

Poder Judicial de la Nación
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil Sala K



"CLAPS ENRIQUE MARTIN Y OTRO C/ MERCADO LIBRE S.A. S/ DAÑOS Y PERJUICIOS"

EXPEDIENTE Nº 36.440/ 2010

JUZGADO Nº 47

En la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, a los 5 días del mes de octubre de 2012, hallándose reunidos los Señores Vocales integrantes de la Sala K de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil, a fin de conocer en el recurso de apelación interpuesto contra la sentencia dictada en los autos caratulados: **"CLAPS ENRIQUE MARTIN Y OTRO C/ MERCADO LIBRE S.A. S/ DAÑOS Y PERJUICIOS"**, el Tribunal estableció la siguiente cuestión a resolver:

¿Es justa la sentencia apelada?

Practicado el sorteo, resultó que la votación debía efectuarse en el orden siguiente: Sres. Jueces de Cámara Dres. Carlos A. Domínguez, Oscar J. Ameal y Lidia B. Hernández.

Sobre la cuestión el Dr. Domínguez dijo:

I.- Vienen estos autos a este Tribunal con motivo del recurso de apelación interpuesto contra la sentencia de primera instancia obrante a fs. 713/ 723, habiendo expresado agravios la actora a fs. 732/ 736. El traslado fue evacuado por el accionado "Mercado Libre SRL" a fs. 738/ 755 vta.

II.- **La sentencia.**

El primer sentenciante, si bien rechazó la demanda entablada por Enrique Martín Claps y Alejandro Javier Claps contra "Mercado Libre SRL", con costas, admitió condenar al citado como tercero, Sr. Hernán Paglia, a abonar a los actores la suma de \$ 3.500, con más intereses y costas, en concepto de daño emergente. También condena a Paglia a abonar al Sr. Enrique Martín Claps la suma de pesos 16.000 y al coactor Alejandro Javier Claps la suma de pesos 22.000 en concepto de daño moral.

USO OFICIAL

RA
LL
RCYS
EVALEBA

El decisorio recurrido resalta que de la confesional rendida por Enrique M. Claps surge que este reconoce que su hermano tuvo que declarar, expresamente que leyó, entendió y aceptó todos los términos y condiciones generales del uso del sitio web.

Reconoce que su hermano tenía pleno conocimiento de que la operación de compra y venta de las entradas era ejecutada por su cuenta, era realizada bajo su propio riesgo, de que el usuario vendedor registrado en "Mercado Libre" era el creador del anuncio clasificado, que se trata de una relación entre el vendedor y Mercado Libre, su hermano tenía pleno conocimiento de que Mercado Libre no es el propietario de los productos que se ofrecen en los anuncios clasificados en su sitio Web, que su hermano tuvo que tomar contacto con el citado como tercero para poder comprar las entradas al recital, que debió acordar directamente los términos del negocio con el Sr. Paglia, que debió pagar directamente el precio de las entradas a éste, que recibió directamente las entradas del recien señalado, que se vinculó contractualmente con el vendedor de las entradas, Mercado Libre no intervino en la operación de compra venta.

Se analiza el informe de naturaleza informática por el cual en el sistema propuesto por "Mercado Libre SRL" se tiene en cuenta la participación de dos sujetos, uno es el vendedor y otro el comprador.

Agrega que el vendedor debe estar registrado en el sistema, debe contar con una cuenta de correo electrónico, por medio del cual se realizan contactos con la demandada, debe consignarse nombre y apellido, recepción de mail de la cuenta de correo informado, el comprador debe estar registrado en el sistema, cada usuario conoce y acepta ser el exclusivo responsable por los artículos que publica para su venta, por las ofertas y compras que realiza, para comprar es necesario estar registrado.

Los compradores no realizan pagos a Mercado Libre, no se brinda ningún tipo de garantía, no garantiza la veracidad de la publicidad de terceros que aparece en el sitio.

Señala que el hermano de los actores, el Sr. Patricio Andrés Claps, adquirió en el portal de la demandada las entradas para el espectáculo musical de Gustavo Ceratti, pero que los beneficiarios de dichas entradas eran los accionantes.

