



**GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**  
**DIRECCION GENERAL DE DEFENSA Y PROTECCION AL CONSUMIDOR**

Buenos Aires,

Visto el Expediente N° 9.159/2005, correspondiente a los autos caratulados “ DEN 163-DLC-04, CTI MOVIL S/ PRESUNTA INFRACCION LEY 22.802 ”, el art. 64 de la Ley 24.240, la Ley 757 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Decreto 17-GCBA-2003 y;

**CONSIDERANDO:**

Que conforme a las facultades conferidas por los artículos 13, 14, 17 y concordantes de la Ley 22.802, la autoridad de aplicación procedió a iniciar una actuación de oficio contra la firma CTI PCS S.A. sita en la Avda. Figueroa Alcorta N° 3259, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

Que la referida actuación se inició a raíz de una publicidad realizada en la página 26 de la edición del “Diario Clarín” del día jueves 14 de Octubre de 2004, la cual se encuentra agregada a fs. 3;

Que a través de la pieza publicitaria en cuestión se promociona, con motivo del día de la madre, una oferta de dos teléfonos celulares (Nokia 1100 y Sagem XT) más 100 minutos gratis por cada teléfono al precio de ciento diecinueve pesos, de contado, sin que entre las precisiones que se consignan al pie de la misma, se haya consignado la fecha de inicio de la oferta;

Que con fecha 05 de Noviembre de 2004 se le imputó a la firma CTI PCS S.A., una presunta infracción al art. 1º de la Resolución N° 789-SICyM-98;

Que asimismo a través de la imputación “*ut-supra*” mencionada, se le notificó al sumariado que disponía de diez (10) días hábiles para constituir domicilio, presentar su descargo y ofrecer las pruebas que estimase corresponder en su defensa conforme el art. 9 de la Ley 757 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires

Que dicha imputación fue debidamente notificada en el domicilio de la Avda. Figueroa Alcorta N° 3259, Ciudad Autónoma de Buenos Aires, según constancia de diligenciamiento obrante a fs. 5;

Que a fs. 15, la sumariada presentó descargo dentro del plazo establecido por el art. 9 de la Ley 757 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;

Que la sumariada solicita en el Punto III que la imputación que diera origen al presente sea dejada sin efecto.

Que en su descargo, la infraccionada no argumenta razones eximentes que disculpen su actitud en contra de la norma regulatoria ;

Que la sumariada expresa textualmente :  
*“... mi mandante es una empresa de reconocido prestigio en el país y, entre las razones por las cuales ha logrado posicionarse en el mercado, se encuentra - precisamente –su compromiso con el cliente ... la responsabilidad con la cual esta Licenciataria desarrolla sus proyectos y objetivos, para demostrar que resulta improbable que exista una falta de “lealtad” de la compañía frente a sus clientes, a los potenciales consumidores o sus competidores...”;*

Que asimismo en su descargo argumenta:  
*“ ...La Ley de Defensa del Consumidor fue reglamentada por el Decreto N° 1798/1994 ... De la normativa citada se desprende que los comerciantes que realizan ofertas de productos o servicios estarán obligados a respetar dichas ofertas durante el tiempo en que se realicen. Las publicidades deben mencionar las fechas de comienzo y de finalización de la oferta y sus modalidades, condiciones o limitaciones ... Pero existen excepciones a este principio general. **El Decreto expresamente contempla que los comerciantes pueden omitir mencionar las fechas de comienzo y finalización cuando la oferta se realiza en el lugar donde los productos se comercializan ...**”; agregó asimismo que “...En el caso en análisis, CTI emitió una publicidad en el diario Clarín del día jueves 14 de octubre de 2004 ... De acuerdo con dicha publicidad, la oferta era válida para nuevas activaciones de planes en todo el territorio de la República Argentina, hasta el 17 de octubre de 2004 o hasta agotar stock de 300 unidades ... Los productos ofertados (teléfonos celulares) se comercializan en todo el territorio de la República Argentina, y se encontraban disponibles para los consumidores en todas las agencias CTI del país ...Por lo tanto, teniendo en cuenta que el Decreto 1798/94 permite omitir mencionar las fechas de comienzo y finalización cuando la oferta se realiza en el lugar donde los productos se comercializan, **es evidente que no existía obligación de incluir la fecha de inicio de la oferta en la publicidad...**”;*

Que de acuerdo con la imputación efectuada y los argumentos esgrimidos en el descargo, resulta necesario determinar si, para el caso en cuestión, la Resolución 789-SICyM-98 obligaba o no consignar la fecha de inicio de la oferta;



**GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**  
**DIRECCION GENERAL DE DEFENSA Y PROTECCION AL CONSUMIDOR**

Que la norma citada precedentemente demanda en supuestos como el que nos ocupa *"... hacer constar la información exigida por las normas legales vigentes respetando las condiciones y modalidades establecidas por la presente Resolución. Estos requisitos deberán hacerse extensivos a toda información de cuya omisión resulte que el mensaje publicitario de que se trate, pueda inducir a error, engaño o confusión acerca a sus destinatarios, de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción, de los bienes o servicios ofrecidos..."*.

