

## el verano Se condena a Booking por publicidad engañosa al no existir correspondencia entre el precio ofrecido y el facturado por defecto de información

el verano Se condena a Booking por publicidad engañosa al no existir correspondencia entre el precio ofrecido y el facturado por defecto de información el verano Se condena a Booking por publicidad engañosa al no existir correspondencia entre el precio ofrecido y el facturado por defecto de información Fuente: doc\_01\_2025\_0012.html Partes: Berrondo Lion Valeria Elisa c/ Booking.com Argentina S.R.L. s/ abreviado ? cumplimiento de contrato Tribunal: Juzgado de Primera Instancia en lo Civil y Comercial de Córdoba Sala / Juzgado / Circunscripción / Nominación: 10 Fecha: 14 de marzo de 2024 Cita digital: dj153651153651153651 Voces: PROTECCIÓN DEL CONSUMIDOR ? DEBER DE INFORMACIÓN ? DAÑOS Y PERJUICIOS ? DAÑO MORAL ? TURISMO ? LEGITIMACIÓN PASIVA ? EXCEPCIÓN DE FALTA DE LEGITIMACIÓN ? BUENA FE ? PUBLICIDAD ENGAÑOSA Se configura un caso de publicidad engañosa por parte de Booking.com al no existir correspondencia entre el precio ofrecido y el facturado por defecto de información. Sumario: 1.-La firma demandada, debe responder por haber efectuado una oferta pública e indeterminada en términos poco claros, confusos e imprecisos, sin explicitar toda la información adecuada, concreta y veraz acerca de un elemento esencial del contrato como lo era el precio del servicio contratado a través de la plataforma digital. 2.-Existió una clara divergencia entre la primera etapa de búsqueda y reserva y lo posteriormente consignado en la confirmación de tal reserva; se advierten varios pasos y ventanas que se despliegan con información diferente y que no está al alcance de la consumidora al momento de 'captar su atención y atraerla' para iniciar y proseguir el proceso de compra. 3.-Los términos y condiciones publicitados inciden y determinan la decisión del consumidor en la adquisición del producto o servicio y en el caso, la información suministrada sobre uno de los elementos esenciales del negocio como es el precio, es vaga e imprecisa al contener recién en las instancias analizadas del proceso de reserva, expresiones del tipo 'aprox' o 'la entidad emisora puede aplicar un cargo por transacción internacional' sin especificar a qué se refieren ni cuáles son esos cargos. 4.-Asiste razón a la parte actora, pues se advierte la falta de claridad y concreción en un aspecto central de la contratación como es el precio del servicio, resultando la publicación confusa, engañosa y contradictoria. 5.-La información debe provenir del prestador y cumplir los calificativos legales desde el inicio del proceso de captación del cliente a través de la primera oferta; dado que en esa oportunidad es cuando la consumidora se encuentra más vulnerable por la influencia de la presentación. 6.-La relación de consumo subyacente al reclamo tiene características particulares, por haberse efectuado a través de un entorno digital, lo cual implica que la contratación fue realizada a distancia y el consentimiento se perfeccionó a través de un clic, situación que implica tener en cuenta la normativa específica en relación al deber de informar y el derecho de revocación de este tipo de contratos, así como la especial situación en la que se encuentra la consumidora pues el contrato tiene un objeto de comercio transnacional. 7.-En la contratación electrónica aumenta la posición desfavorable del consumidor, ya que éste no entra en contacto con el producto sino con lo que se le ofrece en relación a aquel y no puede comprobar la relación de correspondencia entre lo ofrecido y lo que finalmente recibirá, ya sea que se trate de un bien o un servicio en particular. 8.-En vistas a tal contexto de vaivenes económicos, sucesivas crisis y diversas medidas para intentar paliarlas, el deber de brindar información clara, detallada, veraz, completa y concreta se impone con mayor intensidad. 9.-Debe rechazarse la defensa de falta de legitimación pasiva, dado que, más allá de la postura defensiva basada en la supuesta inexistencia de una contratación directa con las partes que intervienen en la operación de reserva de alojamiento, deviene indiscutible que la accionada forma parte de un entramado societario orquestado por la sociedad matriz para la comercialización del servicio de intermediación que ofrece de modo indeterminado y por medios electrónicos a los consumidores; además, es evidente que el objeto social de la demandada es absolutamente funcional y relacionado con la actividad de la empresa holandesa principal. 10.-La empresa demandada, en tanto interviene en la cadena de comercialización del servicio de turismo, resulta responsable frente a los usuarios en los términos de los arts. 10 bis y art. 40 de la LDC, aunque no haya participado en forma directa del negocio jurídico, pues como ella misma lo menciona proporciona a la sociedad matriz gestiones útiles de 'soporte y logística' a efectos de la intermediación para la comercialización del servicio; y así obtiene un provecho económico por ello. 11.-Resulta inaceptable y contrario a la buena fe pretender eximirse de responsabilidad aludiendo ajenidad respecto de una empresa con sede en el extranjero, con quien la demandada se encuentra claramente ligada por una vinculación que la consumidora no tiene por qué conocer ni deslindar. 12.-La actora ha sido víctima de los efectos negativos de una oferta que le generó una expectativa razonable de pagar por el alojamiento contratado la tarifa publicada en el sitio de la demandada, no obstante lo cual luego vio reflejado un importe superior en el resumen de cuenta de su tarjeta de crédito. 13.-Se verifica la existencia de una diferencia de dinero entre el costo del valor del alojamiento promocionado y publicitado y el monto abonado efectivamente por la actora, de modo que corresponde que la misma sea reintegrada a la accionante. 14.-La indemnización del daño moral es procedente, dado que la incongruencia entre el precio de la reserva publicitado en la oferta y el precio efectivamente cobrado, constituye una situación disvaliosa que tuvo impacto negativo en la esfera

ánimica de la accionante en tanto ésta tuvo que abonar por el alojamiento un precio mayor a la tarifa prevista por la plataforma oferente.15.-Los sentimientos de angustia y frustración de la accionante se infieren si se piensa que, al planificar un viaje, el costo del mismo constituye un factor fundamental en la economía de la persona, en tanto se tienen en cuenta -entre otros- el costo del pasaje, el alojamiento y el dinero necesario para gastos de comida, movilidad y excursiones.16.-El incremento subrepticio del precio implica en definitiva que la consumidora vea retaceados los recursos económicos de los que dispone, circunstancia que produce como mínimo un estado de incertidumbre al tener que satisfacer un gasto que no tenía previsto.17.-Corresponde admitir la indemnización del daño punitivo, ya que la práctica desplegada por la parte accionada constituye una práctica abusiva que atenta contra la buena fe de los consumidores que contratan el servicio ofrecido basados en una publicidad que claramente induce a error, para luego quedar obligados y sin posibilidad de arrepentimiento en términos que difieren de aquello inicialmente ofrecido a través de un proceso publicitario que no fue claro ni adecuado.Fallo:CORDOBA, 14/03/2024. Y VISTOS: estos autos caratulados BERRONDO LION, VALERIA ELISA C/ BOOKING.COM ARGENTINA S.R.L. ? ABREVIADO ? CUMPLIMIENTO/RESOLUCION DE CONTRATO ? TRAM.ORAL, Expte. 11667667, iniciado con fecha 09/02/2023, traídos a despacho a los fines de resolver, de los que resulta que en igual fecha comparece la Sra. Valeria Elisa Berrondo Lion, DNI 38.180.121, con el patrocinio letrado del Dr. Pablo Gabriel Palomeque, y promueve demanda en contra de BOOKING.COM ARGENTINA S.R.L. CUIT N° 30-71148975-0, persiguiendo el cobro de la suma de pesos un millón doscientos cincuenta y siete mil quinientos veintiocho con cincuenta centavos (\$1.257.528,50), con más sus intereses costos y costas, o lo que en más o en menos resulte de las probanzas a rendirse. Relata que con fecha treinta y uno (31) de octubre de 2022, con el propósito de averiguar precios para reservar un hospedaje en la ciudad de Río de Janeiro de Brasil, ya que tenía previsto realizar un viaje de vacaciones a aquella ciudad, ingresó al sitio web <http://www.booking.com>, en el cual la demandada ofrece sus servicios. Precisa que el mismo consiste en una app web en la cual particulares y empresas puedan ofrecer distintos servicios de hospedaje y/o transporte, y por su parte los consumidores los pueden contratar a través de la página. En dicha oportunidad, dice, decidió reservar un departamento publicitado como «LinkHouse ? TENHA O CONFORTO DO APART HOTEL E O CHARME DO LEBLON», ubicado en la ciudad de Río de Janeiro apto para cuatro personas, en la fecha 27/12/2022 hasta el 3/01/2023, por el precio publicado e informado por la empresa demandada de pesos doscientos setenta y cinco mil setecientos noventa y dos (\$275.792). Destaca que el precio informado fue un aspecto fundamental al momento de optar reservar dicho alojamiento, ya que el mismo parecía razonable al comparar con otros. Refiere que realizó la transacción a través de su tarjeta de crédito Visa del Banco Santander Río, en la página web de la entidad demandada. Hace saber que luego de efectuado el pago, le llegó a su correo electrónico la confirmación de la reserva, donde figuraba el mismo precio publicado es decir pesos doscientos setenta y cinco mil setecientos noventa y dos (\$275.792), con más unos cargos de alojamiento y suplemento de limpieza por el monto de cuarenta y siete mil doscientos trece, es decir, un total de pesos trescientos veintitrés mil cinco (\$323.005). Especifica que, en dicha reserva, se agregaba al lado del precio la palabra «aprox», situación que le llamó la atención y generó un malestar, ya que al momento de realizar el pago no se informaba de manera clara y fehaciente que el mismo podía variar. Por el contrario, dice, el pago se realizó con la confianza y creencia de que el valor real y definitivo del hospedaje era el informado por la demandada. Expresa que al día siguiente de realizado el pago, a través de la aplicación de su tarjeta de crédito, tomó conocimiento que se realizó un abono por el monto de dólares dos mil ciento cuarenta con veintisiete centavos (USD2.140,27) y que el mismo correspondía a la reserva realizada a través de Booking. Señala que dicha situación causó una gran sorpresa y un profundo malestar, ya que al tipo de cambio vigente al momento de la reserva ello le significó que el valor real del hospedaje fuera de pesos setecientos cincuenta y un mil setecientos setenta con veinticinco centavos (\$751.770,25), es decir que prácticamente triplicó al valor informado por la demandada. Destaca que la operación por el monto y por haberse acreditado en el exterior, se le aplicó la cotización del popularmente conocido como «Dólar Qatar» o «Dólar Turista», y dicho tipo de cambio surge de aplicar al valor de la cotización oficial del Dólar Estadounidense el treinta por ciento (30%) por ciento del impuesto PAIS, un cuarenta y cinco por ciento (45%) a cuenta de Ganancias y un veinticinco por ciento (25%) a cuenta de Bienes Personales. A más de ello, destaca que el consumo de dólares se encuentra limitado, según las resoluciones del Banco Central de la República Argentina (BCRA) a dólares doscientos (USD 200) mensuales. De tal guisa, el consumo en la moneda estadounidense que contabilizó la Empresa en su tarjeta de crédito le imposibilitó cualquier consumo en dicha moneda por el período aproximado de un año, consecuencia que no pudo prever y no estaba dispuesta a afrontar al momento de gestionar la reserva. Hace saber que, ante dicha situación, se comunicó con el servicio de atención al cliente de la empresa BOOKING.COM ARGENTINA SRL a los fines de que le aclare la situación y buscar una solución, sin embargo solamente obtuvo respuestas evasivas e incluso insinuaciones de que fue su culpa desconocer el monto real de la transacción. Comenta que en razón de que el valor del hospedaje era completamente distinto al informado en cuanto al monto y la moneda de la operación, solicitó que se cancelara la transacción y la reserva del alojamiento. Sin embargo, dice, la empresa denunciada se limitó a decir que era decisión del alojamiento

