

Marcas De Fabrica Cese De Uso De Marca Rechazo Reconvencion Por Danos Y Perjuicios

JURISPRUDENCIA

Marcas de fábrica. Cese de uso de marca. Rechazo. Reconvención

por daños y perjuicios Se confirma el fallo que rechazo la demanda de cese de uso de marca e hizo lugar a la reconvención por daños y perjuicios a raíz del embargo trabado por la reclamante. En Buenos Aires, a los 27 días del mes de abril del año dos mil dieciocho, hallándose reunidos en acuerdo los Señores Vocales de la Sala III de la Excm. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal a fin de pronunciarse en los autos "3M Company c/ Matrilco S.A. s/ cese de uso de marca", y de acuerdo al orden de sorteo el doctor Guillermo Alberto Antelo dijo: I. La firma 3M Company ("3M"), con domicilio real en 2501 Hudson Road, St. Paul, Minnesota, Estados Unidos de América, demandó a Matrilco S.A. ("Matrilco"), con domicilio en 25 de Mayo 467, Montevideo, República Oriental del Uruguay, para que se la condenara a lo siguiente: a) el cese del uso de la marca "STIKO MAGICA"; b) la modificación de la combinación de colores utilizada en el envase con el que Matrilco comercializa una cinta adhesiva transparente, bajo con el signo "STIKO MAGICA"; c) en subsidio de todo lo anterior, la nulidad de la marca "STIKOMAGICA" registrada por Matrilco en la clase 16 del nomenclador internacional y renovada por acta n° 2.449.283. La versión de los hechos aportada en el escrito introductorio de la instancia es la siguiente. 3M es una empresa que fue fundada en 1902 con el fin de explotar una mina de coridio, mineral este constituido por óxido de aluminio. En la década del 20' inventó la cinta adhesiva que resultó ser un gran suceso. A lo largo de los años continuó creciendo y logró expandirse a nivel internacional. Se instaló en la Argentina en 1952 y mantuvo su posición en el mercado hasta el presente con más de doscientas cincuenta marcas registradas. En el mes de marzo de 2012 advirtió que Matrilco había lanzado al mercado una cinta adhesiva con la marca "STIKO MAGICA" que, además de ser utilizada de una manera diferente a la registrada, es decir, "STIKOMAGICA" todo junto (registro n° 1.962.702), imitaba los colores empleados por 3M en las cajas de "CINTA MÁGICA". Esta conducta la llevó a promover un proceso cautelar individualizado como expediente n° 1719/2012 "3M Company s/ medidas cautelares", en el que obtuvo el embargo de doscientas sesenta y nueve cintas adhesivas marca "STIKO MAGICA" y el secuestro de un ejemplar de ellas. La diligencia se llevó a cabo el 19 de junio de 2012 en una distribuidora denominada "Papelería Bariloche SACIFI". Sobre la base de las circunstancias reseñadas, 3M consideró que la conducta de Matrilco importaba la violación de tres regímenes jurídicos distintos: la ley de marcas, la ley de defensa de la competencia y el Código Civil en la medida en que existía abuso de derecho. Ofreció prueba, hizo reserva del caso federal en términos genéricos y pidió el acogimiento de la pretensión, con costas (fs. 15/25). II. Matrilco contestó el traslado de la demanda, negó los hechos que se le imputaban y aportó el siguiente relato de aquellos que estimó relevantes (fs. 122/126 y vta.). Afirmó que utilizaba la marca "STIKOMAGICA" desde 1982 para identificar una cinta adhesiva que siempre fue comercializada en un envoltorio con distintas tonalidades de verde. La continuidad pacífica de ese modo de explotar la marca demostraba, a su juicio, la falta de fundamento de la pretensión de 3M y de las providencias cautelares obtenidas, las cuales habían sido pedidas con el ostensible propósito de sacarla del mercado. Señaló que esa táctica de su adversaria -ejecutada sin aportar pruebas de la verosimilitud de su derecho y sin informar al juez que "STIKOMAGICA" estaba registrada- la había desprestigiado. Por tal motivo, reconvino a 3M por los daños y perjuicios derivados de la traba de las medidas aludidas, los cuales estimó ulteriormente en \$ 32.323,60 (fs. 122/126vta. y 149). En lo tocante a la nulidad demandada, opuso la excepción de prescripción arguyendo que el plazo decenal previsto en el artículo 25 de la ley 22.362 se había cumplido "tres veces" al tiempo de la iniciación del pleito (fs. 124 y vta., IV, primer párrafo). Ofreció prueba y solicitó que la demanda fuera rechazada y su reconvención, admitida, con costas en ambos casos. III. La actora contestó el traslado de la reconvención pidiendo su rechazo por los argumentos que expuso a fs. 157/158 los que concuerdan, en lo sustancial, con la posición adoptada en el escrito inicial. El tratamiento de la excepción de prescripción fue diferido para el momento de la sentencia definitiva (fs. 163). IV. El juez de primera instancia dictó sentencia a fs. 341/347 en la que resolvió lo siguiente: a) rechazar la demanda promovida por 3M; b) hacer lugar parcialmente a la reconvención deducida por MATRILCO, condenando a 3M al pago de \$25.000 en concepto de indemnización; y c) imponer las costas del proceso a la actora (fs. 341/347). Para decidir así, el doctor Gota comparó el modo en que cada litigante venía explotando su marca y concluyó que el que había escogido Matrilco no contravenía la ley, máxime teniendo en cuenta que al confrontar los signos, la visión de conjunto permitía distinguir uno del otro. Definido ese aspecto del litigio, juzgó que 3M debía responder por los daños y perjuicios causados por la traba del embargo obtenido por ella; por ende la condenó al pago de \$ 25.000, de los cuales \$20.000 imputó al lucro cesante y \$ 5.000 al daño emergente. Rechazó, en cambio el daño moral por falta de prueba. V. Apelaron ambas partes (ver recursos de fs. 354 y fs. 356, concedidos a fs. 355 y fs. 357). La actora expresó