Poder Judicial de la Nación
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil Sala K



Dada la fecha de la compraventa de entradas estaba vigente la ley 24.240. Luego analiza sobre la irretroactividad o no de la ley 26.361 dictada a posteriori del evento. Merita que no cabe dudas que la ley no se aplica retroactivamente, pero se debe partir de la aplicación inmediata aún a las consecuencias, o sea, que la nueva ley rige para los hechos que están en fieri o en curso de desarrollo al tiempo de su sanción y no para las consecuencias de los hechos pasados, no existiendo impedimento que se aplique para los juicios pendientes, pues las leyes se aplican a partir de su entrada en vigencia aún a las consecuencias de las relaciones y situaciones existentes, no pudiendo interpretarse que la aplicación del art. 3 del Código Civil, importa hacer extensivos sus efectos en forma retroactiva.

Aplicando el art 1º de la ley 26.361, respecto del contrato celebrado, lo considera de consumo, actuando los reclamantes como usuarios o consumidores, como consecuencia de que estos pretendían usar las entradas como destinatarios finales.

Dado lo señalado, evalúa que se está ante la presencia del contrato de consumo, como beneficiarios del mismo, siendo equiparados en la condición de consumidores, siendo beneficiarios de la adquisición, señalando que eran ellos, o sea los actores, los que iban a usar el producto adquirido de las entradas para el espectáculo musical, resultando claro por lo expuesto, de que los actores tienen el carácter de consumidores como beneficiarios de la adquisición, como destinatario final de la adquisición efectuada por el hermano de los actores.

Al desarrollar las circunstancias fácticas, deja constancia que una serie de entradas, el Sr. Paglia las ha ofertado en "Mercado Libre SRL". Ellas primariamente eran vendidas por la empresa "Ticketek" a través de una agente de esa empresa, la Sra. Gisele Cacciola, que si algún usuario inocente aceptaba su oferta, recibía las entradas requeridas con sus respectivos tickets fiscales, que luego eran entregadas a los compradores.

La productora del espectáculo musical informó sobre entradas denunciadas como sustraídas en la oficina de Ticketek. Que si bien varias personas intentaron ingresar con esas entradas, fueron demoradas y detenidas, entre ellos los actores. Si bien se sospechó que la Sra. Cacciola distribuyó las entradas sustraídas, como no se pudo determinar el verdadero acontecer se resolvió que tanto los actores, la Sra. Cacciola como el Sr. Paglia fueran sobreseídos en la causa penal.

USO OFICIAL

El expediente penal evidencia la endeblez del sistema, pero considera lícita la compra efectuada por internet, obtenidas del usuario Paglia. Menciona que la sustracción se concretó por la inseguridad de la empresa vendedora al tenerlas en un cajón sin llaves y dada la cantidad de personas que trabajaban en la época del suceso. Le achaca al Sr. Paglia que, aún que pudiera desconocer la procedencia ilícita de los tickets, la ofreció por Internet. Por parte del vendedor eran sustraídas, siendo ello ignorado por los compradores.

El sentenciante indica que no hay acto antijurídico por parte de "Mercado Libre SRL", ya que el ofrecimiento de servicios se efectúa mediante el ingreso de las personas a una cuenta personal, mediante apodo y clave de seguridad. Que el responsable es el que se presenta como usuario-vendedor. Los interesados hacen su ofrecimiento de compra. Que la citada demandada permite poner a disposición de los distintos usuarios un espacio virtual que les habilita a comunicarse mediante internet para encontrar una forma de vender o comprar servicios o bienes. Sostiene que Mercado Libre SRL no es propietario de los bienes o servicios ofrecidos, que no los ofrece en venta, que no forma parte de la negociación contractual y no interviene en el perfeccionamiento del acto jurídico bilateral de contenido patrimonial. Que por ende no es responsable y los usuarios efectúan dichas operaciones bajo su propio riesgo. Consecuentemente, la relación de consumo ha existido entre los usuarios que actuaron como vendedores y compradores, pero no Mercado Libre SRL. Que esa es la metodología del comercio electrónico que se ofrece, ya que solo actúa como prestador de servicios, por lo que libera de responsabilidad a la empresa "Mercado Libre SRL".