cancelar la reserva y que ellos no podían hacer nada para solucionar su situación, pero que de todos modos solicitarían a dicho establecimiento que realizara una excepción y gestionara la cancelación gratuita, evidenciando, aún más, que los fundamentos de este reclamo tenían sustento. Señala que el alojamiento informó que ellos publican los precios en Reales, es decir la moneda brasileña, y que la responsabilidad de informar los precios en Pesos es de la empresa Booking, es decir, que fue la demandada la que había colocado el precio en pesos, sin aclarar su monto en moneda brasileña y/o estadounidense, como sí lo hacen otras empresas que brindan estos tipos servicios. Indica que también informó que resultaba imposible cancelar el alojamiento de manera gratuita, aclarando que, de cancelar la reserva, igualmente iba a tener que abonar los dólares dos mil ciento cuarenta con veintisiete centavos (USD2.140,27), viéndose doblemente perjudicada porque perdería el alojamiento y el dinero. Refiere que, por último, se comunicó telefónicamente con el servicio de atención al cliente del demandado mediante un número con característica argentina. Comenta que allí, fue atendida por una persona que no hablaba español, quien le indicó que es usual que al consumidor le aparezca el precio en la moneda del país desde donde se busca alojamiento y que, si la persona desea ver el valor real a abonar, debe modificar la configuración en su perfil. Pone de resalto que esa información no se ve publicada en ningún lugar del sitio web, evidenciando aún más la intención de inducir al error al consumidor final, brindando una información errónea y confusa, con total intención y desatención a los derechos del consumidor que consagra el ordenamiento jurídico. Indica que, continuando con el llamado, solicitó hablar con un supervisor que entendiera su situación e idioma, ya que esta persona estaba teniendo problemas para poder entenderlo y darle respuesta, a lo que responde que no contaba con ninguna persona que hablara español ya que la llamada había sido derivada a Europa, por no encontrarse en Argentina ninguna persona trabajando a razón del temprano horario (10.15 am). Destaca que es a todas luces evidente el escaso y/o nulo canal de reclamos que posee la Empresa demandada, produciendo una frustración en los consumidores que se ven perjudicados con la información publicada, desalentando de este modo, a las personas a intentar solicitar una reversión de la situación tan perniciosa desde un punto de vista económico pero también moral. En definitiva, dice, la demandada reconoce que son ellos quienes publican los precios en moneda argentina, y coloca en responsabilidad del consumidor averiguar cuál es el valor real de la transacción en moneda extranjera, todo esto además sin indicarlo de forma clara y fehaciente. Hace saber que además de ser Booking.com quien informa el valor en pesos, lo hacen de manera errónea y deficiente, ya que utilizan un tipo de cambio que no existe para los consumidores de este tipo de servicios, situación que deben tener en cuenta al momento de operar y ofrecer servicios en nuestro país. Manifiesta que, frente a esta situación, se vio obligada a iniciar un reclamo ante la Dirección Provincial de Defensa del Consumidor a los fines de poder solucionar el conflicto de la manera más rápida posible, ya que en ese momento ya había adquirido el vuelo hacia a la ciudad de Río de Janeiro del país vecino. En ese orden, se fijó y se citó a una audiencia a la empresa BOOKING.COM ARGENTINA S.R.L. para el día 1 de Diciembre de 2022, oportunidad en la cual la demandada solicitó un plazo de cinco (5) días hábiles a los fines de ofrecer algún tipo de solución a lo que le había sucedido. No obstante ello, dice, transcurrió el plazo sin que la demandada brindara una solución u ofreciera una alternativa. Destaca que tampoco contestó, ni se negó a la petición de la actora, lo que evidencia aún más la completa desatención de la empresa con los derechos del consumidor. Pone en conocimiento que esta situación le produjo un profundo daño económico y moral, ya que el alquiler del hospedaje estaba destinado para disfrutar unas vacaciones en la ciudad de Río de Janeiro, Brasil, y atento la falta de solución brindada por la demandada se vio obligada a utilizar un hospedaje mucho más oneroso al gasto que tenía previsto en este rubro y así tener que limitar sus expectativas en el viaje, ya que el dinero que iba ser destinado para distintas actividades recreativas y de ocio, debió ser utilizado en el hospedaje. Asimismo, exterioriza que esto le ocasionó un profundo malestar emocional y mental, ya que el viaje lo venía planificando con mucha antelación, y desconoce cuándo tendrá la posibilidad de visitar nuevamente aquella ciudad, y toda esta situación generó que no pudiera disfrutar ni realizar todas las actividades que había planificado para este viaje. Hace referencia que todos los daños ocasionados a su persona, son producto de la falta de información brindada por la empresa demandada y por su incumplimiento liso y llano a las disposiciones de la Ley de Defensa del Consumidor y de los Derechos del Consumidor que consagra nuestra Constitución Nacional y el CCCN. Expone que la completa desatención y violación de la demandada a los derechos de defensa del consumidor no es inintencional ni involuntario, por el contrario, parece una práctica común a los fines de obtener mayores ganancias a costas de los consumidores que confían en su información. Asimismo, dice, Booking.com no solamente obtiene ganancias de los consumidores que buscan hospedaje, sino también de aquellos que ofrecen sus servicios a través de su página web. Sin embargo, dice, luego pretende desatender los derechos del consumidor y que sea único responsable la persona o empresa que publicite su servicio de hospedaje en la página, logrando así obtener ganancias sin asumir ningún riesgo ni cumplir con la ley de defensa del consumidor. En razón de ello, es que considera menester que se tenga en cuenta la aplicación también de una sanción ejemplar dado que quienes llevan estos conflictos a la Justicia son los menos. Imputa la exclusiva responsabilidad en la producción del hecho a la demandada, en virtud de las siguientes razones: Incumplimiento de la ley de defensa del consumidor; incumplimiento al deber de información; incumplimiento de la oferta y la publicidad; incumplimiento al modo de