agravios a fs. 364/375 y la demandada hizo lo propio a fs. 376/378vta. dando lugar a las réplicas de fs. 380/382 y fs. 383/386. Median asimismo apelaciones contra las regulaciones de honorarios, las que serán tratadas al finalizar el presente acuerdo y según sea el resultado al que se arribe en él.

VI. 3M cuestiona, en primer lugar, el rechazo de su demanda insistiendo en la mala fe de Matrilco verificada al explotar comercialmente la marca ?STIKOMAGICA? como ?STIKO MAGICA? con el propósito de aproximarse a la suya, ?CINTA MAGICA?, lo que generó confusión en el público consumidor. Niega el uso común del término MAGICA para las cintas adhesivas. Expresa que la demandada, no sólo omitió aplicar elementos diferenciadores en su signo, sino que además acentuó las aproximaciones entre los conjuntos mediante el empleo de los mismos colores en las cajas y envases del producto (punto III, fs. 365/372). En segundo lugar, se agravia de la admisión del reclamo de daños y perjuicios por la traba de la medida cautelar, pues expresa que, para que aquél sea procedente, el interesado debe probar la mala fe, el dolo o el abuso en el derecho de quien la solicitó, extremo este que no se verificó en la causa. En ese sentido, agrega que la demandada no era la propietaria de los bienes embargados, por lo que no sufrió perjuicio alguno a raíz de la precautoria. Por último, impugna los rubros y montos otorgados (fs. 372/375, punto IV).

A su turno, Matrilco se queja del rechazo del ítem ?daño moral al buen nombre? (punto 1, fs. 376/vta.), del monto otorgado en concepto de ?gastos? por considerarlo exiguo (punto 2, fs. 376vta./377) y de la omisión en que incurrió el juez al no expedirse sobre la multa pedida por ella con sustento en los artículos 1 y 2 de la ley de defensa de la competencia (punto 3, fs. 377vta./378vta.).

