

Casos de Interés

Ley 22.802 de Lealtad Comercial

Conducta Reprochada: Publicidad engañosa.

El Caso de Telefónica Comunicaciones Personales S.A.¹

La firma Telefónica Comunicaciones Personales S.A. ("Unifón") fue sancionada por la Dirección Nacional de Comercio Interior por realizar una publicidad con capacidad para inducir a los consumidores a error, engaño o confusión respecto de la tarifa que sería aplicable a las llamadas realizadas desde la República Oriental del Uruguay.

La Norma

El artículo 9 de la Ley de Lealtad Comercial N° 22.802 dispone lo siguiente: "*Queda 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*".

Los Hechos

Las actuaciones se iniciaron con la denuncia de un particular contra Unifón por el anuncio publicitario de una promoción del servicio de *roaming* internacional para los clientes que realizaran llamadas internacionales desde Uruguay. Rezaba el aviso en cuestión: "Consumos *Roaming* Internacional. Si viaja a Uruguay, podrá realizar llamadas internacionales al precio del minuto de una llamada local hasta el 28-02-03 [...]".

² Disposición D.N.C.I. N° 59/2006, de fecha 17 de enero de 2006

Por cuanto esa pauta publicitaria se difundió en la República Argentina y las llamadas internacionales que el denunciante realizara en Uruguay fueron facturadas como llamadas locales de la República Oriental del Uruguay, esta autoridad entendió que la redacción del aviso –al no aclarar qué tarifas debían entenderse como locales, si las vigentes en Argentina o en Uruguay - tenía virtualidad suficiente para inducir a error, engaño o confusión a los consumidores.

En virtud de ello, se imputó a la firma por presunta infracción al artículo 9 de la Ley N° 22.802.

La Defensa

En su descargo, Unifón planteó la incompetencia de esta autoridad de aplicación para entender en la materia objeto de estas actuaciones, por tratarse de un asunto de la órbita de la Comisión Nacional de Comunicaciones.

Agregó que la publicidad cuestionada no contrariaba el artículo 9 de la Ley N° 22.802 en tanto establecía claramente como condición para acceder a la promoción realizar las llamadas internacionales desde Uruguay.

Cabe señalar que durante la tramitación del expediente el denunciante se presentó nuevamente, comunicando que había llegado a un acuerdo con Unifón y solicitó el archivo de las actuaciones.

La Sanción

En su disposición sancionatoria la autoridad de aplicación consideró que la cuestión previa de incompetencia planteada por la firma no resulta admisible, por cuanto es esta dependencia la autoridad de aplicación de la normativa de Lealtad Comercial.

Señaló que la circunstancia de que más de un organismo administrativo ostente facultades de contralor sobre un sector no contraviene el ordenamiento jurídico ni afecta derechos de los particulares, siendo que se encuentran claramente delimitadas las áreas de acción de cada una de ellas.

Respecto del acuerdo a que arribaran las partes durante la tramitación de estos autos, se señaló que –en vistas del carácter de orden público de la Ley N° 22.802- lo anterior no obstaba a la prosecución del procedimiento dirigido a determinar la configuración de una infracción a la norma referida y aplicar consiguientemente una sanción.

En punto a la aptitud del aviso de Unifón para inducir a los potenciales consumidores a error, engaño o confusión respecto de la tarifa local que se aplicaría a las llamadas promocionadas, la Dirección Nacional de Comercio Interior encontró que la infracción se hallaba claramente configurada en tanto se inducía al usuario a creer que el precio de la llamada local sería el correspondiente al país adonde contrató el servicio y recibió la información, es decir, la República Argentina y no Uruguay.

Agregó que, en el mismo aviso, había efectuado la aclaración pertinente en lo referente a los minutos consumidos en Paraguay, pero omitió hacerlo respecto de Uruguay, lo que fortalecía el criterio anterior.

La autoridad de aplicación remarcó que el derecho de los consumidores a recibir información veraz hace a la existencia de una saludable relación de consumo, pues sólo de ese modo el usuario puede evaluar el costo de oportunidad que implica la elección de determinado servicio y evitar estar atado a la suerte de haber hecho una buena elección.

Por todo lo expuesto, la autoridad de aplicación impuso a la firma TELEFÓNICA COMUNICACIONES PERSONALES S.A. la **multa de \$ 10.000** (diez mil pesos).

Conducta Reprochada: Falta de Certificación en Seguridad de Productos Eléctricos.

El Caso de Carrefour Argentina S.A.²

La empresa CARREFOUR ARGENTINA S.A. (“Carrefour”) fue sancionada por la Dirección Nacional de Comercio Interior por ofrecer al público productos sin que los mismos acrediten el cumplimiento de las exigencias de seguridad, a través de la certificación de seguridad que es de carácter obligatorio.