rescisión de servicios electrónicos; mala fe manifiesta; violación al trato digno del consumidor y realizar prácticas abusivas. Reclama los siguientes daños y perjuicios: a) Daño emergente del incumplimiento de la Ley de Defensa del Consumidor: Afirma que la demandada incurrió en distintos incumplimientos de obligaciones establecidos por la ley 24.240, los que le ocasionaron indudablemente un daño en su calidad de consumidora. Precisa que la mentada empresa, incumplió con el deber de información que consagran el Art. 4 de la Ley 24.240, el Art. 1100 del CCCN y el Art.42 de la Constitución Nacional, ya que la demandada informó que el hospedaje tenía un valor total de pesos trescientos veintitrés mil seis (\$323.006), y luego al momento de acreditarse el pago en su tarjeta de crédito el valor del mismo fue de dólares dos mil ciento cuarenta con veintisiete centavos (USD2.140,27), lo que traducido a pesos representó la suma de pesos setecientos cincuenta y un mil setecientos setenta con veinticinco centavos (\$751.770,25). Precisa que dicha suma de dinero, surge del resumen de su tarjeta de crédito y la cotización de dólar a la fecha 14/12/2022 (fecha de cierre del resumen de la misma). Apunta que la suma de dólares dos mil ciento cuarenta con veintisiete centavos (USD2.140,27) en dicha fecha equivalían a pesos trescientos ochenta y dos mil treinta y ocho con diecinueve centavos (\$382.038,19), a lo que debe adicionarse el impuesto país de pesos ciento siete mil cuatrocientos siete con treinta centavos (\$107.407,30), impuesto de ganancias de ciento sesenta y un mil ciento diez con noventa y seis centavos (\$161.110,96), impuesto de bienes personales por ochenta y nueve mil quinientos seis con nueve centavos (\$89.506,09), impuesto de sellos por dólares treinta y dos con diez centavos (USD32,10), es decir pesos cinco mil setecientos veintinueve con ochenta y cinco centavos (\$5.729,85) e impuestos de sellos por cinco mil novecientos setenta y siete con ochenta y seis centavos (\$5.977,86). Dice que dicha suma arroja un total de pesos setecientos cincuenta y un mil setecientos setenta con veinticinco centavos (\$751.770,25), conforme al resumen de su tarjeta de crédito. Asevera que tanto la ley, como la doctrina y la jurisprudencia son coincidentes con la importancia del derecho de información, por lo cual ninguna empresa puede ignorarlo y debe brindar la información de manera clara, cierta y detallada, o en caso contrario incurre en un incumplimiento grave que debe ser indemnizado. Asimismo, refiere que quien debe cargar con la responsabilidad de reparar el daño que surge del incumplimiento del derecho de información es el proveedor, sobre quien pesa la obligación de brindar la misma. También, resalta que la oferta realizada por la empresa demandada, la obliga a cumplimentar con ella, tal como lo dispone el CCCN y la Ley de Defensa del Consumidor. Analiza doctrina y normativa aplicable, y concluye que como consumidora, tuvo la expectativa de que lo informado por BOOKING.COM ARGENTINA SRL era confiable y real, sobre todo teniendo en cuenta que el precio es un elemento esencial en este tipo de contratos, por lo que corresponde que dicha entidad cumpla con su oferta y publicidad, porque así lo exige la ley y la buena fe. Añade que la demandada en ningún momento le informó por escrito la facultad de revocar la aceptación, que es lo que hubiera correspondido conforme lo dispuesto por el artículo 34 de la Ley 24.240. Por el contrario, dice, se le negó esa posibilidad desde el primer momento en que tomó conocimiento que el precio informado no era correcto. Señala que la empresa se desligó de la responsabilidad que le cabe y le informó que era el hospedaje el que tenía que responder, sin embargo toda la transacción se realizó desde su sitio web e inclusive la confirmación fue enviada por la demandada. Destaca que de esa manera, la empresa tiene la facultad de realizar el cobro de los consumidores pero no revocar la aceptación, lo cual resulta contrario a toda lógica y a las disposiciones de la Ley de Defensa del Consumidor. En razón de lo expuesto, cuantifica el rubro considerando que corresponde que la demandada reintegre el dinero abonado de más conforme lo originariamente informado, es decir, que restituya la suma de pesos cuatrocientos veintiocho mil setecientos sesenta y cuatro con veinticinco centavos (\$428.764,25), con más los intereses debidos desde la fecha de pago. b) Daño moral: refiere que resulta indiscutible el entusiasmo que genera realizar un viaje a otra ciudad con el fin de disfrutar unas vacaciones, que además esto genera una gran ilusión y expectativa de conocer lugares nuevos y particularmente en una ciudad como la de Río de Janeiro que cuenta con innumerables excursiones y actividades que se pueden desarrollar durante la estadía. Señala que desde el momento en que decidió realizar el viaje, fue investigando precios y costos que tendría, imaginando como iba utilizar sus ahorros para cada rubro. Asevera que en razón de ello, es que se vio perjudicada y emocionalmente dañada, cuando tomó conocimiento que todo lo planificado no iba a poder ser real, ya que lo que pretendía gastar en hospedaje fue triplicado por el actuar de la empresa demandada. Expone que inevitablemente toda esta situación la frustró y desilusionó, ya que se vio obligada a utilizar el dinero que había ahorrado para hacer excursiones y actividades en sus vacaciones en el hospedaje. Pone en conocimiento que a consecuencia de esta situación comenzó a sufrir ataques de ansiedad, que afectan su vida diaria y que tuvo que trabajar con su psicóloga tratante la Lic. María de los Angeles Llensa. Resalta que al pensar en el viaje, se enojada y recordaba toda esta situación; que se sintió engañada y muchas veces culpable de haber sufrido dicho problema, con miedo de no poder solucionarlo y hasta con intenciones de cancelar sus vacaciones, a costa de perder todo el dinero invertido en él. Hace presente que es una persona que hace tiempo cuenta con tratamiento psicológico, y esta situación de estrés, le generó un retroceso en su vida, situaciones que creía completamente superadas, se volvieron a presentar, como ataques de ansiedad y de llanto, los que tuvo que volver a trabajar con su psicóloga. Analiza doctrina y jurisprudencia aplicable y cuantifica dicho rubro en la suma de pesos doscientos mil (\$200.000), lo que equivale a dos pasajes de avión de ida y vuelta a la

Ciudad de Río de Janeiro, Brasil, basándose en la teoría de los placeres compensatorios de nuestro CCCN, dejando librado dicho monto al prudente arbitrio de la Juzgadora. c) Daño Punitivo: asevera que en el caso de marras, se produjeron ciertas infracciones a la Ley de Defensa del Consumidor, que deberán ser tenidas en cuenta a la hora de imponer una multa a su favor, por aplicación del art 52 bis. Entre ellos, señala: a- Incumplimiento al deber de información: dado que la empresa de forma voluntaria brinda información confusa a los potenciales consumidores que utilicen su sitio web, informando un precio que no es real ni existente, ya que luego de realizado el consumo en la tarjeta de crédito que se utiliza para adquirir servicio impacta otra suma de dinero completamente distinta a la informada. Entiende aplicable lo dispuesto por el art 42 de la Constitución Nacional, razón por la cual, la violación a este derecho debe tener una sanción ejemplificadora. b ? Incumplimiento de la oferta y falta de publicidad: comenta que, tal como fuera manifestado, Booking.Com Argentina SRL a través de su sitio web <http://www.booking.com>, realiza ofertas al público en general e indeterminado, de distintos servicios alojamiento y transporte alrededor del mundo. Es así que informa a los potenciales consumidores, las condiciones del hospedaje, características del lugar, servicios que brinda el hospedaje, ubicación, capacidad, tamaño, el precio, etc. Es así que el consumidor, quien es la parte más débil de la relación de consumo y por la confianza que genera o debería generar el contratar un servicio en una empresa multinacional, adquiere el servicio asumiendo que la información brindada es real y definitiva, es decir que no está sujeto a ningún cambio. Resalta que ello no ocurre en la práctica, lo cual además, genera una ventaja económica para la demandada, ya que otras empresas competidoras informan el precio real del hospedaje, ya sea informando el mismo en moneda extranjera o bien incluyendo todos los cargos e impuestos en la moneda nacional. An aliza normativa aplicable, en particular el art 7,8, cc. y ss. de la Ley de Defensa del Consumidor y art 9 de la Ley 22.802. c- Incumplimiento de la prestación de servicios: asevera que la demandada brinda un servicio que no cumple con la normativa vigente al respecto, esto es, lo dispuesto con el art 19 de la Ley 24.240. d- Incumplimiento del derecho de revocación del consumidor: hace presente que tanto la Ley de Defensa del Consumidor, como el CCCN, brinda a los consumidores de una herramienta para revocar la aceptación realizada por medios electrónicos durante el plazo de diez (10) días, sin tener la necesidad de expresar motivos o que exista una causa, y este derecho es irrevocable e irrenunciable. En ese orden, alega que la empresa debió otorgarle la posibilidad de revocar el servicio que había contratado cuando lo solicitó expresamente, y no debió responder con evasivas e endilgado responsabilidad a la prestadora del hospedaje. Cuantifica dicho rubro utilizando la fórmula elaborada por el jurista Marías Irigoyen Testa, arribando a la suma de pesos seiscientos veintiocho mil setecientos sesenta y cuatro con veinticinco centavos (\$628.764,25). Analiza la normativa legal que considera aplicable y ofrece prueba documental, informativa, confesional, pericial informática, pericial psicológica y presuncional. Formula reserva del caso federal.-Impreso a los presentes el trámite del juicio abreviado, toma intervención en fecha 11/04/2023 el Ministerio Público Fiscal, y con fecha 31/03/2022 comparece el Dr. Andrés Diaz Yofre, en su carácter de apoderado de Booking.com Argentina S.R.L., en adelante Booking, y solicita el rechazo íntegro de la demanda, con expresa imposición de costas. Alega que su mandante es por completo ajeno a los hechos ventilados en autos, por cuanto Booking no tuvo participación ni vinculación alguna con la actora ni con el Hotel; no prestó el servicio de reservas online que alegó haber utilizado la actora. Tampoco se comprometió en modo alguno a prestar el servicio de hospedaje que se dijo contratado, el cual, habría sido comprometido única y exclusivamente por «Hotel». Enfatiza que Booking.com Argentina no administra el sitio web, ya que la administradora del mismo es Booking.com B.V., compañía constituida en los Países Bajos. Destaca que, de los términos y condiciones de uso del mismo sitio de internet, surge en la «Información Legal» quién es el responsable por el mismo. Asevera que Booking no puede ser considerado proveedor en los términos pretendidos por el actor, como así también, que no recibió pago alguno por parte de la actora y, por ende, no tiene ninguna obligación de restituir una suma que jamás percibió. Hace presente que en el caso no se encuentran reunidos los presupuestos de responsabilidad civil ni los presupuestos que habilitarían la procedencia del pretendido daño punitivo. Desconoce toda la documentación acompañada por la parte actora, que no fuere reconocida por su parte, por no emanar de su mandante. Niega todos y cada uno de los hechos alegados en la demanda, en particular niega que la actora haya realizado una reserva por intermedio de la plataforma web <http://www.booking.com>; que haya contratado con el Hotel LinkHouse una estadía entre las fechas 27/12/2020 al 03/01/2023 y hubiere abonado la suma de US\$2.140,27 para hospedarse en su viaje. Asimismo, niega que en el caso medie un incumplimiento contractual, que su mandante haya debido reintegrar valor o suma alguna a la actora, como así también que su representada haya contratado en modo alguno con la misma y sea parte en la relación y/o contrato de consumo que alega la Sra. Berrondo Lion. Niega que su representada haya incurrido en incumplimiento alguno y que la actora se haya contactado con la misma; que Booking no hubiera informado en forma clara y fehaciente que el pago podía variar, como así también que haya asumido obligación alguna a su cargo. Que la actora le haya solicitado a su representada la cancelación de la transacción y la reserva del alojamiento, como así también que solicitaría al hotel la cancelación gratuita de la reserva. Niega que su representada se haya comunicado con el actor telefónicamente y/o por correo electrónico y/o que haya realizado las manifestaciones que se invocan en la demanda, que su mandante adeude suma alguna a la actora por cualquier concepto, y que

