

CÁMARA 4° DE APELACIONES CIVIL Y
COMERCIAL CÓRDOBA
PROTOCOLO DE AUTOS

TOMO:.....V.....

FOLIO:.....

SECRETARÍA: María A. Singer Berrotarán

AUTO NÚMERO: 492

Córdoba, veintinueve de diciembre de dos mil dieciséis.-----

Y VISTO:-----

El recurso de apelación deducido por Mercado Libre S.R.L., en estos autos caratulados "**MERCADO LIBRE S.R.L. C/ DIRECCION DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR Y LEALTAD COMERCIAL - REC. APEL. C/DECISIONES AUTORIDAD ADM. O PERS. JURIDICA PUB. NO ESTATAL (CIVIL) - EXPTE. N° 2715652/36**", contra la Resolución n° 185, dictada el 17de agosto de 2014 por el señor Director General de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial de la Provincia de Córdoba, mediante la cual resolvió: "**Artículo 1°: IMPONER** la sanción de multa prevista en el Art. N° 47 inc. b) de la Ley Nacional N° 24.240 graduada en la suma de **PESOS VEINTE MIL (\$20.000)** a la firma MERCADO LIBRE S.R.L. - CUIT N° 30-70308853-4, con domicilio constituido a los efectos legales en calle Alvear N° 81, 4° piso de la Ciudad Córdoba ha infringido los art. 4, 9, 11, 13 y 34 de la ley 24.240 de Defensa del Consumidor, importe que deberá ser depositado en el Banco Córdoba S.A., a la orden de la Dirección General de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial, dependiente del Ministerio de Industria, Comercio, Minería y Desarrollo Científico Tecnológico - Cta. N° 3360/6, Sucursal 900 - Pagos Oficiales - (Defensa del Consumidor - Lealtad Comercial - Cuenta Especial), debiendo acreditar dicho depósito en el plazo de diez (10) días hábiles, debiendo adjuntar copia del comprobante extendido por el Banco. La falta de pago de la multa impuesta, al quedar firme la presente resolución, hará que la misma sea exigible por vía de

ejecución.- **Artículo 2°: IMPONER** a la firma MERCADO LIBRE S.R.L. - CUIT N° 30-70308853-4 la publicación, a su costa, del texto condenatorio de la presente Resolución, de acuerdo al modelo que se acompaña y al considerando pertinente, la que deberá efectuarse en el suplemento principal del diario "La Voz del Interior" del día domingo, con caracteres tipográficos no inferiores a 2 mm., debiendo acreditar su cumplimiento acompañando a este expediente constancia de la solicitud y/o emisión por el diario indicado y el recorte del periódico con la publicación efectiva dentro del plazo de diez (10) días hábiles de notificado. El incumplimiento de la publicación o falta de acreditación de su cumplimiento hará pasible de sanción a la firma mencionada precedentemente, por infracción al Art. 47 de la Ley 24.240 y a los fines de efectuar la publicación a su costa. **Artículo 3°: PROTOCOLÍCESE,** comuníquese, notifíquese debidamente al interesado, remítanse y archívese. Fdo.: Dr. Andrés Federico Varizat, Director General de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial, Ministerio de Industria, Comercio, Minería y Desarrollo Científico y Tecnológico."-----

Expresados los agravios en la sede anterior, oído el señor Fiscal de Cámara y desechada la posibilidad de producir prueba en esta sede, los autos quedaron en condiciones de ser pasados a resolución.-----

Y CONSIDERANDO:-----

I. Una consumidora compró un par de zapatillas a través de Mercado Libre, y recibió unas usadas y en caja de otra marca,

CÁMARA 4° DE APELACIONES CIVIL Y
COMERCIAL CÓRDOBA
PROTOCOLO DE AUTOS

TOMO:.....V.....

FOLIO:.....

SECRETARÍA: María A. Singer Berrotarán

por lo que efectuó la denuncia en la Dirección de Defensa del Consumidor.-----

Luego de los trámites de ley, se impuso a Mercado Libre la sanción que impugna en sede jurisdiccional.-----

II. La impugnante aduce que en la imputación no se incluyó el supuesto del art. 13 de la ley de defensa del consumidor, pese a lo cual se lo tuvo en cuenta a la hora de imponer la sanción.-----

Además de lo dicho, el eje de la defensa consiste en que su parte no participó en la venta, sino que la actividad de su parte se limita a publicitar la oferta, y a contactar a compradora y vendedora, sin que por ello pueda imputársele responsabilidad alguna.-----

Alega que su parte sólo realiza una prestación de un servicio de "clasificados", tal como los que se realizan tradicionalmente, pero a través de un portal de Internet. El hecho de cobrar un precio por la publicación y/o cobrar otro precio por las transacciones llevadas a cabo -prosigue- no importan participar en la compraventa, de modo que la ajenidad en esta última justifica -a su entender- la revocación de la sanción.-----

Cuestiona la aplicabilidad del precedente "Claps..." por contener una doctrina diametralmente opuesta a la de la C.S.J.N. que no admite la responsabilidad objetiva.-----

Afirma la inexistencia de infracción a los arts. 4, 9, 11, 13 y 34 del estatuto consumeril, dado que su parte no es proveedora.-----

De ello se deriva, afirma, la nulidad de la decisión administrativa y una punición irrazonable.-----

III. Atendiendo a la censura relativa a la falta de congruencia entre la imputación y la sanción, por falta de invocación del art. 13 del estatuto consumeril en la primera, y más allá de cualquier otra consideración, es dable señalar que tal norma establece la responsabilidad solidaria entre quienes participan en el negocio jurídico de venta, de modo que no contiene un supuesto de hecho que permita sostener una sanción.-