Que las normas legales a tener en cuenta son el Decreto 1798/1994 y la Resolución 789-SICyM-98.

Que la sumariada debió cumplir con las disposiciones reglamentarias en vigor, y lo cierto e incontestable es que la publicidad difundida el día 14 de octubre de 2004 en el Diario "Clarín" no se ajustaba a los normado por el art. 1° de la Resolución 789-SICyM-98 complementaria de la Ley 22.802;

Que el derecho a la información bien puede ser planteado en el centro de los derechos sustanciales del consumidor, ya que le permitirá realizar elecciones bien fundadas, en este caso en el aspecto patrimonial;

Que el art. 46 de la Constitución de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires protege el patrimonio de los consumidores y usuarios, asegurándoles trato equitativo, libertad de elección y el acceso a la información transparente, adecuada, veraz y oportuna;

Que resulta indispensable a los fines de garantizar el derecho constitucional antes citado que quiénes publiciten productos y servicios lo hagan con las modalidades exigidas por la ley;

Que la Resolución de la Secretaria de Industria, Comercio y Minería N° 789-SICyM-98, fue dictada a fin de asegurar la correcta publicidad de bienes y servicios;

Que el artículo 1° de la Resolución N° 789-SICyM-98 determina que *"...Quiénes publiciten bienes y/o servicios por cualquier medio, deberán hacer constar la información exigida por las normas legales vigentes respetando las condiciones y modalidades establecidas por la presente Resolución. Estos requisitos deberán hacerse extensivos a toda información de cuya omisión resulte que el mensaje publicitario de que se trate, pueda inducir a error,*

*engaño o confusión acerca a sus destinatarios, de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción, de los bienes o servicios ofrecidos... ”.*

Que entre la información que las normas legales demandan, se encuentra la prevista por el artículo 7 de la Ley 24.240 el cual 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”;*

Que el artículo 7 del Decreto 1798/1994 reza que *“En la oferta de bienes o servicios realizada en el lugar donde los mismos se comercializan se podrán omitir las fechas de comienzo y finalización, en cuyo caso obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice. La oferta realizada fuera del lugar de comercialización deberá contener siempre el plazo de su vigencia.”*

Que en relación a la defensa argumentada por CTI PCS S.A. cabe señalar que la excepción prevista por el artículo precedentemente transcrito no resulta aplicable al caso que nos ocupa, en efecto, la propia norma se ocupa de aclarar que la oferta efectuada fuera del lugar de comercialización, como lo es la efectuada en un diario, deberá contener siempre el plazo de su vigencia. A mayor abundamiento la propia lógica de las transacciones comerciales indica la razonabilidad de dicha disposición, toda vez que cuando la oferta es efectuada en el mismo lugar en el que se comercializa el producto o servicio, existe una inmediatez entre el consumidor y el acceso a tal oferta, implicando ello, por el mismo hecho de su publicación en el lugar y la consecuente posibilidad de su retiro, que el bien o servicio se encuentra en ese momento a disposición del consumidor.

Que según manifiesta Ricardo Luis Lorenzetti en “Tratos previos, prácticas comerciales, marketing, publicidad, información “, página 160, *“... La inducción de conductas por medios de publicidad es un tema de la mayor importancia en el mundo actual, y un amplio campo de desarrollo en la responsabilidad civil. La publicidad puede actuar incentivando pulsiones inconscientes del individuo a los fines de orientarlo en determinado sentido, a lo cual se agrega la falta de información ...”;*

Que uno de los principales aspectos a cuidar por el legislador fue la vulnerabilidad del consumidor y su adecuada información mediante el deber de informar impuesto por las normas que rigen la materia, lo cual fue vulnerado en la ocasión en estudio por la infraccionada. Universalmente se le reconoce al consumidor el derecho a la información;



**GOBIERNO DE LA CIUDAD DE BUENOS AIRES**  
**DIRECCION GENERAL DE DEFENSA Y PROTECCION AL CONSUMIDOR**

Que “ ... todo régimen normativo que exige que la información sea, por ejemplo, cierta, real, veraz, objetiva, absoluta, completa, transparente, persigue la búsqueda de la voluntad real, consciente e informada del usuario, lo cual le ha de permitir desentrañar las ventajas y desventajas de la relación de servicio a la cual accede, permitiendo, tal extremo, que el usuario o el consumidor elija de modo racional y fundado ... La información es la piedra angular de todo sistema jurídico, ya que nadie puede obligarse a cumplir, ni tampoco puede defender aquello que no conoce, eso que no le ha sido informado de modo debido, integro, completo...”. ( La información, herramienta esencial de la relación de consumo. Por Flavio Ismael Lowenrosen) ;

Que la Resolución N° 1798/1994 en su art. 7° , al referirse al “lugar donde los mismos se comercializan” se está refiriendo claramente al lugar físico donde se publicita la oferta, es decir, en el caso en examen, los locales donde se comercializan los productos de la firma CTI PCS S.A. y no al ámbito regional, el cual resulta cubierto por la publicidad gráfica difundida en un Diario de amplia tirada ;