hubiere maltratado o desinformado a la actora. De la misma forma, niega que Booking sea responsable de los contratos perfeccionados a través de <http://www.booking.com>; que haya incurrido en conducta alguna pasible de multa civil y que preste bienes y/o servicios a consumidores y/o usuarios. En suma, niega que la demandada resulte responsable y/o le sean atribuibles los hechos ventilados en autos y/o que deba indemnización alguna por los supuestos daños y perjuicios reclamados en la demanda. Seguidamente, expone la realidad de los hechos y hace presente que es evidente la intención de la actora de sustraerse de los elementos internacionales del caso, el cual encierra disímiles relaciones en las que su mandante ninguna intervención tuvo y que a su vez involucran a sujetos que no fueron demandados y cuyos domicilios se encuentra situados en el extranjero. Asevera que Booking no tuvo participación en los supuestos hechos ventilados en la demanda, motivo por el cual jamás podría atribuírsele los incumplimientos y demás imputaciones que se efectúan en su contra. Precisa que la utilización del sitio de reservas online <http://www.booking.com>, se encuentra regido por términos y condiciones de uso, siendo aplicables al caso aquellos detallados «actualizado el 14 febrero de 2022». Señala que de los mismos, surge que la página de Internet, la estructura y el servicio de reservas de alojamientos online proporcionado, pertenece, es gestionado y suministrado por Booking.com B.V., y no por su representada, quien es asimismo, el titular de dicho dominio y de la marca ( A3. de los T&C, cláusula 1; B2, cláusula 2). En ese orden, asevera que Booking.com B.V. es una sociedad de responsabilidad limitada constituida según la legislación de los Países Bajos y que cuenta con sede social en Ámsterdam y desde allí cumple acabadamente su objeto, al amparo de legislación extranjera (Países Bajos). Por su parte, dice, conforme surge del estatuto de Booking.com Argentina, la misma es una empresa constituida y domiciliada en el país con organización, patrimonio y personalidad jurídica propios, que no ofrece servicios de reserva online, no tiene un sitio web, no lo controla ni administra. Especifica que la única actividad llevada a cabo por Booking.com Argentina es proporcionar servicios limitados de soporte y logística en el país a favor y en exclusivo beneficio de Booking.com B.V., y ese limitado servicio, no implica que su mandante actúe como agente de proceso ni de servicio de Booking.com B.V. Destaca que su representada tampoco se relaciona jurídicamente con los hospedajes, ni actúa en representación de Booking.com B.V., lo cual está justamente aclarado en los términos y condiciones. Pone de resalto que Booking.com B.V. en todo momento actúa directa y personalmente tanto en su relación con los hospedajes (brindándoles una plataforma para que ellos mismos publiquen y gestionen sus reservas en línea), como con los usuarios del sitio (eventuales huéspedes), haciéndolo con relación a estos últimos bajo los términos y condiciones antes señalados, regidos por legislación holandesa. Comenta que de tal modo, Booking.com Argentina, no percibe pago alguno por parte de hospedajes ni de los usuarios del sitio web, y menos aún percibió el cargo que la actora dijo haber abonado. Expone que de ese modo, se aprecia que ninguna participación, ni vinculación unió a su mandante con la actora, por lo que bajo ningún contexto podría atribuírsele incumplimiento ni responsabilidad alguna por los hechos relatados en la demanda, así como tampoco podría atribuirse a la demandada el carácter de «proveedor» que se insinúa. Reitera que la titularidad y administración del sitio web recae en una empresa distinta, constituida y domiciliada en los Países Bajos, denominada Booking.com B.V. Dicha empresa, invierte en tecnología y con ello se limita a poner a disposición de usuarios (eventuales huéspedes, administradores y/o dueños de hospedajes) una plataforma tecnológica o canal a fin de que éstos, en forma directa y personal puedan eventualmente concertar la prestación de un servicio de hospedaje. Asevera que ello no convierte al prestador de la plataforma tecnológica o canal (Booking.com B.V.) en proveedor de un servicio de hospedaje que no le es propio. Hace saber que la cláusula 2da. del apartado B.2 de los términos y condiciones dispone que al llevarse a cabo una reserva se establece una relación contractual directa entre el usuario y el hospedaje. Asevera que lo dicho, lleva necesariamente a distinguir entre dos vinculaciones diferenciadas: el servicio de alojamiento que proporciona el hospedaje, quien debe cumplir con las prestaciones inherentes al mismo, y respecto de las cuales el sitio web no participa; y el servicio gratuito que presta el operador del sitio a los usuarios de la plataforma a fin de que puedan acceder a la información publicada por los distintos alojamientos en el mundo y, eventualmente, realicen una reserva en línea a través del canal que ofrece el mismo sitio. De tal guisa, dice, una vez concertada la reserva entre el usuario y el hospedaje, las condiciones de las tarifas y sus servicios asociados, así como la satisfactoria ejecución del contrato de hospedaje, exceden el servicio que se presta a través del sitio <http://www.booking.com>, que definitivamente no consiste en un contrato de viaje, de agencia, de corretaje ni un mandato. Bajo tal esquema, resalta que pretender sin más imputar al administrador del sitio (Booking.com B.V) o a Booking.com Argentina los eventuales incumplimientos en los que podría incurrir cada uno de los hoteles que utilizan el sitio web para promocionar su alojamiento, no tiene asidero; menos aún en el caso concreto donde asevera no se advierte la existencia de incumplimiento alguno siquiera. Refiere que no hay un solo elemento que permita explicar por qué su mandante debiera reembolsarle suma alguna al actor, menos aún, un importe que jamás percibió. Resalta que se ha entablado una acción contra la misma, cuando no es el titular del servicio web, no es parte en ningún contrato, no formó parte de las readecuaciones del alegado contrato y no recibió pago alguno. Explica que de lo expuesto surge que no puede atribuirse a Booking.com Argentina la calidad de proveedor en los términos del art. 2 y/o 19 de la Ley de Defensa del Consumidor, ya que no tuvo ninguna vinculación con la actora,

no se comprometió a prestar servicio alguno y no tuvo ninguna intervención en los hechos ventilados en autos. Informa que su representada no ofrece ningún servicio a consumidores y/o usuarios. Destaca que, en razón de ello, también es errada la consideración efectuada por la actora en orden al deber de informar, pues nada tenía que informarle a la actora si ni siquiera sabía de la reserva en el LinkHouse, ni tampoco del supuesto intercambio de comunicación que tuvo con la administradora de Booking.com. Reitera, que los términos y condiciones de dicho sitio web, del cual no es titular su representada como así tampoco lo administra, cumplen acabadamente con el deber de información en todo lo vinculado con el servicio gratuito de reservas online provisto por Booking.com B.V., a punto tal que ese servicio gratuito no ha merecido reproches por parte de la accionante. Hace saber que en el apartado A8 de los términos y condiciones del sitio web, se advierte que las tarifas, disponibilidad, condiciones de cancelación y demás características de cada alojamiento las proporciona cada proveedor de viaje. En relación al daño punitivo pretendido, señala que no procede su aplicación, ya que resulta por demás improcedente, puesto que Booking.com Argentina no es proveedor en los términos de la Ley de Defensa del Consumidor y ninguna intervención tuvo en los hechos ventilados autos. Resalta que mal podría imputársele a su representada una actuación dolosa o grave incumplimiento, como así tampoco la actuación de sujetos distintos por los que no tiene obligación de responder, ni procede extenderle responsabilidades bajo supuestos no previstos por la ley o que previstos en casos particulares no se encuentran aquí configurados. Fundamenta su postura en doctrina normativa y doctrina citada y concluye que en el caso no se configura ninguno de los señalados presupuestos de procedencia. Resalta que su representada no ha observado un obrar antijurídico, pues ningún vínculo o prestación debida lo unió con la actora. Dice que tampoco cabría imputarle las actuaciones de terceros, siendo que principios básicos del derecho civil indican que las sanciones represivas son estrictamente personales, tanto desde el punto de vista del sujeto activo o pretensor, como del sujeto pasivo o responsable. Cita jurisprudencia que alega abona su postura. Analiza los presupuestos de la responsabilidad civil y expone que no existe un hecho antijurídico imputable a su mandante bajo ningún factor de atribución, ni actividad de su parte con vínculo o nexo causal respecto de los supuestos daños alegados. De tal guisa, asevera que, tal como se ha expuesto, Booking.com Argentina no ha incurrido en actuación antijurídica alguna ni en los incumplimientos que se alegan. Enfatiza que, ausente este primer e ineludible presupuesto, mal puede predicarse la obligación de resarcir de su mandante. En relación al factor de atribución, aclara que no ha sido alegado, lo cual dificulta su derecho de defensa. Destaca que tanto los factores subjetivos, como los objetivos, deben ser invocados y acreditados, carga que recae sobre la actora. En cuanto a la relación causal, enfatiza que la actora omitió aludir a dicho extremo, y que, de acuerdo a la teoría de la relación causal adecuada (art. 1726 del CCC), pesa sobre la actora la carga de acreditarlo. Referido al daño, precisa que el mismo debe ser cierto, subsistente, personal del reclamante y afectar un interés legítimo del damnificado. En este punto, reitera que su mandante no percibió suma alguna y, por lo tanto, mal puede pretenderse un reembolso, sobre todo, cuando la alegada estadía fue utilizada por la actora. Relacionado al daño moral, cita doctrina y jurisprudencia y afirma que hay una ausencia de los elementos que cuenta del perjuicio, sumado a las frases dogmáticas empleadas por la accionante. Ello, dice, ilustran lo infundado del rubro pretendido y en consecuencia, solicita el rechazo del mismo, de igual modo que los anteriores en comentario. Manifiesta su desinterés en relación a la producción de la prueba pericial contable, destacando que la misma resulta por completo ajena a los hechos ventilados en autos. Alega que resulta a todas luces un dispendio de tiempo y dinero la realización de una pericia contable como la requerida. Ofrece prueba documental, informativa, inspección judicial, pericial informática en subsidio y confesional. Hace expresa reserva de caso federal. Fijada la audiencia preliminar prevista en el art. 3 de la ley 10.555 para el día 29/08/2023, comparecieron la actora, Sra. Valeria Elisa Lion Berrondo, acompañada de su letrado el Dr. Pablo Gabriel Palomeque y la demandada, BOOKING.COM ARGENTINA SRL, a través del Dr. Ignacio Malpassi. En dicha oportunidad, se fijó el objeto litigioso quedando circunscripto a lo peticionado por la actora en su escrito de demanda; y lo referido por el demandado en su contestación, puesto que ambos ratificaron los términos de sus presentaciones. En autos se recepcionó la audiencia complementaria (19/12/2023), en la oficina de gestión de audiencias (OGA), bajo el sistema de video registración. En dicha oportunidad se diligenció la prueba oral, se escucharon los alegatos de las partes y los letrados manifestaron su condición frente al IVA.-Dictado y firme el «decreto de autos», queda la presente causa en condiciones de ser resuelta.-Y CONSIDERANDO: I) La Sra. Valeria Elisa Berrondo, D.N.I. 38.180.121, interpone formal demanda en contra de Booking.com Argentina S.R.L., Cuit 30-711489750, por incumplimiento de la ley de defensa del consumidor, puntualmente en lo que atañe a la información publicada sobre el precio del alojamiento contratado, el cual -según dice- fue ofertado en pesos y cobrado en dólares, circunstancia que implicó que terminara abonando el triple de lo previsto en función de los impuestos aplicados. Reclama el pago de la suma total de pesos (\$1.257.528,50), comprensiva de: a) daño emergente: por un total de \$428.764,25; b) daño moral por la suma de \$200.000 y c) daño punitivo por la suma de \$628.764,25.-Por su parte, el apoderado de Booking.com Argentina S.R.L., alega que su mandante no tuvo participación ni vinculación alguna con la actora ni con el hotel puesto que el servicio de reserva online habría sido contratado a través de <http://www.booking.com>, sitio que es administrado por Booking.com B.V., compañía constituida en Países Bajos. Que no se