VII. En primer lugar, corresponde abordar las quejas de la demandante relacionadas con el rechazo de sus pretensiones, pues ellas condicionan el tratamiento de las restantes impugnaciones. Los hechos que dieron lugar al pleito ocurrieron antes de la entrada en vigor del Código Civil y Comercial de la Nación. En consecuencia, el caso está regido por la legislación anterior a dicho cuerpo legal (art. 7 del Código Civil y Comercial de la Nación y esta Sala, causas n° Sala, causas n° 2121/05 del 16/9/15, n° 11.095/03 del 21/10/2015, n° 12.504/07 del 27/10/15). Está fuera de discusión que 3M es titular de ?CINTA MAGICA? -denominativa- en la clase 16 (registro n° 1909469, acta n° 2.449.283) y que Matrilco es dueña de ?STIKOMAGICA? - denominativa- en la misma clase -(registro n° 1.962.702, acta n° 2.449.283; ver fs. 16, fs. 36/61, fs. 52/53, fs. 59 y fs. 191). Estimo conveniente reflexionar sobre la coherencia de las pretensiones incluidas en la demanda y que son reivindicadas en esta oportunidad. Si una marca registrada es nula, cualquier uso que se haga de ella en perjuicio de terceros se ve teñido de ilegitimidad y da lugar a la indemnización pertinente (argumento del art. 1056 del Código Civil). No es necesario que el uso implique la confusión con otra marca pues es el registro, en sí mismo, el problema, y no el modo en que la marca es explotada. Por lo tanto, el análisis de las pretensiones debe hacerse siguiendo un orden de exposición inverso al que propuso la actora originariamente (fs. 13, punto II, c).

En consecuencia de ello, la primera cuestión a dilucidar atañe a la nulidad del registro de ?STIKOMÁGICA?. Al respecto, observo que la actora no aportó ningún argumento en su escrito inicial; no encuadró, siquiera superficialmente, el signo de su adversaria en alguno de los supuestos previstos en el artículo 24 de la ley 22.362; tampoco expuso los fundamentos que le permitirían al magistrado sancionar a la demandada con la pérdida de los derechos sobre un signo cuya renovación solicitó hace más de treinta y cinco años (fs. 33 del expediente n° 1719/2012 caratulado ?3M COMPANY s/medidas cautelares? que tengo a la vista). Las falencias señaladas se reiteran en el recurso ya que la apelante le dedica al tema un solo párrafo (recurso, fs. 371 y vta., segundo párrafo). Ello basta para confirmar el rechazo de esta pretensión.

VIII. La segunda cuestión propuesta por la actora concierne a la utilización de ?STIKO MÁGICA? llevada a cabo por la demandada cuyo cese reclamó en primer lugar (fs. 15 cit., punto II, a). En ese sentido, reitera los argumentos planteados anteriormente así: ?mi parte no ha objetado el uso de STIKOMAGICA. Mi parte ha objetado el uso de STIKO MAGICA y en la forma en que se la emplea? (recurso fs. 369vta. último párrafo).