Se trata del establecimiento de una consecuencia legal, que se deriva luego de configurarse alguno de los supuestos previstos en las demás normas, por lo que la falta de mención no constituye vicio alguno susceptible de provocar la revocación de lo decidido.-----

IV. En lo demás, es preciso establecer si es posible vincular causalmente a la apelante con la venta efectuada por un tercero, y cuyos déficits provocaron la denuncia.-----

En este aspecto, coincidimos con la visión expuesta por el señor Director de Defensa del consumidor, pues resulta innegable que quien pone a disposición de vendedores y compradores un sitio web, cobra por publicitar y por la concreción de la operación, deviene responsable en los términos del estatuto consumeril.-----

En efecto, la operación no podría haberse concretado sin la intermediación del "proveedor de servicios", quien recepta la oferta, la publicita, pone en contacto a la potencial compradora con la vendedora y por todo ello, cobra un monto tanto por la

publicidad en su sitio, como al concretarse la operación, tal como lo reconoce la propia apelante en su escrito recursivo.----

Resulta ilustrativa la comunicación enviada por Mercado Libre a la compradora, bajo el título "Detalle de tu compra", donde se individualiza el producto, el monto estipulado y la forma de pago, en la que se deja constancia que "Tu pago aparecerá como MercadoPago en el resumen de la tarjeta", especificándose el tipo de tarjeta "Visa" y "terminada en 3974" (fs. 12).-----

De lo expuesto surge claro que no es posible acompañar a la apelante cuando pretende adjetivar su actividad como ajena a la compraventa realizada.-----

Se trata de una situación de conexidad contractual, donde los intervinientes asumen una garantía solidaria para con la damnificada.-----

No es otra la visión de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil, Sala K, cuando señaló que "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 tomen no es discutible que Mercado Libre es un intermediario que integra la cadena comercial y, siendo tal, será solidariamente responsable con los otros sujetos integrantes de esas 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)". (in re "Claps, Enrique Martín y Otro c. Mercado Libre S.A. s/ Daños y Perjuicios" sent. del 5 de octubre de 2012).-----

En la misma línea se pronunció otro Tribunal al sostener que "No caben dudas que el vendedor publicitó en Mercado Libre, y por eso éste percibe una tarifa, y como es lógico Mercado Pago, al pagarle a la vendedora de los teléfonos intermediados, también obtuvo una comisión. Entonces Mercado Libre y Mercado Pago comercian a través de la red a la que acceden los usuarios. Así, pese a la ajenidad sostenida es obvio que los precios de publicidad y comisión, la demandada lo obtiene directamente conociendo la operación entre vendedor y comprador. Actúa por un interés lógico y comercial con el servicio ajustando sus tarifas al negocio. Está involucrado y tanto que contribuyó a formar el consentimiento, elemento indispensable para la toma de decisiones." A lo dicho agregó "Frente a ello, tolerar 'el fuera de juego' de Mercado Libre o Mercado pago, raya con la deliberada aniquilación de la confianza del comprador en pos de un sistema que se supone resguardo del principio de la buena fe, entre otros, como la seguridad prometida" (CCC de Jujuy, Sala III, in re "Acción emergente de la ley del consumidor: Ferreiro, Pablo Alberto c/ Mercado Libre S.R.L." sentencia del 15 de septiembre de 2016).-----

V. Tampoco favorece a la impugnante la crítica al criterio jurisprudencial tenido en cuenta por el Organo sancionador, relativo al factor de atribución objetivo ("Claps..." ya citado),

al que contrapone el de la C.S.J.N. (in re "Rodríguez, María Belén c. Google Inc. s/ daños y perjuicios" sent. del 28 de octubre de 2014), porque este último precedente refiere a un supuesto de hecho diverso al de autos, como lo pone de manifiesto el señor Fiscal de Cámara.-----

En efecto, en esta causa se ventila la sanción impuesta por incumplimiento de normas relativas a una relación de consumo, en tanto que en la fallada por el Alto Tribunal nacional la cuestión versaba sobre la responsabilidad de buscadores de internet, a quienes se sindicaba de haber utilizado, comercialmente y sin autorización, la imagen de una modelo, vinculándola a sitios pornográficos.-----

De tal modo, no es dable analogar ambas situaciones, porque presentan elementos esenciales diversos, por lo cual la cuestión relativa al factor de atribución aplicable en la causa en examen no deja de tener el carácter impuesto legalmente, esto es: responsabilidad objetiva.-----

VI. Por fin, y en lo que atañe al monto de la multa (\$ 20.000) la impugnante no ha demostrado que tal cuantificación resulte lesiva a su derecho de propiedad, e irrazonable en función de los hechos que dieron lugar a su imposición.-----

Como lo destaca el señor Fiscal de Cámara, aquel monto luce insuficiente en función de las faltas cometidas, la posición en el mercado de la impugnante, el bien jurídico protegido, el interés público comprometido y la necesidad de prevenir este tipo de inconductas en el futuro.-----

Sin embargo, como no es posible incurrir en una reforma en perjuicio de la apelante, el monto se mantiene.-----

Por ello, y en virtud de lo dispuesto por el art. 382 in fine del C.P.C.,-----

SE RESUELVE:-----

Rechazar el recurso de apelación.-----

Protocolícese, incorpórese copia, hágase saber y bajen.-----

RAÚL E. FERNÁNDEZ
PRESIDENTE

CRISTINA ESTELA GONZÁLEZ DE LA VEGA
VOCAL

Certifico que la resolución que antecede no fue suscripta por el Vocal Dr. Miguel Angel Bustos Argañarás por encontrarse de licencia anual correspondiente al año en curso, desde el 01 al 31 de diciembre de 2016 (Arg. Art. 382 in fine del CPC).
Of.:

MARÍA A. SINGER BERROTARÁN
SECRETARIA