configuran los presupuestos de la responsabilidad civil para hacer lugar al resarcimiento reclamado; por los argumentos expuestos en los Vistos de la presente a los que remito en pro de brevedad.-A su turno, la Sra. Fiscal Civil interviniente dictaminó que la presente acción tiene como base una relación de consumo, por lo cual peticiona que al resolver se apliquen las normas legales, principios rectores y postulados del estatuto consumeril.-En estos términos, ha quedado trabada la Litis.-II) Legitimación de las partes.-Seguidamente corresponde verificar si se encuentra acreditada en debida forma la legitimación sustancial de los litigantes. Sabido es que la legitimatio ad causam es la cualidad emanada por la ley que faculta a una persona a requerir una sentencia favorable respecto del objeto litigioso, que supone una identidad entre el sujeto pretensor (el actor) y el titular del derecho cuyo reconocimiento se pretende, como así también entre el sujeto obligado (demandado) frente al derecho pretendido.-La identidad entre el accionado y aquel en contra de quien la ley efectivamente concede la acción, es una cuestión verificable de oficio por el Tribunal, independientemente de si fue o no alegada por el interesado, por cuanto la legitimación pasiva importa simultáneamente una condición de admisibilidad de la acción y un presupuesto de una sentencia útil.-En el sublite, de la confirmación de la reserva N° 3436551355 adjuntada en la demanda, surge prima facie acreditado que la Sra. Valeria Elisa Berrondo Lion, realizó una compra de servicios a través de Booking.com, por la estadía en un departamento en la ciudad de Rio de Janeiro desde el 27/12 al 03/01. Según lo expuesto en la demanda, la reserva se hizo con finalidad vacacional, de modo que, la nombrada engasta en la definición de consumidora contenida en el art. 1 de la LDC que establece que se entiende por tal «la persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios en forma gratuita u onerosa como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social.»-En el otro polo de la relación, la demanda se dirige en contra de Booking.com Argentina S.R.L., firma que alega ser ajena a la contratación efectuada, en tanto que el servicio de reserva de alojamientos contratado por la actora, ha sido efectuado a través de <http://www.booking.com>, sitio administrado por Booking.com B.V. que es una compañía constituida en Países Bajos y no ha sido traída a proceso. De este modo, afirma que son entidades distintas que no deben ser confundidas, no siendo aplicable a su respecto las disposiciones de la Ley de Defensa del Consumidor.-Pues bien, dado que la legitimación pasiva se encuentra cuestionada, se torna necesario verter las siguientes consideraciones, no sin antes advertir la falta de precisión de la accionada en cuanto a los términos de su defensa. En efecto, si bien alega una supuesta ajenidad del negocio, no especifica claramente cuál sería entonces su rol o función empresarial de modo que no se logra comprender acabadamente su objeto y finalidad. Al leer pormenorizadamente la defensa, la pregunta insoslayable que surge a cualquier entendedor es ¿para qué fin existe?, ¿cuál es concretamente la función de Booking.com Argentina SRL en las operatorias comerciales que desarrolla la empresa extranjera aludida? La respuesta a este punto neurálgico no surge con detalle y concreción en su postulación. Veamos.-Se ha expresado que Booking.com, es una plataforma digital explotada por una sociedad holandesa que ofrece un servicio de reserva online de alojamientos turísticos en diferentes partes del mundo, facilitando el contacto entre los anfitriones -profesionales y particulares- que disponen de alojamientos para alquilar por un lado, y a personas que buscan este tipo de alojamiento por el otro, a cambio del pago de una comisión.-La firma demandada en los presentes: Booking.com Argentina SRL, es una sociedad filial de Booking.com BV, con domicilio en la Ciudad de Buenos Aires, cuya actividad consiste -según lo manifestado en la contestación de la demanda- en brindar soporte y logística de Booking.com., compartiendo con ésta firma la raíz del nombre comercial.-De modo tal que, más allá de la postura defensiva basada en la supuesta inexistencia de una contratación directa con las partes que intervienen en la operación de reserva de alojamiento, deviene indiscutible que la accionada forma parte de un entramado societario orquestado por la sociedad matriz para la comercialización del servicio de intermediación que ofrece de modo indeterminado y por medios electrónicos a los consumidores. Además, es evidente que el objeto social de la demandada es absolutamente funcional y relacionado con la actividad de la empresa holandesa Booking.com B.V. en tanto del contrato social acompañado, surge que el objeto social de Booking.com Argentina S.R.L. es «realizar por cuenta propia o ajena, en forma independiente o asociada a terceros, dentro de la República Argentina y/o Sudamérica, las siguientes actividades: identificar e intermediar entre hoteles, centros de turismo y/o terceros involucrados en el negocio del turismo a fin de originar negocios y alianzas entre ellos.». Más aún, Booking.com B.V. aparece como una de las empresas que suscriben dicha pieza para constituir la sociedad aquí demandada; y luego consta que posee el 93,54% del capital social y votos (v.IGJ N° 1.832.099 «Inscripción de Cesión de cuotas», Acta agencia N° 29).-De tal guisa, Booking.com Argentina S.R.L., en tanto interviene en la cadena de comercialización del servicio de turismo, resulta responsable frente a los usuarios en los términos de los arts. 10 bis y art. 40 de la LDC, aunque no haya participado en forma directa del negocio jurídico, pues como ella misma lo menciona proporciona a la sociedad matriz gestiones útiles de «soporte y logística» a efectos de la intermediación para la comercialización del servicio; y así obtiene un provecho económico por ello. Frente a la consumidora, el intermediario oficia en la contratación, con rol activo en virtud de este nexo, sin que le resulte oponible a aquella las vicisitudes de las relaciones internas que existan entre los partícipes de los contratos conexos cuya finalidad y función económica es común (arts. 1073 a 1075 CCCN). En todo caso, se trata de un sistema o red contractual. Ello significa que hay una finalidad económico-social que trasciende la

