

Accion Marcaria Uso De Marca Ajena Danos Y Perjuicios Carteles Defensa Del Consumidor

JURISPRUDENCIA

Acción marcaria. Uso de marca ajena. Daños y perjuicios. Carteles.

Defensa del consumidor Se hace lugar a la acción marcaria por cese de uso indebido de marca comercial interpuesta por la sociedad actora. La accionante era titular registral de la marca ?IAC?, la cual estaba siendo utilizada por el demandado en su establecimiento educacional de forma ilegítima, dado que se valía de forma ilegal del prestigio de la marca para atraer clientes.

En la ciudad de La Plata, a los 24 días del mes de abril del año dos mil diecinueve, reunidos en Acuerdo los señores Jueces que integran la Sala Primera de esta Cámara Federal de Apelaciones, para tomar en consideración el presente expediente N° FLP 42100150/2007, caratulado ?LEVENCOLL S.A. C/ CASTELARI, DANIEL S/ CESE DE USO DE MARCA?, procedente del Juzgado Federal N° 4 de La Plata. EL JUEZ LEMOS ARIAS DIJO: I. ANTECEDENTES. Que las presentes actuaciones se inician con la demanda interpuesta por LEVENCOLL S.A., a través de su apoderado, contra Daniel CASTELARI, pretendiendo el cese del uso indebido de marcas comerciales cuya titularidad registral le corresponde, en los términos y alcances de la ley 22.362; y/o contra quien sea propietario del inmueble, titular de la habilitación comercial o explotación del local que indica en su escrito -sito en calle Av. 44 n° 691 de la ciudad de La Plata- (ver fs. 50/60 vta.). A su vez, peticiona la reparación de daños y perjuicios causados por el uso ilegítimo de la marca registrada a su nombre. En su relato de los hechos, expresa que su representada adquirió en pública subasta las marcas del IAC (Instituto Argentino de Computación), en el marco de la quiebra de su anterior titular, es decir, FRANQUICOMP S.A., que tramitara ante el Juzgado Nacional de Primera Instancia en lo Comercial N° 18, Secretaría 36. Expresa que desde la subasta de las marcas -y aun con anterioridad- se cometieron diversas infracciones marcarias, utilizándolas en forma indebida y sin autorización, al mantener en esencia el símbolo más representativo que son las siglas IAC. De tal forma, asegura haber tomado conocimiento de que la demandada se dedica a prestar servicios educativos, explotando una institución de enseñanza de las distintas áreas de la informática y la computación, utilizando el nombre o marca comercial ?IAC?, valiéndose del prestigio obtenido por ésta en largos años de trabajo, provocando que terceras personas o contratantes de la accionada sean inducidos a creer que se trata de una institución ?IAC?, que presta servicios en forma regular, en el marco de un contrato de franquicia comercial. Continúa relatando que, en forma previa a la subasta de las marcas adquiridas por su parte en autos ?FRANQUICOMP S.A. S/ QUIEBRA?, el Sr. Roberto Iglesias - ex integrante de la fallida FRANQUICOMP S.A.- registró a su nombre la marca ?CCIAC.? (CAPACITACIÓN Y CULTURA PARA EL INGRESO AL CONOCIMIENTO) en violación a lo dispuesto en la ley 22362 (arts. 3 inc. b; 24 incs. a, b y 31 inc. b, entre otros) pese a conocer la existencia de la marca ?IAC.? y de la confusión entre ellas. Ello con el fin de aprovechar el prestigio obtenido por las marcas de la fallida durante largos años de uso. Frente a ello, señala que en el proceso ?FRANQUICOMP S.A. S/ QUIEBRA? el Sr. Juez interviniente ordenó a la sindicatura -con fecha 13/02/2006- que efectúe las denuncias o ejerza las acciones pertinentes para que el Sr. Iglesias se abstenga de utilizar designaciones marcarias que generen confusión con aquellas que son propiedad de la fallida. En consecuencia, detalla que una vez que LEVENCOLL S.A. adquirió las marcas comerciales mentadas, se iniciaron los procesos ?LEVENCOLL S.A. C/ EDUCATIVE GROUP S.A. S/ MEDIDAS CAUTELARES?, y ? LEVENCOLL S.A. C/ IGLESIAS, Roberto Ricardo s/ MEDIDAS CAUTELARES? ambos en trámite por ante el Juzgado Nacional de Primera Instancia en lo Civil y Comercial Federal N° 5, Sec. N° 9 de Capital Federal, en donde se dictaron sendas medidas cautelares a las demandadas para que cesen en el uso de la marca ?CCIAC?. Agrega que además de la marca IAC, la accionada utiliza la citada marca ?CCIAC?, que posee los caracteres ?IAC? en su confección, por lo cual no puede ser utilizada sin el permiso o autorización del titular, es decir, su mandante. Por tales razones, señala que intimó a la demandada a que cesara en su uso través de distintas cartas documento, sin obtener respuesta. Que en cuanto a la postulación de los daños y perjuicios, afirma que la utilización