Ahora bien, el uso de la marca por parte del dueño constituye uno de los aspectos que integran la dimensión positiva del derecho y, al mismo tiempo, es un requisito esencial para conservarlo (Fernández Novoa, Carlos, Tratado sobre derecho de marcas, Madrid, Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., segunda edición, 2004, págs. 434 a 436; por otro lado, ver arts. 5 y 26 de la ley 22.362). En virtud de esa doble significación, no existen reglas rígidas que lo condicionen, salvo los límites impuestos por los derechos de terceros y las sanas prácticas comerciales observadas en resguardo del público consumidor (esta Sala, causa n° 21372 ?Yannit S.A. c/Vivat Holding PLC del 30/4/95; y Fallos: 272:290; 279:150). Por ende, el titular puede concretarlo con un cierto margen de libertad, sin estar restringido por la forma que consta en el acta de solicitud de registro. En ese sentido, el artículo 5, sección C, apartado 2° del Convenio de París -aprobado por la ley 17.011- dispone que ?...El empleo de una marca de fábrica o de comercio por el propietario, bajo una forma que difiera por elementos que no alteren el carácter distintivo de la marca en la forma en que ésta ha sido registrada en uno de los países de la Unión, no ocasionará la invalidación del registro...? (conf. norma cit.). La flexibilidad con que debe ser juzgado el uso es mayor en los supuestos de marcas meramente denominativas -que es el caso del sub lite-, pues su inscripción es solicitada sin precisar grafías, dibujos o fantasías adicionales que condicionen su ulterior utilización; de lo contrario, habría que concluir que para gozar del amparo legal, el interesado debe imaginar todas las variables de explotación posibles e inscribirlas, lo que es un evidente despropósito.