individualidad que pretende evidenciar de cada contrato y que constituye la razón de ser de su unión. Esta causa reside en el funcionamiento integral y eficiente del sistema, por ende, que quienes son parte en los contratos encadenados no resultan «verdaderos terceros».-Resulta inaceptable y contrario a la buena fe pretender eximirse de responsabilidad aludiendo ajenidad respecto de una empresa con sede en el extranjero, con quien la demandada se encuentra claramente ligada por una vinculación que la consumidora no tiene porqué conocer ni deslindar. La consumidora accionante sí es ajena al modelo negocial predispuesto por las empresas.-Se debe tener en cuenta que desde la óptica de la consumidora, y en función del alcance y naturaleza de la responsabilidad compartida por los partícipes del entramado negocial, ésta puede dirigir su acción en contra de cualquiera de los sujetos responsables de modo conjunto o indistinto (arg. art.1773 CCCN). Resulta atendible que dirija su reclamo contra la filial que visibiliza como representante de la firma en el país, pues -además- la denominación Booking.com que contienen ambas firmas y que coincide con la nominación del sitio web al que accedió la actora, genera la apariencia de que se trata de la misma persona jurídica (arg. art. 367 CCCN).-Así lo ha entendido la jurisprudencia, en un caso de reciente data en el cual se sostuvo -con criterio que comparto- que «La circunstancia de que Booking.com Argentina S.R.L. no perciba sumas de usuarios ni de hospedajes y que toda su facturación es al cliente Booking.com.BV (conf. peritaje contable, puntos ofrecidos por la citada demandada), no aporta dato concluyente para acreditar la ajenidad de aquella en la cadena de comercialización, toda vez que, como resulta de antecedentes citados más arriba, el modelo de negocio de que se trata supone que la citada empresa holandesa recibe una comisión del proveedor después de que el cliente haya ingresado al alojamiento o utilizado el servicio o producto, la cual es luego compartida con la filial.» (conf. Excma. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial Sala D, en autos: «CINA MARÍA ELENA C/ BOOKING.COM ARGENTINA S.R.L.-ORDINARIO», resolución del 10/08/2023).-Por otro lado, tal como se señaló ut supra y se especificará infra, existe entre las partes una relación de consumo con todos los efectos que ello implica. El primero de ellos es que se produce una ruptura en el principio de relatividad de los contratos, con la consecuencia que la ley extiende las obligaciones del régimen de protección al consumidor a los sujetos involucrados en la cadena de provisión del servicio, independientemente de que haya suscripto un acuerdo con la consumidor o no.Ello se ve plasmado en la Ley 24.240 -y sus modif.-, que establece la responsabilidad solidaria y objetiva con la finalidad de ensanchar el número de sujetos obligados, sin perjuicio de las acciones de repetición que tendrán luego los obligados entre sí. ¿En conclusión, por las razones expuestas debe desestimarse la defensa de falta de legitimación pasiva opuesta por la demandada.-III) Marco normativo. Relación de consumo.-En el sublite, es insoslayable que el vínculo habido entre la accionante y la parte demandada, constituye una «relación de consumo», término con el cual se alude a la existencia de vínculo entre una persona: llamada proveedor y otra: consumidor o usuario (art. 3 de Ley 24.240). En efecto, la Sra. Berrondo Lion, contrató una prestación hotelera en el extranjero a través de la plataforma digital con fines turísticos y actuando como destinataria final (consumidor directo o jurídico -primer párrafo, art. 1 LDC). Mientras -según se vio-, la firma demandada forma parte del grupo económico que lidera Booking.com BV, cuya actividad consiste en la oferta del servicio de reservas online de alojamiento vacacional (proveedor en los términos del art. 2 LDC).-En consecuencia, la normativa que constituye el marco legal de la relación entre los usuarios de la plataforma de reservas de alojamientos turísticos online y la firma responsable de la misma, comprende la Constitución Nacional (art. 42), la Ley de Defensa del Consumidor N° 24.240 y sus modificatorias, la Ley de Defensa de la Competencia y las normas del CCCN relativas a relaciones y contratos de consumo.-La aplicación de las normas consumeriles tiene las siguientes implicancias: «. pesa sobre el proveedor de servicios turísticos la obligación de informar (art. 4º, LDC, y 1100, CCiv.yCom.); las precisiones de la publicidad realizadas en relación con el viaje integran el contenido del contrato (art.8º, LDC, y 1103, CCiv.yCom.); pueden cuestionarse por abusivas las cláusulas que desnaturalicen las obligaciones, limiten la responsabilidad por daños, importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte o que no sean razonablemente previsibles (art. 37, LDC, y arts. 985 a 988, y 1117 a 1122, CCiv.yCom.); resultan responsables todos los participantes en el proceso de comercialización del servicio de turismo por su prestación defectuosa (art. 40), entre muchas otras.» (conf. ARIAS, María Paula-TRIVISONNO, Julieta B., «La protección del consumidor frente a la economía de servicios», Publicado en: SJA 30/03/2016, en Jurisprudencia Argentina; 2016-I p. 1299-1320, Cita Online: AR/DOC/4197/2016. Lo destacado me pertenece).-Dicho régimen tuitivo resulta aplicable en todas las etapas de la contratación: tanto en las tratativas como en el momento de su celebración, durante su ejecución, e incluso en el ámbito post contractual; e impone el cumplimiento -también en todas la etapas del iter contractual- del deber de información y trato digno (arts. 4 y 8 LDC).-A su vez, esta relación de consumo tiene características particulares, por haberse efectuado a través de un entorno digital, lo cual implica que la contratación fue realizada a distancia y el consentimiento se perfeccionó a través de un clic (comúnmente denominados «onclick agreement»), situación que implica tener en cuenta la normativa específica en relación al deber de informar y el derecho de revocación de este tipo de contratos (arts. 32 y 33 LDC y 1105 y ccd.CCyC), así como la especial situación en la que se encuentra la consumidora pues el contrato tiene un objeto de comercio transnacional.-En esta senda, explíc a la doctrina que en la contratación electrónica aumenta la posición

desfavorable del consumidor, ya que éste no entra en contacto con el producto sino con lo que se le ofrece en relación a aquel y no puede comprobar la relación de correspondencia entre lo ofrecido y lo que finalmente recibirá, ya sea que se trate de un bien o un servicio en particular. A ello se suma que no cuenta con una persona o agente físico que pueda eventualmente despejar sus dudas y aclarar algunos puntos. En efecto, este tipo de contrataciones se realiza en circunstancias en que resulta dificultoso comprender las características, significados, costos, y aspectos fundamentales del objeto del contrato. Por tal razón, la debilidad estructural del consumidor se ve potencialmente incrementada, siendo imprescindible extremar las medidas para asegurar el cumplimiento del deber de información con el objeto de facilitar la comprensión de aspectos esenciales del servicio o producto, y evite daños al contratante. Ello además tiene como finalidad superar aquellas prácticas disvaliosas que -en definitiva- atentarán contra el funcionamiento mismo del sistema que se pretende fomentar. Máxime dado el auge indiscutible de las nuevas tecnologías, cada vez más al alcance de nuevos usuarios y consumidores, así como el carácter globalizado de las contrataciones, circunstancias que imponen en estos supuestos, la exigencia de mayores previsiones y agravamiento de los deberes legales para evitar situaciones disvaliosas pues el riesgo de su producción es mayor en el entorno digital.-IV) Análisis de las cuestiones controvertidas.

Incumplimiento de Booking.com Argentina SRL.-La accionante relata que con fecha 31/10/2022, efectuó una reserva a través del sitio web Booking.com a los fines de obtener la estadía en un departamento situado en la ciudad de Rio de Janeiro (Brasil), para alojarse allí desde el 27/12 y hasta 03/01, por el precio total publicado de \$323.006. Refiere que con posterioridad y al efectuar la consulta a través de la aplicación de su tarjeta de crédito, tomó conocimiento de que el pago de la reserva se había realizado por la suma de dólares USD 2.140,27, y que tal circunstancia implicó que el valor real del hospedaje fuera de pesos \$751.770,25, en atención a los impuestos que se aplicaron sobre la divisa extranjera por compras en el exterior. A raíz de ello, denuncia que la información suministrada por la página web mediante la cual realizó la contratación, fue errónea y confusa en relación al precio del alojamiento de referencia, toda vez que la cotización publicada era en pesos y sin detalle alguno sobre los impuestos que gravaban la operación. Por otra parte, destaca que fue privada de la facultad de revocar la transacción, toda vez que no se le permitió cancelar la misma, argumentando la intermediaria que el establecimiento hotelero reservado no permitía cancelación gratuita y que debía abonar igualmente la operación.-En cuanto a la actitud asumida por la demandada, ésta mantuvo una postura defensiva contraria a la atribución de responsabilidad a su parte, fundada -tal como he señalado líneas atrás- en la falta de intervención en el negocio, y por ende la inexistencia de los presupuestos para decidir una condena en su contra. Asimismo, en la audiencia complementaria, refiere a la ruptura del nexo causal fundada en el hecho de la víctima, en tanto entiende que era deber de la consumidora informarse sobre la política cambiaria del país cuando adquiere un servicio en el exterior. También alega razones de fuerza mayor, en función de la imposibilidad -según dice- de consignar un precio final en la publicación de la oferta, cuando existen 22 tipos cambiarios en relación al dólar estadounidense.-En función de estas consideraciones, ha de verse que el punto a dilucidar -en primer lugar- radica en determinar si la información suministrada en la oferta de la reserva por el proveedor fue clara y permitía la comprensión de la consumidora sobre los alcances de la obligación contraída; o si por el contrario fue defectuosa y susceptible de inducir a error lo cual configuraría una publicidad engañosa.-Al respecto, cabe recordar que el consumidor tiene derecho, reconocido constitucional y legalmente, a obtener información durante todo el iter de la relación contractual. En efecto, el deber de información (art. 4 Ley 24.240) pesa sobre todo proveedor en todas las etapas de la contratación: tanto en las tratativas como en el momento de su celebración, durante su ejecución y en su etapa posterior, e incluso en el ámbito post contractual.-Hace al leal y cabal conocimiento que el consumidor debe tener sobre los alcances de la relación jurídica que lo vincula con quien posee el poder económico de fijar los términos contractuales. En este orden de ideas, la doctrina enseña que: «se trata de una obligación, y no de una mera carga del proveedor, de manera tal que pone en juego la responsabilidad de éste y la eficacia del negocio jurídico. Asimismo, la norma indica que la información debe ser cierta, clara y detallada, en los aspectos relativos a las características esenciales de los bienes y servicios; y sobre las condiciones de su comercialización». (conf. JUNYENT BAS, Francisco A.- GARZINO, María Constanza, «El deber de información al consumidor», LL 2012-B, 1159).- Nuestro Máximo Tribunal ha señalado recientemente sobre este tópico que «El derecho de información es uno de los pilares en el que se asienta el reconocimiento de los derechos al consumidor consagrados en el artículo 42 de la Constitución Nacional, que encuentra su correlato en el deber de información impuesto a los proveedores de bienes y servicios por la Ley 24240. En ese marco, el conocimiento adquiere un valor máximo, exigiendo que la información sea siempre gratuita para el consumidor y proporcionada con la claridad necesaria que permita su comprensión. De allí que, para que se configure una infracción al deber de información, en principio, no se requiere la verificación de un daño concreto en los derechos de aquél, sino la posibilidad de su existencia, por lo que se impone una conducta objetiva que debe ser respetada.» (conf. Excmo. TSJ en autos «ROHR, ENRIQUE ABRAHAM C/ PROVINCIA DE CÓRDOBA ? PLENA JURISDICCIÓN ? RECURSO DE APELACIÓN» (Expte. N° 1877812), Sent. N° 180 del 26/10/2017, <http://boletindigital.justiciacordoba.gob.ar>).-En esta línea, en el acápite anterior he señalado la importancia y mayores