ilegítima de la marca de la actora le ha representado un descrédito. También argumenta que en esta materia la estimación de los daños resulta de muy compleja prueba, por tratarse de bienes inmateriales tales como el prestigio comercial, el buen nombre y los intereses económicos del titular de la marca, por lo que debe estarse al prudente arbitrio judicial. Peticiona medida cautelar de no innovar (innovativa) por medio de la cual se haga saber a la accionada que deberá abstenerse en lo sucesivo de utilizar las marcas IAC. Ofrece prueba y manifiesta que se reserva el derecho de iniciar acciones penales. II. Que a fs. 997 el Sr. Juez de la Instancia anterior dictó medida para mejor proveer, ordenando que se consulte por Secretaría el sistema informático lex 100 a fin de verificar si en diversos procesos que tramitan ante el Juzgado en lo Civil y Comercial N° 5, Secretaria N° 9 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires se ha dictado sentencia, y en su caso se extraiga copia de ellos y se certifique. Los procesos son los siguientes: a) ?LEVENCOLL SA C/ ALDEA GLOBAL SA S/

CESE DE USO DE MARCAS. DAÑOS Y PERJUICIOS?, Expte 10524/2006; b) ?LEVENCOLL SA C/ IGLESIAS ROBERTO RICARDO S/ CESE DE OPOSICION AL REGISTRO DE MARCA? Expte. 3452/2007; ?LEVENCOLL SA C/ IGLESIAS ROBERTO RICARDO S/ NULIDAD DE MARCA? Expte 10517/2006. En cumplimiento de dicha medida, se agregaron copias de sentencias de primera y segunda instancia de las causas citadas (fs. 998/1016). III. LA SENTENCIA. Que a fs. 1022/1032 el Sr. Juez de primera instancia dicta sentencia definitiva, en la cual resuelve: a) rechazar la excepción de falta de legitimación activa opuesta por el demandado, con costas; b) hacer lugar a la acción deducida por LEVENCOLL S.A. contra DANIEL CASTELARI, condenándolo a que en el plazo de diez días de encontrarse firme la sentencia cese en el uso de las marcas ?IAC? (y su logo) y pague la suma de pesos cincuenta mil (\$50.000.-) en concepto de daños y perjuicios, con más los intereses fijados en el considerando IV.2 de su sentencia; c) imponer las costas del proceso al demandado en su carácter de vencido ; d) regular los honorarios profesionales de los letrados intervinientes; e) incrementar en un 10% las sumas fijadas para cumplimentar con lo dispuesto por la ley 23987 y la alícuota del IVA, en caso de corresponder. Para así decidir, en lo sustancial, el Juez a quo consideró que la demandante tenía legitimación activa para instaurar la presente acción, puesto que, por un lado, no encontró incumplido el artículo 118 de la Ley 19550, y a su vez, afirmó que la actora contaba con un interés legítimo (conf. art. 4 ley 22362) por ser la titular de la marca ?IAC?. Asimismo, el Sr. Juez a quo valoró que - de conformidad a lo resuelto en la quiebra de Franquicom S.A.- entendió que el cartel ubicado en la fachada del local del Sr. Castelari con la expresión ?INSTITUTO ARGENTINO DE COMPUTACIÓN? constituía un uso abusivo y en violación del derecho marcario, como así también de confusión para el público consumidor y de aprovechamiento indebido del prestigio de la marca ajena. Ello por cuanto, según su entender, debía distinguirse la facultad de continuar brindando servicios educativos que ya habían sido contratados, del hecho de valerse de esa autorización para usar la marca en trasgresión al derecho exclusivo del titular. A su vez, resaltó que la confusión en el público consumidor se ve acentuada por la exhibición conjunta del logo acompañado de la expresión ?INSTITUTO ARGENTINO DE COMPUTACIÓN?, razón por la cual aun admitiendo la hipótesis de la demandada, y que dicho logo correspondiera a otra marca, no se advierten motivos para que se exhibiera junto a la denominativa ajena. En cuanto a los daños y perjuicios, tuvo en cuenta en primer término que Levencoll S.A. licenció el uso de sus marcas a favor de Edulink S.A., no obstante lo cual, dicha circunstancia no era óbice para reconocer los daños a la actora. Para su cuantificación se basó en las facultades conferidas por el artículo 165 del CPCCN y -entre otros elementos- valoró especialmente el carácter ilícito del uso marcario utilizado por el accionado. En cuanto al periodo durante el cual tuvo por probado el uso indebido de las marcas por parte del demandado, tomó como fecha de inicio el día 13 de junio del 2006, fecha en que fue recepcionada la carta documento mediante la cual la actora constituyó en mora al demandado, y el último día hábil de 2006 como fecha final. Por tanto, fijó los daños y perjuicios reclamados en la suma de pesos cincuenta mil (\$50.000.) indicando que