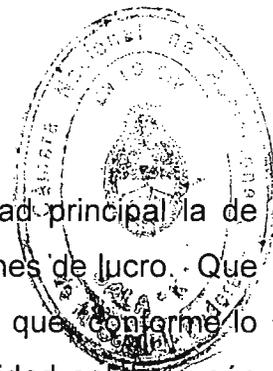
Seguidamente desarrolla la conducta de Paglia y lo condena a resarcir a los actores las indemnizaciones pertinentes por daño emergente y moral.

Considera que no corresponde aplicar el régimen del art 52 bis de la ley 26.361, dada la naturaleza del incumplimiento obligacional, la confusa metodología de la sustracción y venta de las entradas que no puede imputarse al Sr. Paglia como concededor de ello.

III.- Los agravios.

Únicamente apela la actora, centrandó en cuestionar la exclusión de responsabilidad de "Mercado Libre SRL" en los términos de la Ley de Defensa al Consumidor.

Poder Judicial de la Nación
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil Sala K



Deja constancia que la demandada tiene como actividad principal la de ofrecer servicios, que por ser una sociedad lo realiza con fines de lucro. Que no interesa si participa del perfeccionamiento del contrato, ya que conforme lo normado por el art. 40 de la ley 26.361 tiene responsabilidad solidaria aún cuando "se presta servicios".

También se agravia porque señaló la responsabilidad de la demandada a tenor del art 1.113 del Cód. Civil al concurrir los cuatro presupuestos de responsabilidad. El daño cierto -que fue admitido por el sentenciante-, el factor de atribución, la relación de causalidad y la antijuricidad.

Que la atribución de la responsabilidad emana del tipo objetivo en relación a los daños que se han causado derivados de su actividad. Que las entradas fueron adquiridas a través del servicio prestado por la demandada, lo que reafirma la relación de causalidad. Que la falta de diligencia de ésta en las operaciones que se realizan, constituye el elemento de antijuricidad.

Otro de los agravios es la ausencia de falta de imposición de daños punitivos a la codemandada "Mercado Libre SRL" Que, por lo antes mencionado le cabe la aplicación del art 52 bis de la ley de Defensa al Consumidor y, como último agravio, la imposición de costas decidida por la desestimación de la demanda contra Mercado Libre SRL.

A fs. 738 contesta "Mercado Libre SRL" el traslado de las quejas vertidas por la actora.

Aquella sostiene la inaplicabilidad de la ley 26.361, ya que el hecho sucedió el 15 de junio de 2006. Que conforme la ley vigente a la fecha del hecho esta se debe regir conforme lo legislado por la ley 24.240 . Consecuentemente los actores no son consumidores ya que quien ofertó y compró fue su hermano y no los actores.

Sin perjuicio de la falta de legitimación que le imputa a los actores solicita la deserción del recurso ya que solo se reitera argumentos antes invocados sin ninguna novedad argumental que cumpla con lo normado por el art 265 del C. Procesal.

Desarrolla sobre la relación que existió entre el hermano de los actores y la demandada, uno como usuario, otro como titular del sitio web de Mercado Libre. La otra de compraventa que vinculó al hermano con un tercero que fue el vendedor de las entradas. Que Mercado Libre no fue parte en dicha relación. Reitera los argumentos vinculantes que motiva el sentenciante para desligar de

USO OFICIAL

responsabilidad a ésta. Resalta la independencia de las relaciones entre los diversos intervinientes, como así que el art. 40 también norma que se liberará total o parcialmente a quien demuestre que la causa del daño le ha sido ajena. Que ello es justamente lo que se aprecia en el evento en estudio.