Concordemente con lo expuesto, la ley 22.362 no delega

en los particulares el control de la utilización de las marcas facultándolos a impugnar cualquier desviación en que incurran los dueños al explotarlas. Lo que sí permite, es impugnar el uso indebido, esto es, aqué que sobrepase los límites señalados en el párrafo anterior (derechos de terceros y sanas prácticas mercantiles). Uno de esos excesos se presenta cuando el titular de un signo lo emplea agregándole las características salientes de otro que no le pertenece a fin de aprovecharse del prestigio ajeno. Esta es la situación que ha planteado 3M aduciendo que Matrilco puso en el mercado una marca que, en rigor de verdad, no le pertenece pues no tiene relación ?STIKOMAGICA? sino con ?CINTA MÁGICA?, propiedad de 3M. Se trata de un tema de confundibilidad que debe ser resuelto atendiendo a las circunstancias adjetivas de la causa para evitar formulaciones meramente teóricas alejadas de la realidad mercantil (Sala I, causa n° 3779 ?Transcarga S.R.L. c/Intercargo S.A.C. e I.? del 20/10/79; Sala II, causas n° 1726 ?Hnery I. Siegel Co. Inc. c/Hisisa Argentina S.A.? del 19/12/72 y n° 2109 ?Henkel Komandigesellschaft Auf Aktien c/Arte Gráfico Ed. Arg.? del 8/7/83, entre otras). La primera circunstancia relevante atañe a la antigüedad de los registros; ?STIKOMÁGICA? fue inscripta el 12 de noviembre de 1982 (informativa de fs. 36/61, en especial, fs. 40), en tanto que ?CINTA MÁGICA? lo fue años más tarde, esto es, el 1 de diciembre de 1992 (documental actora, fs. 10/12 e informativa contestada por el INPI; también documental original guardada en sobre marrón que corre por separado y se tiene a la vista). A falta de otros elementos, cabe inferir que el dueño originario de ?STIKOMÁGICA? empezó a utilizar el signo antes de que 3M usara ?CINTA MÁGICA?, y que Matrilco, continuadora de aquél a partir de la cesión convenida el 20 de agosto de 1999 (v.gr. fs. 52/53 e informativa cit.), siguió sirviéndose de dicha marca en forma ininterrumpida. La segunda circunstancia a tener en cuenta, se vincula con la forma en que cada parte explota su marca; ambas empresas se dedican a la comercialización de distintos productos entre los cuales se encuentran las cintas adhesivas para papelería (?stationery?). 3M presenta su cinta en un rollo de 19 mm x 39,9 m dentro de un envoltorio color verde natural, que a veces es más claro, con la palabra ?Scotch? en letras gruesas color amarillo sobre un recuadro rectangular negro que está ubicado en el margen superior izquierdo. Debajo del recuadro están las palabras escritas ?Cinta Mágica? con un tipo de letras distinto del anterior y con una grafía más fina; sobre la última ?a? de ?Mágica? hay una ?M? y una ?R? en mayúsculas de un tamaño inferior en dos tercios, aproximadamente, al de la ?a? sobre la que están situadas. Seguidamente viene la descripción del producto ?810 19 mm x 32,9 m? y debajo en mayúsculas de fino trazo color amarillo ?CONT. 1 ROLLO?. En la base remata el conjunto un rectángulo dividido en cuadrículas de color negro y verde que evocan la trama escocesa, al lado del cual se ubica la denominación 3M en gruesa grafía color rojo (conf. fotografías reproducidas por la propia actora a fs. 16 y vta. y a fs. 319). Por su parte, Matrilco ofrece su cinta adhesiva al público en cajas de 6 x 6 centímetros con las siguientes modalidades: ocho franjas de distintos tamaños en tres tonalidades de verde y enmarcadas en pequeños trazos blancos que atraviesan toda la caja en forma oblicua. Ninguna de esas tonalidades de verde se asemeja al que emplea 3M. En el centro de la caja -cuarta franja contando desde arriba- se lee ?Cinta Adhesiva Invisible? en letras de color blanco; debajo y en el centro de la presentación están las palabras ?STIKO MAGICA? con distintos tipos de letras una de la otra, aunque comparten el grosor y el color blanco. ?MAGICA? está escrito sin acento y sobre su margen superior derecho, al finalizar el vocablo, hay una ?R? minúscula dentro de un círculo. Siguiendo en el orden decreciente (de arriba hacia abajo) le sigue la expresión ?18 mm x 30 mts.? y la representación figurativa de una suerte de pajarito en una forma rectangular ondulante, con una sonrisa, con tres patas que asemejan manos a los costados del cuerpo y tres pelos en el centro de su cabeza (conf. ejemplar del producto en sobre marrón, fs. 46 del expediente n° 1719/2012 caratulado ?3M Company s/medidas cautelares?; también, fs. 17 y fs. 319 de esta causa y considerando III del fallo apelado, fs. 344, cuarto párrafo). El diseño del conjunto data de 1982 (testifical de Ana María Franco, fs. 185 bis, respuesta a la quinta del interrogatorio de fs. 185) y, con excepción del presente litigio, ha coexistido con la marca de la actora durante treinta años (fs. 157/158). Es sabido que uno de los elementos a considerar en conflictos de confundibilidad marcaría es el tipo de comprador al que están destinados los productos (Sala I, causa n° 710 ?Paulista S.A. c/ Productos Stani S.A. del 22/10/81); y que el parámetro a seguir en la materia está dado por el público ?normal, lúcido y con moderada desconfianza? (Sala II, causas n° 1997 ?M. y T. Chemical Inc. c/Arlistán S.A.? del 11/5/73 y n° 3118 ?Textiles Tala S.A.? del 16/12/74). Si se mantiene ese criterio, no veo que ninguna persona de las condiciones señaladas pueda confundirse de producto en este caso por el mero hecho de que Matrilco haya separado ?STIKOMAGICA? en ?STIKO MÁGICA?. No incurre en confusión el desprevenido, porque no presta atención, ni el desaprensivo, porque cualquier producto le viene bien; tampoco el mentecato (?stultus?) porque está privado de discernimiento. Por lo tanto, comparto la conclusión a la que arriba sobre este punto el distinguido colega de la instancia anterior (considerandos III y IV del fallo apelado, fs. 343 a fs. 344 y vta.), ya que los contrastes que surgen de la confrontación son tantos y tan importantes que me eximen de todo comentario adicional (art. 265 del Código Procesal). IX. El acogimiento de la reconvenición es otra de las quejas de 3M (recurso, fs. 372, IV y ss.). El 4 de abril de 2012 el apoderado de 3M solicitó que se dictara una providencia cautelar autorizándolo a embargar y secuestrar cualquier producto que infringiera la marca ?CINTA MÁGICA? dentro del local comercial de Papelera Bariloche S.A. ubicado en la Avenida Jujuy 1545/53 de esta Ciudad (fs. 9/10 del expediente n° 1719/2012