debían ser abonados dentro de los diez días hábiles de quedar firme la sentencia, y de no verificarse el pago, la suma adeudada devengará un interés igual a la tasa pasiva que fija mensualmente el Banco Central de la República Argentina. IV. EL RECURSO. Frente a esa decisión, a fs. 1033 presenta recurso de apelación por la parte demandada el Sr. Daniel Castelari, con patrocinio letrado, expresando agravios a fs. 1042/1070; obrando réplica de la actora a fs. 1073/1075. Lo sustancial de las críticas del recurrente pueden sintetizarse en la forma que sigue: a) la actora no era titular registral ni cumplió con los requisitos impuestos en Argentina para serlo, por lo que carece de un interés legítimo; b) la valoración de la prueba realizada por el a quo; c) la sentencia confunde ?publicidad? con la obligación de ?preservar el producto vendido hasta que los alumnos ya inscriptos finalizaran el curso?; y, d) del reconocimiento de daños y perjuicios a la actora. V. CONSIDERACIÓN DE LOS AGRAVIOS. En primer lugar, cabe destacar que la cuestión relacionada con la falta de legitimación activa de la actora -por no contar con inscripción registral en el país- se encuentra resuelta en forma adversa a la postura de la recurrente a fs. 497 por el Juez de la Instancia anterior, decisión confirmada por esta Cámara a fs. 731 y vta., a cuyas disposiciones me remito en razón de brevedad. Por otra parte, la recurrente afirma que la actora carece de un interés legítimo para la pretensión que articuló en el presente proceso. En tal sentido, es útil recordar que, junto con el nombre comercial o designación, una marca integra ?(...)la familia de los derechos intelectuales referidos a signos distintivos, esto es, a signos que los empresarios o comerciantes utilizan para que sus productos o servicios puedan ser diferenciados por la clientela respecto de aquellos otros bienes del mismo género que son prestados o comercializados por sus competidores (...)? (Sánchez Herrero, Andrés ?Confusión de Marcas?, Editorial La Ley, 2013, p. 1). De conformidad con el Artículo 16 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), ?El titular de una marca de fábrica o de comercio registrada gozará del derecho exclusivo de impedir que cualesquiera terceros, sin su consentimiento, utilicen en el curso de operaciones comerciales signos idénticos o similares para bienes o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los que se ha registrado la marca, cuando ese uso dé lugar a probabilidad de confusión. En el caso de que se use un signo idéntico para bienes o servicios idénticos, se presumirá que existe probabilidad de confusión (...)? (Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, artículo 16; aprobado por ley

24.425, promulgada el 23 de diciembre de 1994). Al efecto, es útil indicar que la acción civil de cese de uso de marca tiene fundamento legal en el artículo 4° de la ley 22.362 que establece que "La propiedad de una marca y la exclusividad de uso se obtienen con su registro. Para ser titular de una marca o para ejercer el derecho de oposición a su registro o a su uso se requiere un interés legítimo del solicitante o del oponente?". Que al momento de interpretar este artículo, la Corte Suprema de Justicia de la Nación tuvo ocasión de afirmar -remitiendo al dictamen del Procurador- que la ley 22.362 tuvo por objeto ampliar la legitimación de quienes pueden ser titulares marcarios, que la derogada ley 3.975 limitaba a comerciantes, agricultores e industriales; y que asimismo, rige un "criterio flexible" para valorar los elementos probatorios en tales casos (conf. causa "Recurso de hecho deducido por la actora en la causa Pizzo, Lorenzo Francisco c/ Fratelli Branca Destilerías S.A. si cese de oposición al registro de marca", Corte Suprema de Justicia de la Nación, sentencia del 18 de noviembre del 2015, Fallos 338:1331, -del dictamen de la Procuración General al que la Corte remite-) En este orden de ideas, atento que la actora de la causa bajo examen resulta ser la titular de la marca, estimo que ostenta un interés legítimo en los términos del artículo 4 citado, y por tales motivos, este agravio no resulta procedente. VI. Por otra parte, el recurrente argumenta que mantener el cartel publicitario y la marquesina no constituye una violación a la ley marcaria. En cambio, postula que ello obedece a las obligaciones asumidas para con sus alumnos hasta la finalización de los cursos. A los fines de dilucidar la cuestión, ha de determinarse si la conducta de la recurrente -al mantener carteles en su local con las siglas "IAC". Instituto