Que tampoco existe responsabilidad en los términos del art. 1.113 del Cód Civil, ya que las relaciones entre los usuarios y la demandada son independientes y distintas, por lo que no existe nexo causal, ni es de aplicación la teoría del riesgo creado, por que en algún supuesto la responsabilidad tiene origen en la culpa o negligencia que indica el art. 1.109 del Cód Civil. Tan es así que no se denuncia ni señala cual ha sido la conducta omisiva que la demandada no realizó para sostener la seguridad del servicio que presta.

Sostiene la improcedencia de los daños punitivos, ya que no resulta aplicable la norma en cuestión por la irretroactividad de su vigencia, a más de no concurrir los elementos de viabilidad de su requerimiento.

Por último, pide se mantenga la imposición de costas con motivación en los principios que indica el art. 68 del C. Procesal.

Corresponde al respecto recordar que en la sustanciación del recurso de apelación el cumplimiento de sus requisitos debe ponderarse con tolerancia, mediante una interpretación amplia que los tenga por cumplidos aún frente a la precariedad de la crítica del fallo apelado, directiva que tiende a la armonía en el cumplimiento de los requisitos legales y la aludida garantía de la defensa en juicio y delimitar restrictivamente el ámbito de las sanciones que importan pérdida o caducidad de los derechos del apelante (conf. CNCiv., sala E, del 24/9/74, LL 1975-A-573; íd. Sala G, del 10/4/85, LL 1985-C-267; conf. CNEsp. Civ. y Com. Sala I, del 30/4/84, ED 111-513).

Teniendo en cuenta ello y dado que en las expresiones de agravios en cuestión si bien se advierte un apartamiento parcial por parte de las recurrentes a los principios fijados en el art. 265 del Ritual, se tratará cada uno de ellos.

Los Magistrados no están obligados a ponderar una por una y exhaustivamente todas las probanzas, ni seguir a las partes en todos y cada uno de los argumentos que esgrimen en resguardo de sus pretensos derechos, pues basta que lo hagan respecto de las que estimaren conducentes o decisivas para resolver el caso, pudiendo preferir algunas de

Poder Judicial de la Nación
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil Sala K



las pruebas producidas a otras u omitir toda referencia a las que estimaren inconducentes o no esenciales.

La demandada intenta introducir a fs. 738 vta. cuestiones que deben conceptuarse como agravios respecto de la sentencia en estudio.

La alzada está sujeta a un doble juego de limitaciones, impuestas a partir del sistema dispositivo procesal, en el caso, porque no puede resolverse sobre capítulos no puestos a la decisión del inferior por aplicación del principio de congruencia -arts. 34, 163, 164 y 277 del CP-; por otro, porque no puede resolver sobre cuestiones que no constituyeron materia de los agravios expresados por el apelante, si bien la Cámara es el verdadero juez del recurso en torno al juicio de admisibilidad definitivo de la apelación.

Lo apelable es la decisión que contiene la sentencia, aunque, naturalmente, al entablarlo se diga que se recurre de ésta. Los considerandos, es decir, la parte en que el juez funda su decisión, no son directamente apelables; la confutación se produce al contestar la expresión de agravios, o en el memorial.

En primer término se ha de considerar si la demandada "Mercado Libre SRL" resulta comprendida en los términos del art. 2° de la ley 24.240, como en la 26.361. Se menciona a las personas física o jurídicas de naturaleza pública o privada que desarrollan de manera profesional "...actividades .. presten servicios a consumidores o usuarios..." y en la ley 26.361 se enuncia "... actividades... comercialización de bienes y servicios destinados a consumidores o usuarios...". Dentro del concepto de proveedor les cabe a los distribuidores de bienes y servicios. Es la actividad que permite poner al alcance de un número potencial de clientes los bienes y servicios que otros producen. Farina define el concepto de distribuidor: El párr. 1 del art 2° utiliza esta expresión, que debe entenderse referida a todos los que, sin ser productores o importadores, se insertan en la red de comercialización organizada por éstos para llevar sus productos al mercado, a fin de ponerlos al alcance de los consumidores y usuarios (conf. J.M. Farina; Defensa del Consumidor y del Usuario, 4° ed, pag.91).