Que por lo expuesto queda demostrado que CTI PCS S.A., ha infringido el art. 1° de la Resolución N° 789-SICyM-98;

Que el sumariado no es reincidente en los términos de la Ley 22.802;

Que, con respecto al monto de la multa a aplicarse a la denunciada, “la Ley 22.802 establece los parámetros – máximo y mínimo - de la sanción de multa, cuyo monto debe ser graduado por el juzgado atendiendo a las circunstancias del caso, y al patrimonio del sancionado” (Sala B N° 654 F° 1182/7 año 1999 “Wall Mart Argentina S.A. - Herramientas Martin’s Cia.-Import Jen S.R.L.- Cia. Gillette de Argentina S.A. - Máquinas con C.I. & M.S.A. s/ inf. Ley 22.802” );

Que para la graduación del monto de la multa, en este caso, debe tenerse en cuenta los incumplimientos constatados y la potencialidad de los consumidores que pudieron resultar engañados por la conducta descripta , teniéndose en cuenta lo prescripto por el art. 16 de la Ley 757 (B.O. N° 1432 en todos sus términos;

Que en el caso en análisis debe evaluarse particularmente los efectos de la carencia de la información que debía incluirse en la pieza publicitaria; en tal sentido no debe perderse de vista que se trataba de una oferta efectuada puntualmente con motivo del “día de la madre”, ocasión en que las compras de tales productos se ven incrementadas notoriamente; asimismo que el stock disponible de unidades era de sólo trescientas, cantidad notoriamente escasa en relación a la naturaleza del producto, a la dimensión de las publicidades efectuadas en los dos diarios de mayor circulación y a la ya señalada mayor demanda en virtud de la fecha que se aproximaba;

Que resulta claro de tal modo, que la falta de precisión en la oferta realizada, evitó que los consumidores pudieran establecer una condición esencial de aquella, cual era la de si efectivamente el producto iba o

no a estar disponible, ya que se trataba de un stock absolutamente limitado que seguramente sería agotado al poco tiempo del comienzo de la oferta;

Que, en consecuencia, el ocultamiento de información suficiente y adecuado en la comercialización del producto ofrecido, el stock absolutamente limitado, el día especial para el cual se realizó - el día de la madre - , el medio masivo de difusión, cual es el "Diario Clarín" , han sido determinantes para la evaluación que llevó a la graduación de la multa impuesta;

Que la Ley 24.344 actualiza los montos de las multas previstos en la Ley 22.802;

Que la Procuración General de la Ciudad de Buenos Aires ha intervenido en los presentes actuaciones;

Que conforme surge del art. 2 de la Ley Nº 757 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el art. 2 del Anexo I del Decreto Nº 17-GCBA-2003 se ha designado como Autoridad de Aplicación de la Ley 22.802 de Lealtad Comercial, en el ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor;

Por ello, y en uso de las atribuciones legales conferidas por la Ley 22.802, la Ley Nº 24.240, la Ley Nº 757 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el Decreto Nº 17-GCBA-2003;

#### **EL DIRECTOR GENERAL DE DEFENSA Y PROTECCIÓN AL CONSUMIDOR DISPONE:**

Art. 1º.- Impónese la sanción de **una multa de PESOS OCHENTA MIL (\$ 80.000)** a CTI PCS S.A., titular del establecimiento sito en la Avda. Figueroa Alcorta Nº 3259, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, por infracción al art. 1º de la Resolución Nº 789-SICyM-98; la que deberá abonarse mediante depósito en el Banco de la Ciudad de Buenos Aires, en la cuenta Nº 200.226/4, dentro de los diez (10) días hábiles de notificada la presente, debiendo acreditar dicho pago en esta causa, dentro del plazo

precedentemente establecido. Asimismo, se le hace saber que el art. 15 del Decreto Nº 17-GCBA-2003 establece que dentro del mismo plazo previsto para interponer recurso de apelación, el infractor podrá acogerse al beneficio del régimen de pago voluntario de la multa, abonando el cincuenta por ciento (50 %) de la suma fijada.

Art. 2º.- Notifíquese fehacientemente al infractor lo dispuesto en la presente, en el domicilio constituido de la Avda. Figueroa Alcorta Nº 3259, de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires.

Art. 3º.- Proceda la infractora a **la publicación** de la presente disposición condenatoria conforme lo dispuesto por el art. 18 de la Ley Nº 757 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y el art. 18 del Anexo I del Decreto Nº 17-GCBA-2003 **en el diario La Nación, debiendo acreditar dicha publicación en este expediente en el plazo de diez (10) días hábiles a contar desde la notificación dispuesta en el artículo anterior. El incumplimiento del presente será pasible del incremento del monto de la multa aplicada, hasta el cien por ciento (100 %) de su valor.**

Art. 4º.- Regístrese. Cumplido archívese.

DISPOSICIÓN Nº  
Expediente Nº 9.159/2005  
gag

DGDYPC-2007