Argentino de Computación, ver fs. 41/45- es susceptible de ser entendida como una "publicidad", infringiendo el derecho marcario de la actora. O si por el contrario, y tal como refiere la recurrente en su postura, puede ser considerada como una de las derivaciones de las obligaciones que tenía para con los alumnos inscriptos, de finalizar el dictado de los cursos. En esta inteligencia, y de conformidad a la Real Academia Española, la tercera acepción de "Publicidad" es "Divulgación de noticias o anuncios de carácter comercial para atraer a posibles compradores, espectadores, usuarios, etc." (ver www.rae.es). Bajo esa premisa, pienso que existe un consenso generalizado en torno a considerar que un cartel con el nombre de determinada marca o producto constituye uno de los elementos de publicidad por antonomasia a fin de atraer a posibles clientes. En este orden de ideas, y vinculado al tópico que nos ocupa, se ha sostenido que "(...) [e]sto sucede frecuentemente cuando el vendedor coloca carteles y marquesinas en el frente exterior de su negocio con la marca ajena. El tamaño e importancia de los mismos harán creer que el dueño del local es el propio titular de la marca o bien un vendedor exclusivo. No siéndolo, ese uso constituye claramente una violación al derecho marcario" (Otamendi, Jorge, "Derecho de Marcas", Abeledo Perrot, segunda edición ampliada y actualizada, Buenos Aires, p. 267, la negrita no pertenece al original) reflexiones que entiendo devienen aplicables a la presente causa. Por ser ello así, pienso que el recurrente bien pudo continuar con el dictado de los cursos comprometidos para con sus alumnos hasta su culminación prescindiendo de la utilización del cartel citado, cuyo uso persigue usualmente fines de distinta índole, vinculados con la publicidad. Es oportuno recordar que este tipo de conductas pueden afectar tanto al titular de la marca, como a su vez llevar a confusión a potenciales consumidores, sujetos que la ley también pretende tutelar (ver exposición de motivos del artículo 3° de la Ley 22362, y en lo pertinente, lo dicho por la Corte en autos "El Hogar Obrero Cooperativa de Consumo, Edificación y Crédito Limitada c/ Liggett Group Inc.", sentencia del 16 de mayo de 1985, Fallos: 307:696 -del dictamen de la Procuradora al cual la Corte remite-). A mayor abundamiento, y en igual sentido, también la Corte ha sostenido que "...los principios y fundamentos de la legislación marcaria, apuntan a proteger tanto el interés de los consumidores, como las buenas prácticas comerciales a efectos de prevenir el aprovechamiento ilegítimo del fruto de la actividad ajena, con desmedro de la función individualizadora ínsita en el derecho, al uso exclusivo del nombre comercial" (causa "New Zealand Rugby Football Union Inc. c/ Ceballos, Aníbal Germán s/ nulidad de marca. Daños y perjuicios"; Corte Suprema de Justicia de la Nación, sentencia del 03 de abril del 2001, Fallos: 324:951, considerando 16). En esta línea de razonamiento, no encuentro razones para apartarme de lo dicho por el a quo al respecto en la valoración que le mereciera el cartel en cuestión, a fin de tener por acreditado un uso indebido de la marca de la actora. Los motivos expuestos bastan para concluir que debe rechazarse esta crítica del recurrente. VII. Que el Juez de la instancia anterior reconoció la suma de \$50.000 (PESOS CINCUENTA MIL) a la actora, en concepto de daños y perjuicios, lo que fuera también motivo de agravio. En este sentido, es dable precisar que, de conformidad al artículo 902 del Código Civil (norma legal que rige la controversia) "Cuanto mayor sea el deber de obrar con prudencia y pleno conocimiento de las cosas, mayor será la obligación que resulte de las consecuencias posibles de los hechos". Bajo tales parámetros, habiéndose acreditado el hecho ilícito de la demandada -al infringir el derecho marcario de la actora- resulta insoslayable que la aquí recurrente reviste el carácter de comerciante y no es una ignota en el tópico, al ofrecer al público servicios educativos, y que habiendo sido intimada extra judicialmente a cesar en su conducta, persistió en ella. Por tanto, no es dable en la presente causa identificar ningún elemento eximente de responsabilidad. Que en relación a los daños, atento las dificultades probatorias existentes en la materia, es útil precisar que rige -como regla- un extendido criterio según el cual se presume que todo uso indebido de una marca provoca un daño, especialmente en aquellos casos con connotaciones dolosas, debiendo los jueces recurrir a la fijación prudencial que autoriza el art.