requerimientos en orden al correcto cumplimiento de este deber de información y publicidad adecuada que se debe evidenciar de modo prístino con motivo de la contratación por vía electrónica, en entornos digitales. Esta exigencia no se ve empañada ni resulta menor en nuestro país por el mero hecho de los avatares o problemas de macro o microeconomía que pueden verificarse a lo largo de los años. Por el contrario, estimo que, en vistas a tal contexto de vaivenes económicos, sucesivas crisis y diversas medidas para intentar paliarlas, el deber de brindar información clara, detallada, veraz, completa y concreta se impone con mayor intensidad. Esta obligación que pesa sobre el proveedor debe ser tenida especialmente en cuenta por quien/es deciden operar en el país, pues no es dable desconocer tales conyunturas que -en todo caso- forman parte del riesgo empresarial asumido por los interesados.-Efectuadas estas aclaraciones, y analizadas pormenorizadamente las constancias de autos, adelanto opinión en sentido favorable a la pretensión de la accionante. Doy razones.-Como primera medida ha de verse cómo se ha publicitado el servicio por parte de la intermediaria. Así, del examen de la confirmación de la reserva N° 3436.551.355, se advierte que el costo del alojamiento reservado por la actora, esto es en «LinkHouse- Tenha o Conforto Do Apart Hotel E o Charme do Leblon #LB2-009» por siete noches para un grupo de cuatro adultos desde el 27/12 al 03/01, se especifica en la suma de «aprox. \$275.792», mientras que más abajo, pero en diferente tamaño se consigna R \$9.437. Por otra parte, en letra pequeña se detalla que el precio que aparece puede incluir cargos e impuestos locales o los cargos que haya configurado el alojamiento y a continuación se detalla un cargo por servicio del alojamiento por \$41.369 y suplemento de limpieza por \$5.845. Finalmente, se distingue «precio final aprox. \$323.006»; renglón abajo «(impuestos incluidos)» «pagarás 11.052,55 en BRL». -Nótese que si bien -por un lado- consigna «aprox.» y que «puede incluir cargos extras por impuestos locales o cargos del alojamiento», luego dice «impuestos incluidos»; y más allá dispone -también en letra pequeña- «La entidad emisora puede aplicar un cargo por transacción internacional». -Los términos y la vaguedad de las palabras empleadas en la publicación precedentemente relacionada, generan como mínimo los siguientes interrogantes ¿Finalmente, qué ítems o conceptos están incluidos en el precio informado? ¿A qué se refieren estas supuestas aclaraciones que nada aclaran? ¿Cuáles son los impuestos que están incluidos y cuáles no? ¿A qué se alude con la expresión «cargo por transacción internacional?», pues no resultan fácilmente entendibles para un usuario del sistema sin experticia en aspectos relacionados con este tipo de comercio en particular.-Esta modalidad de publicidad se constata durante el diligenciamiento de la pericia informática, ya que el Sr. Perito oficial al realizar la simulación de búsqueda para la reserva de alojamientos de similares características ha señalado que obtuvo 64 resultados entre departamentos y hoteles; que se «muestran fotografías, nombre o título descriptivo, ubicación, descripción general de la capacidad y características de la propiedad. Junto a la valoración del inmueble se muestra cantidad de noches, cantidad de personas, precio total del alojamiento expresado en el tipo de moneda establecida por defecto, en este caso pesos argentinos y leyenda en el cual especifica si el precio incluye impuesto y cargos y si hay adicionales». Alude a un ejemplo en el cual se dispone el «precio total» sin consignar -como lo hace la confirmación de reserva ya aludida ut supra- que se trataría de una cantidad «aprox.», (entendemos que significa «aproximada») (v. respuesta 2 y las fotografías adjuntadas por el experto a su dictamen). Tampoco obra dicha supuesta aclaración al desplegar el menú siguiente, tras hacer clic en «Ver disponibilidad», el cual dispone de detalles del tipo de alojamiento. Recién al confirmar la reserva, en el «Desglose de precios» se indica en letras grandes igual precio sin mención alguna, y en letras pequeñas la moneda del alojamiento y una leyenda en relación al tipo de cambio (v. respuesta 3). De allí se extrae -entonces- que existe una clara divergencia entre la primera etapa de búsqueda y reserva; y lo posteriormente consignado en la confirmación de tal reserva. Se advierten varios pasos y ventanas que se despliegan con información diferente y que no está al alcance de la consumidora al momento de «captar su atención y atraerla» para iniciar y proseguir el proceso de compra.-Así, tras analizar esta presentación de la oferta, estimo que asiste razón a la parte actora pues se advierte la falta de claridad y concreción en un aspecto central de la contratación como es el precio del servicio, resultando la publicación confusa, engañosa y contradictoria.-Aquí, no se trata de si la actora sabía o no que la compra de un servicio internacional se encontraba gravada con los impuestos fijados por la normativa argentina (léase: impuesto país, porcentaje a cuenta de ganancias, bienes personales, etc.). Lo que no queda claro desde un comienzo de la contratación de la consumidora a través del sitio es la conformación del precio de la contratación y este elemento del contrato «debe» quedar claro y despejado tanto al momento de iniciar el proceso de búsqueda de la reserva, pues es allí que el cliente se encuentra más estimulado y susceptible a la captación, como al concertarse el negocio debiendo en todo momento coincidir la información para garantizar el derecho al libre consentimiento de la contratante. En todo caso, dependerá del prestador del servicio arbitrar los medios necesarios para asegurar este extremo y permitir una contratación segura, debiendo proveer la mayor y más adecuada información para evitar -reitero- dobles u erróneas interpretaciones.-Todos estos cuestionamientos apuntados surgen de la mera lectura de la presentación de la página web predisuelta por la proveedora para la transacción, la cual no posee la claridad suficiente para garantizar una operación informada por parte de la consumidora.-Estas imprecisiones, vaguedad y contradicciones son susceptibles de hacer incurrir a la consumidora en un error en orden a la verdadera entidad económica de la compra. Los términos de la publicación resultan engañosos desde que predispone diversas fórmulas que pueden dar lugar a distintos

entendimientos, lo cual la despoja de la característica de claridad exigible al caso.-El perito oficial Ingeniero Julio César Beccaria describió en su informe que ingresó al sitio web booking.com. y constató que las secciones inspeccionadas son coincidentes con las capturas de pantalla del archivo denominado «Captura de pant booking.com.pdf» alojado en SAC. Consultado sobre la moneda en que se ofrecen los hospedajes o servicios al ingresar al sitio web desde Argentina, el experto realizó consultas de diferentes reservas similares a la contratada por la actora a la vez que efectúa simulacros de compra. Explica el experto que «el sitio web presenta todo su diseño en el idioma español, con la moneda predeterminada del país (.) Al momento de confirmar la reserva; en el desglose de precios, se indica el importe total de la reserva indicando si incluye o no los impuestos y cargos. Los cuales están detallados en pesos. También se indica el valor en la moneda local del alojamiento, en este caso en \$ reales. Además, se incluye leyendas informando el tipo de cambio y advierte sobre la posibilidad del cobro de un cargo por la transacción en moneda extranjera.» (vr. respuesta N° 4 del cuestionario de la actora).-Sobre el valor probatorio del informe técnico, cabe apuntar que la prueba pericial constituye una de las pruebas más relevantes para ilustrar al juzgador sobre el/los asuntos sobre los que se requiere la intervención del experto. En esta línea, ha sostenido autorizada doctrina que «la peritación es una actividad desarrollada, en virtud de encargo judicial, por personas especialmente calificadas, distintas e independientes de las partes y del juez del proceso, por sus conocimientos técnicos, artísticos o científicos, mediante la cual se suministra al juez, argumentos o razones para la formación de su convencimiento respecto de ciertos hechos cuya percepción o entendimiento escapa a las aptitudes del común de las gentes» (conf. DEVIS ECHANDÍA, Hernando, « Teoría general de la prueba judicial», Tomo II, Ed. Zavalía, Buenos Aires, pág. 287). Se trata de un medio de prueba por el cual una persona con conocimientos especiales brinda al juez una opinión fundada en sus saberes técnicos ajenos a la ciencia jurídica para formar su convicción y -por tanto- debe poseer rigor científico respecto de las deducciones y comprobaciones que dimanen de su dictamen. Es decir, que tiene una doble fuente: por un lado se encolumna a verificar e informar sobre los hechos que requieren conocimientos especiales y por el otro, aportar reglas técnicas o científicas de experiencia especializadas para formar la convicción del juzgador sobre la existencia y alcance de tales hechos (conf. VENICA, Oscar Hugo «Código Procesal Civil y Comercial de la Provincia de Córdoba», Ed. Marcos Lerner, 2006, pág. 441).-Para determinar en el caso la eficacia convictiva del dictamen pericial, se deberá acudir -como frente a los demás medios probatorios- a las reglas de la sana crítica racional desde que la pericia no reviste carácter vinculante, empero la posibilidad de apartamiento de las conclusiones del experto se encuentra supeditada a la existencia de elementos probatorios de igual peso que desvirtúen las conclusiones de la pericia oficial. Por tanto, siendo que en el caso el dictamen pericial no ha sido desvirtuado ni impugnado, cabe estar a las conclusiones que se extraen del mismo.-De las conclusiones vertidas en el informe, se desprende que el precio de la oferta se encuentra publicado en pesos; y que a través del avance en los pasos del proceso surgen opciones de desglose donde recién se van agregando especificaciones como la posibilidad de aplicación de impuestos y cargos incluidos, éstos varían de un alojamiento a otro, de lo cual se infiere que no se trata de la información relativa a los impuestos que en el país gravan este tipo de operaciones. Por otra parte, como he señalado, la leyenda que alerta sobre cargos por la transacción en moneda extranjera, no contiene ninguna especificación al respecto.-Pondérase también que se han empleado diferentes tamaños de letras en la página, lo cual contribuye a generar confusión sobre el alcance de la oferta. Se distingue que el precio en pesos es de mayor tamaño que las posteriores aclaraciones efectuadas, las cuales además de insuficientes se consignan en «letra chica». Máxime si se tiene en cuenta -repito- que por tratarse de una contratación electrónica, deben extremarse los recaudos para que el consumidor que ingresa de buena fe al mercado adquiera el producto y/o servicio con la mayor previsibilidad posible para no verse luego frustrado en sus legítimas expectativas.-Al respecto se ha sostenido «el abuso de las técnicas publicitarias -sea por información incompleta, tendenciosa o engañosa- vulnera el derecho del consumidor de jerarquía constitucional -art. 42, Ley Fundamental- afectando el consentimiento que puede prestar ese consumidor o usuario, parte débil de la relación de consumo» (conf. Ricardo Luis LORENZETTI «Consumidores» segunda edición actualizada, Rubinzal Culzoni, Santa Fe 2009, pág. 194).-Conforme lo expuesto, tengo por acreditada la plataforma fáctica denunciada por la accionante, esto es que ha sido víctima de una oferta que no satisface los requerimientos de debida información que debe suministrarse a los consumidores. Por consiguiente, se trata de una publicidad que cabe calificar como confusa, engañosa, incierta e incompleta.-Recuérdese que el artículo 8° de la LDC dispone: «Las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el contrato con el consumidor.» Idéntica previsión se allá contenida en el art. 1103 del CCCN, en tanto que el art. 1101 del CCCN prevé «Está prohibida toda publicidad que:a) contenga indicaciones falsas o de tal naturaleza que induzcan o puedan inducir a error al consumidor, cuando recaigan sobre elementos esenciales del producto o servicio (.)».-Por otra parte, el decreto 274/2019 instaura un nuevo régimen en materia de lealtad comercial y en su art. 1° dispone que la finalidad de su articulado es la de «asegurar la lealtad y transparencia en las relaciones comerciales y garantizar el acceso a información esencial sobre productos y servicios comercializados en la República Argentina a través de canales físicos o digitales, en interés de todos los participantes del mercado».-A la luz de estas previsiones, es