cit.). El 9 de abril de 2012 el juez quien hizo lugar a la medida ordenando el embargo de doscientas sesenta y ocho cajitas con la cinta adhesiva marca "STIKO MAGICA", lo cual se concretó en el comercio referido el 19 de junio de ese año (fs. 12/12 y vta.; fs. 40/41 del expediente cit.). Como el agravio planteado obliga a definir el marco normativo, recuerdo que los hechos que dieron lugar a los dos procesos -el cautelar y el de autos- ocurrieron antes de la entrada en vigor el Código Civil y Comercial de la Nación. Por ende, el sub lite está regido por el Código Civil y sus normas complementarias (art. 7° del CCyCN; esta Sala, causas n° 2121/05 del 16/9/15, n°11.095/03 del 21/10/15 y n°12.504/07 del 27/10/15). El artículo 1071 del Código Civil -según el texto reformado por la ley 17.711- dispone: "El ejercicio regular de un derecho propio o el cumplimiento de una obligación legal no puede constituir como ilícito ningún acto. La ley no ampara el ejercicio abusivo de los derechos. Se considerará tal al que contraríe los fines que aquélla tuvo en mira al reconocerlos o al que exceda los límites impuestos por la buena fe, la moral y las buenas costumbres?". La norma introduce la teoría enunciada en la segunda parte de su párrafo inicial tomando en consideración la índole del derecho de que se trate y el modo en que se lo ejerce; si el titular goza de él contrariando la finalidad para la cual fue instituido, está incurriendo en una conducta que la ley no ampara (Llambías, Jorge Joaquín, Tratado de derecho civil -Parte General-, Buenos Aires, Editorial Perrot, 1973, tomo II, número 1279 bis, págs. 186 a 189). Lo relevante es examinar, en cada situación, si el titular obra en el sentido ya indicado invadiendo la esfera de los intereses legítimos de otras personas (Fleitas, Abel, M., El abuso de derecho en la reforma del Código Civil Argentino, Buenos Aires, Sección Publicaciones del Seminario de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Facultad de Derecho, Universidad de Buenos Aires, 1944, págs. 57 a 62). Explicado de otra manera: contradecir los fines económico-sociales que justifican el reconocimiento del derecho, es exceder sus límites (ibídem; también ver la formulación inicial de Salelles en Leonfanti, María Antonia, Abuso del derecho, Buenos Aires, Librería jurídica Valerio Abeledo Editor, 1945, págs. 60 a 61). De ahí, entonces, que no sea necesaria la concurrencia del dolo o de la culpa del solicitante, como afirma 3M (recurso, fs. 372, IV, segundo párrafo). De acuerdo a la reseña de antecedentes que efectué en los considerandos anteriores, 3M contrarió los fines de Ley de Marcas porque pidió medidas cautelares con el objeto de evitar un peligro de confusión marcaria, por lo visto, inexistente. Corolario de ello es que debe responder por los perjuicios que dichas medidas le causaron a Matrilco (art. 1071 del Código Civil, art. 199 del Código Procesal y esta Sala, causa n° 1547/2007 del 20/02/18). Una vez verificado el presupuesto de la responsabilidad, 3M debe afrontar las consecuencias de su conducta. El hecho de que Matrilco no fuese dueña de los efectos embargados y secuestrados (recurso, fs. 373, último párrafo) concierne a la extensión del daño emergente -que no abarcaría el valor económico de dichos efectos- pero no desvirtúa su responsabilidad por otros rubros como el lucro cesante, que es dable tenerlo por configurado en base a la informativa de fs. 254 y 256 (art. 386 del Código Procesal). En todo lo restante (fs. 372 y vta. y ss.), la apelación de la actora no contiene la crítica concreta y razonada del pronunciamiento (art. 265 del Código Procesal). X. Matrilco se agravia del rechazo del resarcimiento