Tal como señala Juan M. Farina en "Defensa del consumidor y del usuario" (pág. 84), en referencia al carácter de proveedor enunciado por la ley, que ésta no expresa, es aquel que haciendo de ello su "profesión" sino "de manera profesional", lo cual significa que una persona reviste esta condición cuando ejerce una actividad con relevante capacidad y aplicación para

lograr óptimos resultados, la que puede desempeñarse como profesión habitual del sujeto u ocasionalmente es decir "por ocasión o contingencia". La frase "aun ocasionalmente" alude, pues, a quienes ofrezcan y vuelquen bienes o servicios al mercado en determinada oportunidad, sin hacer de ello su profesión habitual.

Se debe entender que la demandada no está excluida de la categoría de proveedor. Por lo que está obligado frente a los actores hasta el momento mismo en que éste haga efectiva la prestación que le es debida. Ello implica que responderá en caso de que la prestación no llegue a cumplirse. Sin perjuicio de conservar para sí las acciones de regreso, que estime le corresponda, contra todas las personas que participaron en el acto jurídico objeto de litis.

La legitimación de los actores emana de un contrato de consumo y como beneficiarios del mismo, siendo equiparados en la condición de consumidores, siendo beneficiarios de la adquisición. Eran los actores los que iban a usar el producto adquirido de las entradas para el espectáculo musical, resultando claro, por lo expuesto, que los actores tienen el carácter de consumidores como beneficiarios de la adquisición, como destinatarios finales de la concretada por su hermano.

Como lo ha expresado mi distinguido colega de Sala, Dr. Oscar J. Ameal, en la causa N° 87.489/ 06 "Cavallo Carina Alejandra y otros c/ Sidelsky Daniel Leonardo y otros s/ daños y perjuicios". La extensión del concepto encuentra sólido respaldo en la idea de relación de consumo introducida por el art. 42 de la C.N., noción que en modo alguno cabe circunscribir a la figura contractual y que abarca a todas las circunstancias que rodean o se refieren o constituyen un antecedente o son una consecuencia de la actividad encaminada a satisfacer la demanda de bienes y servicios para destino final de consumidores y usuarios -Farina, "La relación de consumo (a propósito del art. 42 CN)" en JA 1995-I-886-.

Así, a partir de la reforma constitucional de 1994 y la consagración del art. 42, aun antes de las reformas introducidas por la ley 26.361, el elemento activante del régimen tuitivo del consumidor había dejado de ser el contrato de consumo, pasando a serlo una figura mucho más amplia como lo es la relación de consumo. En tal entendimiento, desde dicha oportunidad, siempre que se estuviera ante una relación de consumo en cualquiera de sus etapas, debía aplicarse el sistema de protección del consumidor sin importar la existencia o no de un vínculo contractual ("La

Poder Judicial de la Nación
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil Sala III



consistencia de los daños punitivos” por Federico Alvarez Larroca Rev. LL del 7/4/2009; Lorenzetti Ricardo L. “Consumidores”, Editorial Rubinzal Culzoni, 2003, pág. 74).

El objetivo de la norma debe interpretarse con esa amplitud, criterio que se refuerza con lo expresado por el art. 3, en su párrafo segundo, en cuanto dispone que la ley se integra con las normas generales y especiales, aplicables a las relaciones de Consumo y que en caso de duda sobre la interpretación de los principios que la misma establece, deberá prevalecer la más favorable al consumidor (Farina, ob. cit., págs. 44/45), siendo que el art. 43, párr. 2° de la Const. Nac. prohíbe especialmente efectuar discriminaciones en esta materia, lo cual descalifica cualquier interpretación que coloque a una persona fuera del amparo brindado por el derecho del consumidor y usuario en la llamada relación de consumo (ob. cit. Pág. 54).