165 del CPCCN en función de una delicada apreciación de las condiciones de cada causa. A los fines de su cuantificación, es conducente la utilización de distintos criterios, como ser: tanto los beneficios que podría haber obtenido el titular marcario de no haberse sucedido la violación de su derecho, como los que obtuvo el que usó indebidamente la marca; regalías ?razonables? acordes a la marca; como así también el precio que este último habría tenido que abonar para su utilización. Tal es así que existen diversos antecedentes jurisprudenciales en nuestro país que trataron distintas aristas de la cuestión, sosteniendo por ejemplo que: la inexistencia de una conducta dolosa, si bien puede constituir un elemento a ponderar a los efectos de determinar el resarcimiento, no basta para descartar la procedencia de este -CNFed. Civ. y Com., Sala III, 29/4/96, ?Barmaymon, Ricardo c/ American Denim SA?, c. 6950/91, iuris, 1988/96-I-99-; la usurpación de marca ajena y su elección ya sea para individualizar un comercio o para identificar productos o servicios, permite de por sí crear la presunción de un daño al titular del signo marcario utilizado ilegítimamente. Cabe entenderlo así porque quien usurpa una marca se apodera de lo ajeno, lo cual significa que la sustrae de la esfera jurídica de su titular, quien pierde así la exclusividad de su derecho (art. 4º, ley 22362) -CNFed. Civ. y Com., Sala I, 27/5/93, ?Naturella SA c/ California Shoes SRL?, c. 2711/91-; por aplicación del artículo 3 inciso b de la ley de marcas resultó un ?beneficio ilícitamente habido? de quien se vio favorecido por el uso de la imagen y el prestigio ajenos, motivo por el cual es posible fijar una reparación a partir de una interpretación amplia de la indemnización -CNFed. Civ. y Com., Sala I, 12/10/00, ?Cheja, Alberto Sion c/ Sprayette SA? c. 1889/97, Iuris, 2000- XXIV-111-; las utilidades del infractor proporcionan una base de orientación prudencial para la fijación del resarcimiento, porque el daño que se trata de enjugar es el derivado de una infracción marcaria, del uso indebido de la marca ajena, siendo ese uso uno de los factores -tan solo uno- de los que inciden en la comercialización del producto -CNFed. Civ. y Com., Sala II, 20/10/01, ?Denkberg, Eduardo c/ Coto Cicsa, c. 1361/98-; la dilución o erosión del poder distintivo de la marca (...) le resta una de sus funciones principales, o cuando menos le deteriora su papel publicitario... y esto apareja, como natural consecuencia, el debilitamiento de su valor de venta -CNFed., Civ. y Com., Sala III, 21/03/02, ?Stanton & Cia. SA c/ Instituto Nacional de la Propiedad Industrial?, c. 4722/00, LL, 2002-E-209- (causas citadas en ALONSO, Fernando M. ?Marcas y Designaciones?, Ediciones La Rocca, Buenos Aires, 2004, p. 52/57) También en el derecho comparado es factible encontrar criterios neurálgicamente análogos para la dilucidación de controversias sobre uso y aprovechamiento indebido de la marca ajena como los indicados (ver por ejemplo el precedente estadounidense Maier Brewing Co. v. Fleischmann Distilling Corp., 390 F.2d 117 (9th Cir. 1968) donde se estableció que la teoría del enriquecimiento injustificado permite proteger los valores intangibles inherentes a la marca, como también los intereses de los compradores; y - entre otros trabajos que abordan el tema - lo expuesto en CORGILL, Dennis S., ?Measuring the Gains of Trademark Infringement?, 65 Fordham L. Rev. 1909 (1997). Disponible en: <http://ir.lawnet.fordham.edu/flr/vol65/iss5/2/>; y GOWEN Nicholas A.; BAUGHER Peter V. ?Recovering Damages for Trademark Infringement? disponible en <https://www.burkelaw.com/>) En este orden de ideas, el Sr. Juez de la Instancia anterior tuvo en cuenta, a los fines de cuantificar los daños: a) los montos que abonaban diversos franquiciados de la fallida como contraprestación por el uso de las marcas ?IAC?, b) que el uso de la marca de la actora habrá redundado en una mayor captación de alumnos por parte del demandado, y al efecto recordó los valores correspondientes a los importes que debía abonar un alumno de un curso ?IAC? en concepto de matrícula, cuotas y derecho a examen; c) lo dispuesto en los artículos 1077, 1083, 1068 y 1069 del Código Civil, y lo dispuesto en el artículo 165 del CPCCN; d) el carácter ilícito del uso marcario efectuado por el accionado (ver fs. 1030 vta. y 131).