por la afectación del buen nombre de la empresa (recurso, fs. 376, punto 1 a fs. 372 y vta.), del monto del resarcimiento por considerarlo exiguo (fs. 372 y vta., punto 2) y de la omisión en que incurrió el a quo con respecto al pedido de sanción sustentado en los artículos 1° y 2° de la ley 25.156 (fs. 373 y vta., punto 3 y ss.). Los dos primeros agravios no están fundados pues el recurrente no se hace cargo de los argumentos que dio el doctor Gota a abordar los temas relacionados con ellos (art. 265 del Código Procesal). En cuanto al primero, el interesado soslaya la calificación dada por el magistrado al "daño al buen nombre" y la falta de prueba sobre su configuración (considerando VI, quinto párrafo, fs. 345 y vta. y ss.). En lo tocante al segundo, comparto con el a quo en que no hay ninguna prueba que autorice a prescindir del ejercicio de la atribución contenida en el artículo 165 del Código Procesal ni, por ende, a establecer una indemnización que supere la que ya fijada en la sentencia (considerando VII del fallo apelado, fs. 346.). Tampoco puede ser acogido el tercer planteo porque las conductas descriptas en los artículos 1° y 2° de la ley 25.156 de Defensa de la Competencia remiten a aquellas que se verifiquen en el proceso de producción e intercambio de bienes o servicios (conf. art. 1° cit.), mas no a las que trasuntan el ejercicio de acciones judiciales sometidas al control de los magistrados y claramente ajenas al proceso mencionado. Por ello, juzgo que el fallo debe ser confirmado, con costas a los apelantes vencidos (art. 68, primer párrafo, del Código Procesal). Así voto. El doctor Ricardo Gustavo Recondo por análogos fundamentos adhiere al voto precedente. Con lo que terminó el acto de lo que doy fe. Buenos Aires, 27 de abril de 2018. Y VISTO: lo deliberado y las conclusiones a las que se arriba en el Acuerdo precedente, el Tribunal RESUELVE: confirmar la sentencia apelada, con costas a los apelantes vencidos (art. 68, primer párrafo, del Código Procesal). Primera instancia: Por la forma en la que se resuelve, corresponde atender a los recursos interpuestos contra la regulación de honorarios de fs. 347 (ver fs. 354, 358 y 360 y concesiones de fs. 355, 359 y 361). Teniendo en cuenta la base regulatoria tomada por el Tribunal en este tipo de juicios (ver causas "Valydar" n°7288/03 del 20/05/10 y "Nova" n° 5794/11 del 31/10/17); la naturaleza del proceso (fs. 26); el resultado obtenido; el mérito, la eficacia y extensión de la labor desarrollada por los profesionales, el carácter en el que actuaron y las etapas efectivamente cumplidas, se confirman los honorarios regulados al letrado apoderado de la parte actora, doctor Jorge Otamendi y se elevan los honorarios del letrado patrocinante de la parte actora, doctor Alberto E.

Villegas en la suma de \$60.000; y los de los letrados de la demandada, doctores Héctor D. Palacio y Héctor D. Palacio (h) en las sumas de \$11.500 y \$138.500, respectivamente (arts. 6, 7, 10, 13, 37 y 38 de la Ley de Arancel). Segunda instancia: visto el resultado de la apelación, el mérito, la extensión y eficacia de los trabajos realizados, se establecen las siguientes sumas: \$5.500 y 18.500 para los letrados de la actora, doctores Jorge Otamendi -apoderado- y Pedro C. Breuer Moreno - patrocinante-, respectivamente; y \$8.600 y \$29.000 para los letrados de la demandada, doctores Héctor D. Palacio y Héctor D. Palacio (h), respectivamente (arts. 6, 10 y 14 de la Ley de Arancel citada). La doctora Graciela Medina no suscribe por hallarse en uso de licencia (art. 109 del RJN). Regístrese, notifíquese, publíquese y devuélvase. Guillermo Alberto Antelo Ricardo Gustavo Recondo 029629E