En efecto, la postura de la demandada resultaría contraria a los principios de responsabilidad objetiva que la normativa le impone a todos los sujetos mencionados en el art. 2, como además así lo establecen los últimos párrafos de los arts. 10 bis y 17, según los cuales el consumidor puede reclamar por daños y perjuicios, sin tener que probar que el vendedor conocía o debía conocer los vicios o defectos de la cosa vendida (Farina, ob. cit. p. 275).

Es decir, que el consumidor siempre tiene la posibilidad de deducir la acción por indemnización de daños y perjuicios.

Resulta importante destacar que, para los supuestos como en estudio, se debe establecer la responsabilidad objetiva y solidaria de toda la cadena que integra el proceso de compraventa, sin perjuicio de las acciones de regreso existentes entre los legitimados pasivos, incluyendo así tanto al otro codemandado como a otros que interprete pertinentes, debiendo recalcarse que la culpa de un tercero por quien no se debe responder (como eximente de responsabilidad), no puede ser la de los otros codeudores solidarios mencionados en la norma.

Se establece así un régimen de responsabilidad objetiva con fundamento en el riesgo y el beneficio económico empresario, cuando el daño es producido por el vicio o riesgo del bien o del servicio, que enmarca a toda clase de vicio o defecto de la cosa incluidos los que enmascaraban a las entradas vendidas.

USO OFICIAL

La pericial efectuada a fs. 553, donde el experto manifiesta un detalle pormenorizado de cómo funciona el sistema y su relación causal entre las partes, incluyendo a la demandada, permite extraer valiosas conclusiones para dilucidar la existencia del daño y sus responsables. A fs. 574 indica que en el caso que la venta se haya concretado, Mercado Libre, le factura al vendedor la comisión de la venta, que fue pactada en el momento de la publicación del artículo. O sea, que el "servicio" que presta la accionada resulta de beneficio económico para sí.

Hay un cargo por publicación y un cargo por venta. Mercado Libre lucra, no solamente con el espacio que proporciona a los usuarios, sino con las operaciones que ellos realizan allí. Por ende se advierte que deviene inconsistente los fundamentos esgrimidos por ésta para eximirse de responsabilidad. No se limita a ofrecer un espacio virtual, sino que especula con las transacciones que se concreten.

A partir de esa comisión que se deduce de las ventas, los usuarios vendedores establecen la formación del precio del producto. Las comisiones señaladas son utilizadas como base del cálculo para establecer el precio final. Se trata de un negocio complejo, que se integra por la cesión de un espacio publicitario clasificado, y por la percepción de comisiones de venta. La renta de la demandada depende, no solamente del espacio publicitario que ofrece, sino de que la venta se concrete. Por lo tanto, es equívoco que no lucre como intermediario de la comercialización de bienes.

Nos encontramos frente a un contrato "electrónico", al que se le aplicarán las mismas reglas generales que a todos los contratos, y si ellos -además- integran una relación de consumo, serán regidos por los principios contenidos tanto en la ley 24.240, como en la 26.361. Una vez constatado que se usa el medio digital para celebrar, cumplir o ejecutar un acuerdo, estamos ante un "contrato electrónico"... Estando en presencia de un contrato, se aplican las reglas generales en cuanto a la capacidad, objeto y efectos, que están en cada sistema legislativo (conf. R. L. Lorenzetti, "Comercio Electrónico", ed Abeledo Perrot, 201, pág. 174/5).

El argumento defensivo expuesto por la demandada tampoco es eficiente para desobligar a la denunciada. El sistema de comercio por medios electrónico, lejos de atenuar la responsabilidad de los proveedores que lo utilizan, agrava sus obligaciones porque presupone el uso de una tecnología que exige un mayor conocimiento de su parte.

Poder Judicial de la Nación
Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil Sala X



Se ha dicho que “En estos casos, hay empresas que actúan profesionalmente y consumidores que no son expertos, en los que la distancia económica y cognoscitiva que existe en el mundo real se mantiene en el mundo virtual. Podríamos afirmar que no sólo se mantiene, sino que se profundiza...Debe tenerse en cuenta también que la tecnología es cada vez más compleja en su diseño, pero se presenta de modo simplificado frente al usuario, ocultado de este modo una gran cantidad de aspectos que permanecen en la esfera de control del proveedor. Puede afirmarse que la tecnología incrementa la vulnerabilidad de los consumidores, instaurado en un trato no familiar.” (LORENZETTI, ob.cit., página 220 y 222.)

