicación se hará efectiva en el cuerpo principal de los distintos diarios de circulación en la Ciudad de Buenos Aires...". 13.2 Asentado lo anterior, es oportuno mencionar que el sumariado sostuvo que "...la Dirección fund[ó] su disposición en la infracción al art. 2 de la resolución 789/98 y esta resolución establec[ió] expresamente que se aplicar[á]n las sanciones de la ley de lealtad comercial; pero para ordenar las publicaciones la Dirección aplic[ó] una resolución que no corresponde" (v. fs. 91). Asimismo, expresó que "...aun en el hipotético supuesto que la conducta de mi mandante viole alguna resolución, la Dirección [tuvo] claramente la facultad de no aplicar la sanción de contrapublicidad, que es altamente gravosa y desproporcionada para la supuesta infracción que se le imputa a mi parte" (v. fs. 91). Ahora bien, antes de ingresar al tratamiento específico de los agravios mencionados anteriormente, es importante recordar

que la publicación de la sanción no es una potestad de la autoridad de aplicación sino una condena accesoria. Así lo entendió la Corte Suprema de Justicia de la Nación al sostener que “...constituye una sanción accesoria insoslayable de aplicar, cualquiera fuere la sanción condenatoria principal y con prescindencia de la levedad o gravedad de la infracción cometida y sancionada. De no ser así –aplicable a todos los casos– el legislador hubiera incluido a la publicación como un inciso más de los enumerados en el artículo en ciernes [art. 47 de la ley N°24.240], convirtiéndola de ese modo en una sanción imposible de aplicar, junta o independientemente de las demás” (in re “Banco Bansud S.A. c/ Secretaria de Comercio e Inversiones”, del 30/05/2001). En el sub lite, la DGDYPC tiene la facultad de ordenar la publicación de la sanción impuesta, contemplada en el artículo 18 de la ley N°757, toda vez que la mentada ley fue dictada con el objeto de establecer el procedimiento administrativo para la implementación de los derechos de los consumidores contemplados reconocidos en la ley N°22.802, entre otras normas (conf. art. 1° de la ley N°757). Es por ello que nada obsta la aplicación de lo dispuesto en los artículos 17 y 18 de la ley N°757 a aquellos casos en los cuales se constate una infracción a las disposiciones estipuladas en la ley N°22.802 y demás normas complementarias. En este punto, el actor solo se limitó a manifestar que la sanción de publicación era inaplicable al caso, sin brindar argumentos que logren conmover lo dispuesto por la DGDYPC, por lo cual, corresponde rechazar el planteo en cuestión.

13.3 Con respecto a la contrapublicidad ordenada en el artículo 4° de la disposición N°DI-2012-1088-DGDYPC, esta fue dictada en el marco de lo dispuesto en el artículo 17 de la ley N°757. En este sentido, la resolución N°789/1998 — conforme surge de los considerandos— tuvo por finalidad garantizar la correcta y clara difusión de la información para que los consumidores puedan informarse. En efecto, dicha regulación tendería a evitar que las publicidades induzcan al error o al engaño, ya que se buscaría

preservar el derecho a la información veraz que posee el consumidor en general. En este contexto, recientemente se ha dicho que “...el derecho del consumidor tiene precisamente por objeto evitar que mediante indicaciones poco claras y engañosas o inexactitudes, los consumidores 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, finalidad que no se cumplió en la especie, por las circunstancias a que se ha hecho referencia” (conf. C.Nac.Cont.Adm.Fed., sala IV, “Falabella SA c/ DNCI s/ Defensa del Consumidor”, del 23/12/2014). Sin perjuicio de ello, cabe destacar que si bien en el artículo 17 de la ley N°757 se hace referencia a aquellas publicidades que hubieran incurrido en “...prácticas engañosas o abusivas”, en el decreto N°714/2010 se reglamentó este artículo. Allí se especificó el contenido de la contrapublicidad, el cual debería mencionar en forma precisa y detallada las “...inexactitudes u omisiones que oportunamente motivaron la infracción”. En este marco de ideas, la sanción en cuestión sería aplicable a aquellas publicidades que por inexactitudes u omisiones pudieran inducir al error o engaño de los potenciales consumidores. En el caso particular, se comprobó un incumplimiento a las disposiciones de la resolución N°789/1998, por la cual el actor publicitó un producto sin adecuarse a las especificaciones legalmente exigidas —en esta oportunidad, no haber consignado las leyendas obligatorias exigidas en el artículo 6° de la ley N°24.788 en el mismo sentido de escritura en el cual se mencionó el producto ofrecido—. A raíz de ello, la DGDYPC dispuso la publicación del aviso publicitario original y la contrapublicidad con las modificaciones conforme a derecho, es decir, con la leyenda “BEBER CON MODERACIÓN”. “PROHIBIDA SU VENTA A MENORES DE 18 AÑOS” en el mismo sentido de escritura al del bien ofrecido (conf. art. 4° de la disposición impugnada). De esta

forma, el recurrente no logró desvirtuar lo comprobado respecto a las inexactitudes en las que incurrió por no haber cumplido con lo dispuesto en el artículo 2º de la resolución N°789/1998. En consecuencia, corresponde rechazar el agravio referido a la publicación especificada en el artículo 17 de la ley N°757. En mérito de lo expuesto, y en caso de que mi voto fuese compartido, propongo al acuerdo que: a) se rechace el recurso interpuesto por la actora; b) se confirme la resolución N°DI-2012-1088-DGDYPC y, en consecuencia, la sanción impuesta a BVA S.A.; c); se disponga que las costas sean soportadas por la parte actora aquí vencida (confr. art. 62 CCAyT). Así voto. A la cuestión planteada la Sra. Juez MABEL DANIELE dijo: Adhiero al voto del juez FERNANDO E. JUAN LIMA. En mérito a la votación que antecede, el tribunal RESUELVE: 1) Rechazar el recurso interpuesto por la actora; 2) Confirmar la resolución N°DI-2012- 1088-DGDYPC y, en consecuencia, la sanción impuesta a BVA S.A.; 3) Imponer las costas a la parte actora aquí vencida (confr. art. 62 CCAyT). El Dr. Esteban Centanaro no suscribe la presente por hallarse en uso de licencia. Regístrese, notifíquese por secretaría a las partes y al Sr. fiscal ante la Cámara en su despacho y, oportunamente, devuélvase.