La Norma

El artículo 3 de la Resolución N° 92/1998, reglamentaria de la Ley de Lealtad Comercial N° 22.802, establece que: *“Los fabricantes, importadores, distribuidores, mayoristas y minoristas de los productos mencionados en el artículo anterior deberán hacer certificar o exigir la certificación del cumplimiento de los requisitos esenciales de seguridad mencionados en el Artículo 1° mediante una certificación de seguridad de producto, otorgada por un organismo de certificación acreditado por el Organismo Argentino de Acreditación (O.A.A.) conforme con el Decreto N° 1474/94. Esta certificación se implementará siguiendo el procedimiento y los plazos establecidos en el Anexo II que en 2 (dos) planillas forman parte de la presente resolución. Estos requisitos se considerarán plenamente asegurados si se satisfacen las exigencias de seguridad establecidas en las normas IRAM o IEC aplicables, correspondientes al equipamiento eléctrico considerado. Los productos certificados según lo establecido precedentemente ostentarán un sello indeleble que permita identificar inequívocamente tal circunstancia”.*

El artículo 1 de la misma norma señala que: *“Sólo se podrá comercializar en el país el equipamiento eléctrico de baja tensión que cumpla con los requisitos esenciales de seguridad que se detallan en el Anexo I en 2 (dos) planillas que forman parte de la presente resolución, considerándose comercialización toda transferencia aún como parte de un bien mayor”.*

Los Hechos

Las actuaciones se iniciaron con una inspección de oficio en uno de los locales de Carrefour, en la que se tomaron muestras del producto ficha macho con tierra 10A marca THRIVE –que se encontraba expuesto al público para su venta- y se requirió a la inspeccionada que acompañe la factura de compra y la declaración jurada (Formulario C) exigible de conformidad a lo dispuesto en la Resolución N° 92/1998.

En virtud de no haber presentado la documentación exigida en el plazo previsto, se le formularon los cargos por presunta infracción al artículo 3 de la Resolución N° 92/1998.

La Defensa

En su descargo, Carrefour planteó la nulidad del acta de inspección por imputar infracción al artículo 3 de la Resolución N° 92/1998.

Alegó asimismo la ausencia de perjuicio a los consumidores, por cuanto no había recibido quejas al respecto.

La Sanción

En su disposición sancionatoria la autoridad de aplicación consideró inoponible la nulidad alegada, por entender que la norma es clara al establecer los requisitos que debe cumplir el equipamiento eléctrico de baja tensión y las obligaciones exigibles a los sujetos pasivos de la Resolución. Agregó que el acta en cuestión había sido labrada de conformidad a lo previsto en el artículo 17 de la Ley de Lealtad Comercial N° 22.802, de modo que cabía tenerla por plenamente válida. En tanto Carrefour pudo ejercer su derecho de defensa con base en el acta impugnada, se rechazó el planteo deducido.

En efecto, indicó la Dirección Nacional de Comercio Interior que la Resolución referenciada prohíbe la comercialización de cualquier producto sujeto al régimen

de seguridad eléctrica que no cumpla con los requisitos esenciales de seguridad contenidos en esa Resolución y sus normas reglamentarias. Es obligación de todos los integrantes de la cadena de comercialización certificar o exigir la certificación del cumplimiento de tales recaudos.

La norma en cuestión previó su implementación gradual, en tres etapas, de las cuales a la fecha de practicarse la inspección en el local de Carrefour, se encontraba vigente la tercera.

La Dirección Nacional de Comercio Interior consideró probados los hechos de que Carrefour no exigió al proveedor del producto referido la documentación que acredita el cumplimiento de los requisitos esenciales de seguridad; así como que no lo hizo certificar por sí.

Expresó que el derecho a la salud y a la seguridad de los consumidores se encuentra consagrado constitucionalmente y la normativa de seguridad eléctrica aplica ese mandato superior, velando porque los productos de uso masivo lleguen a los consumidores y usuarios en condiciones tales de seguridad que su uso no acarree riesgos a su integridad ni a la de sus bienes.

Con referencia a la ausencia de perjuicio a los consumidores, manifestó la autoridad de aplicación que las infracciones como las verificadas en la inspección son de las denominadas *formales*, de tipo objetivo, que se configuran por la simple comisión sin que se requiera la producción de resultado alguno o intención de producirlo.

Por lo expuesto, la autoridad consideró plenamente acreditada la infracción al artículo 3 de la Resolución N° 92/1998, reglamentaria de la Ley N° 22.802, e impuso a la firma CARREFOUR ARGENTINA S.A. una **multa de \$40.000 (cuarenta mil pesos)**.

² Disposición D.N.C.I. N° 161/2006, de fecha 8 de febrero de 2006.