El hecho de no ser ni propietario ni poseedor de los productos que se comercializan en su espacio virtual no lo exime de responsabilidad, como tampoco quedaría eximido un distribuidor comercial que vende productos que previamente debe adquirir, sea o no propietario de esos bienes.

Lo cierto es que Mercado Libre interviene -y por ende es responsable- desde el mismo momento en que, creando una apariencia, logra atraer para sí la confianza de sus clientes. Y, precisamente, esa confianza constituye la fuente primaria de sus obligaciones. También lo es de sus ganancias. Sea cual sea el argumento que se tome, no es discutible que Mercado Libre es un intermediario que integra una cadena comercial y, siendo tal, será solidariamente responsable con los otros sujetos integrantes de esa red. “Se puede afirmar que el intermediario provee servicios y que como tal es solidariamente responsable juntamente con el resto de los integrantes de la cadena de prestación.” (LORENZETTI, ob. cit. página 291).

En tal orden de ideas, cabe admitir la queja haciendo extensiva la condena por daños y perjuicios a “Mercado Libre SRL”

La actora solicita se aplique a la demanda “Mercado Libre SRL” las sanciones punitivas que dispone el art 52 bis de la ley 26.361

Se ha definido al daño punitivo como las “sumas de dinero que los tribunales mandan a pagar a la víctima de ciertos ilícitos, que se suman a las indemnizaciones por daños realmente experimentados por el damnificado, que están destinados a punir graves inconductas del demandado y a prevenir hechos similares en el futuro” (Pizarro, Ramón D., “Derecho de Daños”, 2º parte, La Rocca Buenos Aires, 1993, pág. 291 y ss.).

La multa civil o daño punitivo procede en supuestos de graves inconductas

USO OFICIAL

que afectan derechos ajenos, circunstancia que en este caso no se alcanza a configurar.

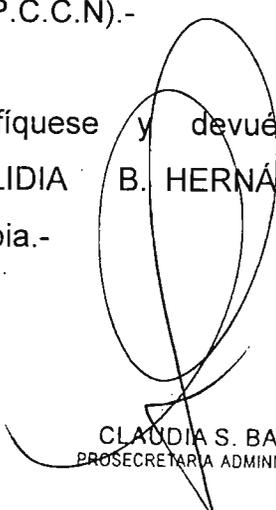
En función de lo expuesto y si mi voto es compartido, propongo al Acuerdo: 1) Modificar la sentencia apelada admitiendo la demanda que por daños y perjuicios promovieran los actores contra "Mercado Libre SRL", haciendo extensiva la condena respecto a los resarcimientos indemnizatorios admitidos, 2) Imponer las costas de ambas instancias a la demandada vencida (art. 68 del C.P.C.C.N).

El Dr. Ameal y la Dra. Hernández por las consideraciones y razones aducidas por el Dr. Dominguez, votan en igual sentido a la cuestión propuesta. -

///nos Aires, de octubre de 2012.-

Y visto lo deliberado y conclusiones establecidas en el Acuerdo transcrito precedentemente, por unanimidad de votos el Tribunal decide: 1) Modificar la sentencia apelada admitiendo la demanda que por daños y perjuicios promovieran los actores contra "Mercado Libre SRL", haciéndole extensiva la condena respecto a los resarcimientos indemnizatorios admitidos, 2) Imponer las costas de ambas instancias a la demandada vencida (art. 68 del C.P.C.C.N).-

Regístrese, notifíquese y devuélvase. CARLOS A. DOMINGUEZ - OSCAR J. AMEAL - LIDIA B. HERNÁNDEZ - RAQUEL ELENA RIZZO (SECRETARIA). Es copia.-



CLAUDIA S. BASILE
PROSECRETARIA ADMINISTRATIVA