El razonamiento utilizado resulta válido de conformidad a los lineamientos expuestos ut- supra y las constancias adjetivas de la causa, motivo por el cual, a mi entender, no resulta procedente su revocación por parte de este Tribunal. Abona lo dicho que las críticas del recurrente no alcanzan a conmover tales conclusiones, al dedicar extensos pasajes de su recurso a circunstancias relacionadas con la causa ?Franquicom SA?, la actuación de la sindicatura y de los jueces intervinientes en ella. Es lógico advertir que esas cuestiones no son susceptibles de ser revisadas en esta instancia, atento haberse discutido en otro proceso, cuya decisión cuenta con autoridad de cosa juzgada. Es doctrina de la Corte que las sentencias que se pronuncian no pueden ser interferidas o revisadas, por una vía inadecuada, por otras que se dictan en causas diferentes (arg. Fallos: 178:278; 254:95 y sus citas; 270:431). A mayor abundamiento, tampoco es ocioso recordar que nuestro Máximo Tribunal ha tenido oportunidad de señalar que el respeto a la cosa juzgada es uno de los pilares fundamentales sobre los que se asienta nuestro régimen constitucional y no es susceptible de alteraciones, porque la estabilidad de las decisiones jurisdiccionales constituye un presupuesto ineludible de la seguridad jurídica. En esas ocasiones afirmó que la autoridad de la sentencia debe ser inviolable, tanto con respecto a la determinación imperativa del derecho sobre el cual se requirió pronunciamiento judicial, cuanto en orden a la eficacia ejecutiva de este último (Fallos: 184:137; 209:303; 235:171; 259:289; 266:170; 307:1289; 311:495; 312:122). En ese contexto se le confirió jerarquía constitucional a la cosa juzgada (Fallos: 224:657; 250:435; 252:370; 259:289), sobre la base de que la inalterabilidad de los derechos definitivamente adquiridos por sentencia firme reconoce fundamento en los derechos de propiedad y defensa en juicio (Fallos: 199:466; 258:220; 281:421). Por tanto, estimo que las críticas dirigidas a este acápite de la sentencia devienen

infructuosas, y en consecuencia, deben confirmarse los daños y perjuicios reconocidos a la actora en la suma de \$50.000 (PESOS CINCUENTA MIL). VIII. Que por lo expuesto, propongo al Acuerdo: 1) Rechazar el recurso interpuesto por el Sr. Daniel Castelari, confirmando la sentencia de primera instancia. 2) Imponer las costas de Alzada a la recurrente vencida (art. 68 CPCCN). Así lo voto. EL JUEZ REBOREDO DIJO: Que adhiere al voto del Juez Lemos Arias. Por ello, el Tribunal RESUELVE: 1) Rechazar el recurso interpuesto por el Sr. Daniel Castelari, confirmando la sentencia de primera instancia. 2) Imponer las costas de Alzada a la recurrente vencida (art. 68 CPCCN). Regístrese, notifíquese y devuélvase. Fecha de firma: 24/04/2019 Firmado por: JULIO VICTOR REBOREDO, JUEZ DE CAMARA Firmado por: ROBERTO AGUSTIN LEMOS ARIAS, JUEZ DE CAMARA 039755E