

## Jurisprudencia

Defensa del Consumidor - Deberes y Facultades del Juez - Mediación

**Tribunal:** Cám. Apel. Civil y Comercial de Mar del Plata

**Autos:** Iglesias, Karina P. y Otro/a c/Banco Frances BBVA SA y Otro/a s/Cumplimiento de Contratos Civiles/Comerciales

**Fecha:** 16-04-2015

1. Corresponde confirmar la sentencia que, en el marco de una causa sobre cumplimiento de contrato, resolvió que el reclamo contenido en la demanda debe ser sometido previamente al sistema de Mediación Previa Obligatoria regulado en la Ley Nº 13.951, en tanto si bien el recurrente alegó la ineficiencia de la mediación prejudicial respecto a los trámites que involucran a los derechos de los consumidores y usuarios, dicho planteo es una cuestión cuya valoración no corresponde al Poder Judicial sino que por el contrario debe ser canalizado a través de requerimientos al Poder Legislativo a los fines de que este regule de manera específica las condiciones de la mediación en conflictos en los que se debatan derechos del consumidor.
2. La Ley Nº 13.951 no es incompatible con el plexo normativo que garantizan los derechos de los consumidores, dado que tanto la mediación obligatoria como la Ley de Defensa del Consumidor Nº 24.240, garantizan derechos de idéntico rango constitucional, es decir el acceso a la justicia y los derechos del consumidor, por lo que no resultan normas incompatibles sino que configuran textos que se complementan, y en definitiva, la mencionada ley de mediación no hace más que regular una etapa del mismo proceso que tiende a garantizar al litigante común (ergo: también al consumidor) un rápido acceso a la solución del conflicto que atraviesa.
3. La mediación obligatoria proporciona una herramienta útil para lograr la solución del conflicto, sin tener que transitar la etapa de judicialización de la cuestión, por lo que al ser ese su fin, no puede considerarse en abstracto incompatible con los derechos de consumidores y usuarios.

[+ Texto completo](#)

## Jurisprudencia

Defensa del Consumidor - Multa - Resolución Administrativa - Derecho a la Información

**Tribunal:** Cám. Apel. en lo Contencioso Administrativo de Mar del Plata  
**Autos:** Unilever de Argentina SA c/Municipalidad de General Pueyrredón s/Pretensión Anulatoria  
**Fecha:** 13-02-2015

1. Corresponde declarar la ilegitimidad de la resolución mediante la cual se le impuso una multa a una empresa fabricante de un jabón líquido masculino por infracción al art. 4 de la Ley N° 24.240, en virtud de una publicidad de su producto en la cual se recreaba a un hombre que, luego de ducharse con un jabón sólido, se presentaba ante tres mujeres a las que proponía matrimonio y quienes rechazaban sucesivamente su oferta, para aparecer luego tomando otro baño con el jabón líquido promocionado de la marca, el cual le era aplicado por dos mujeres, en tanto no es posible sostener que el anuncio publicitario en cuestión tenga virtualidad objetiva para instalar en el común de los destinatarios la creencia de que la utilización de uno u otro tipo de jabón va a influir en el modo de pensar de un hombre, o en su mayor o menor éxito de cara a las relaciones con el sexo opuesto, máxime cuando cabe suponer que la masa de televidentes ha podido captar sin mayor dificultad el verdadero sentido del anuncio en cuestión, que a través de una exageración publicitaria, apela a la ficción y el humor para promocionar originalmente un producto y seducir a través de dicho medio al espectador.
2. La información (deber impuesto en el art. 4 de la Ley N° 24.240) es el medio que posibilita que el consumidor interesado en adquirir un determinado producto, pueda saber de boca del proveedor cómo deberá usar el mismo sin poner en riesgo su integridad física, sus bienes, ni el bien que adquirió.
3. La publicidad cumple una función diferente al deber de información de la LDC, en tanto se encuentra dirigida al público en general y consiste en promocionar un producto tratando de hacerlo atractivo, con la finalidad de seducir y atraer a la mayor cantidad de posibles consumidores, sin tener por fin ofrecer una descripción del producto, dado que solo se limita a atraer potenciales clientes.

[+ Texto completo](#)

## Jurisprudencia

Defensa del Consumidor - Multa - Derecho a la Información

**Tribunal:** Cám. Nac. de Apel. en lo Cont. Admin. Fed.  
**Autos:** Loreal Argentina SA c/DNCI s/Defensa del Consumidor  
**Fecha:** 31-03-2015

1. Corresponde confirmar la multa impuesta a una empresa que fabrica y comercializa cosméticos por haber publicitado una oferta sin informar su fecha de comienzo y finalización ni la cantidad de productos con los que contaba para cubrir dicha oferta, en tanto la empresa incumplió con lo establecido en el art. 7 de la Ley N° 24.240 y el art. 7 del Decreto N° 1798/1994, máxime cuando el derecho del consumidor es un sistema global de normas, principios, instituciones e instrumentos de implementación que tiene por finalidad garantizar a aquél una posición de equilibrio en sus relaciones con los proveedores de bienes y servicios.
  
2. El art. 7 de la Ley N° 24.240 establece que la oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados, obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones.
  
3. El art. 7 del Decreto 1798/1994 dispone que la oferta realizada fuera del lugar de comercialización debe contener siempre el plazo de su vigencia, y a su vez cuando el proveedor limite cuantitativamente su oferta de productos y servicios, debe informar la cantidad con que cuenta para cubrirla.