inegable que los términos y condiciones publicitados inciden y determinan la decisión del consumidor en la adquisición del producto o servicio y en el sublite advierto que la información suministrada sobre uno de los elementos esenciales del negocio como es el precio, es vaga e imprecisa al contener recién en las instancias analizadas del proceso de reserva, expresiones del tipo «aprox» o «la entidad emisora puede aplicar un cargo por transacción internacional» así como las demás deficiencias ya señaladas ut supra sin especificar a qué se refieren ni cuáles son esos cargos.-Este tipo de prácticas consistentes además en publicar -por defecto y de modo predispuesto según el país donde se efectúe la consulta- un valor en pesos sin mayores especificaciones y que no incluye el detalle preciso de su composición, ha inducido -en el caso concreto sujeto a juzgamiento- a confusión y engaño a la consumidora. Favoreció -asimismo- la posibilidad de que aquella, al ser captada a través de una determinada tarifa entienda que se obliga en base a la misma. No obstante, como ella ha señalado, recién al recibir el resumen del medio de pago empleado se vio sorprendida por un incremento sustancial del monto del contrato. Esto se evidencia por la aplicación de cotizaciones de las diferentes monedas correspondientes al hospedaje y al pago a la entidad crediticia. También como derivación de la adición de impuestos nacionales por el tipo de operatoria que no fueron detallados y que -además- pudo considerar incluidos en el precio, pues no existió claridad en lo ofertado. No es dable cohonestar que la consumidora recién pueda conocer acabadamente la suma comprometida a partir de la operación de conversión que realiza -a posteriori- la entidad encargada del medio de pago utilizado. Ciertamente que esta operatoria no fomenta, sino que -por el contrario- obra en detrimento de la utilización del medio electrónico para el consumo. Finalmente he de apuntar, que la conducta reprochada también es susceptible de atentar contra las reglas de libre competencia con otros proveedores de servicios similares que sí respetan las reglas para una correcta publicidad de la oferta.-Por tanto, estimo que la firma demandada, en tanto integrante de un grupo económico ligado por conexidad contractual que opera bajo la modalidad del sitio web Booking.com debe responder por haber efectuado una oferta pública e indeterminada en términos poco claros, confusos e imprecisos, sin explicitar toda la información adecuada, concreta y veraz acerca de un elemento esencial del contrato como lo era el precio del servicio contratado a través de la plataforma digital. Es justamente este extremo el que configura la actuación de la intermediaria, quien presta un servicio de nexo o conexión entre la consumidora y la empresa/comercio. De allí que se descarta el argumento que pretende deslindar responsabilidad al sostener que aquella realiza una actividad desvinculada del negocio principal que conecta. No se ha reclamado aquí el incumplimiento de alguna prestación derivada de tal negocio principal (vg.hospedaje) lo cual podría- eventualmente- abrir debate sobre la extensión o no de la constrictión al sitio web, sino que -expresamente- se endilga responsabilidad a la demandada por aquel accionar disvalioso en el ámbito de su intervención y que tiene que ver con la oferta publicitada.-En efecto, quien despliega una actividad, concebida ésta como conjunción de personas, cosas, instrumentos o tareas, conectadas entre sí para la consecución de un fin determinado, obtiene un beneficio o provecho de la misma. En consecuencia, debe soportar -como contrapartida- la responsabilidad por las consecuencias dañosas que aquella produzca. Conforme nuestro sistema legal, la responsabilidad por la realización de actividades lucrativas es de naturaleza objetiva y gravita sobre quien la realiza, dirige, controla u obtiene provecho de la misma. Por ello, quien desarrolla la actividad e interviene en el complejo de contratos vinculados, deberá responder por los perjuicios causados, pudiendo liberarse únicamente por la ruptura del nexo causal mediante la acreditación de alguna causa ajena.-En esta senda, al alegar, la demandada ha hecho alusión a la incidencia causal del hecho de la víctima por no informarse adecuadamente y a razones de fuerza mayor fundadas en la política cambiaria del país.-Sin embargo, para que operen tales eximentes, ambas deben ser totalmente ajenas a la actividad desplegada por el responsable de la actividad, lo que no se verifica en autos. En efecto, en base a sostener que brindó información suficiente, pretende trasladar a la consumidora la producción del daño por el supuesto incumplimiento del deber de «informarse». Empero, considero que los términos y modalidad en que se presentó la oferta no fueron -en el caso- autosuficientes como para que le quepa dicho reproche. Nótese incluso que -como ya he señalado- al efectuar el simulacro de compra, el perito da cuenta de que el proceso de reserva consta de una «serie de pasos» en los cuales la tarifa va variando, así como también la información relativa a la misma, la exposición del precio y los impuestos y cargos.De este modo, la posibilidad de la consumidora de informarse sobre el valor real de la operación se diluye frente a este tipo de prácticas comerciales que no satisfacen la garantía de asegurar un contrato eficaz y comprensible. La información debe provenir del prestador y cumplir los calificativos legales desde el inicio del proceso de captación del cliente a través de la primera oferta; dado que en esa oportunidad es cuando la consumidora se encuentra más vulnerable por la influencia de la presentación. Más aún frente a actividades desarrolladas en un ámbito cada vez más competitivo. Sus partícipes -sin embargo- no pueden retacear la debida información exigible legalmente, ni siquiera para mostrar el negocio como más atractivo frente a quien consume. La oferta por medios electrónicos y al público indeterminado debe extremar el cumplimiento de tales recaudos para minimizar y evitar daños injustos (arg. art. 1717 CCCN). Si el obrar disvalioso permite la concreción del daño corresponde la atribución de responsabilidad.-Por otra parte, el argumento relativo a un supuesto de caso fortuito o de fuerza mayor, que sintetiza en la imposibilidad de consignar en el anuncio el precio final de la operación debido a la multiplicidad de tipos cambiarios existentes en el país en relación al dólar, no

resiste análisis. Si se repara en que es la propia demandada quien administra y diseña los programas informáticos utilizados en la plataforma, tal circunstancia no puede ser esgrimida como causal eximitoria. Su condición de proveedora en el comercio electrónico, impone la adopción de los recaudos necesarios a efectos de que sus beneficios no se obtengan a costa de avisos generadores de confusión y duda en el consumidor. Máxime si se tiene en cuenta que en la explotación de su actividad se realiza en diferentes territorios; y por tanto no puede desconocer el sistema legal vigente en los lugares en los que opera. Cabe tener presente que la ley de protección de los consumidores y usuarios es de orden público (art. 65 LDC), de modo que la empresa comerciante no puede alegar el desconocimiento de las disposiciones legales. Más aún si se advierte el alcance de la participación de Booking.com Argentina SRL como parte del operador intermediario, de modo que era quien conocía o debía conocer tal normativa (v. pto. 1 pericia informática donde se consigna la existencia de filiales que «se encargan de proporcionar apoyo a Booking.com dentro del mismo país»). En todo caso, esta coyuntura del país forma parte del riesgo que la empresa decide asumir al operar en el ámbito de los consumidores argentinos, sin que se encuentre compelido a tal actividad.-Finalmente, desde otro ángulo, cabe valorar la denuncia formulada por la Sra. Berrondo, quien expresa que al tomar conocimiento del real importe de la transacción, intentó cancelar la reserva a cuyo efecto remitió mail al servicio de atención al cliente de booking.com. Sin perjuicio de que afirma que le dijeron que intentarían buscar una solución al problema, luego se le informó que de cancelar la reserva el importe abonado no era reembolsable; «que la cancelación comporta cargo» (mail del 01/11/22); «que deberá abonar el total del cargo de cancelación» (mail del 07/11/222), lo que en la práctica implicó que se viera privada del ejercicio del derecho de retractación que la ley le confiere.-La facultad de arrepentimiento del consumidor está consagrada en los arts. 32, 33 y 34 LDC y 1110 del CCCN. Tiene como objeto conferirle una mayor protección en función de que ciertas modalidades de la contratación, como las ventas a distancia, fuera del establecimiento del proveedor, por correspondencia o a través de medios electrónicos o similares -tal como ocurre en el presente caso-, aumentan los potenciales riesgos al no poder examinar de una forma directa los productos o servicios adquiridos. Es por ello que se le confiere un plazo de 10 días corridos desde que recibe el bien o desde la celebración del contrato, durante el cual puede ejercitar el derecho a rescindir sin que tenga que cargar con las consecuencias negativas de tal decisión. Esta facultad es irrenunciable y como consecuencia de su ejercicio, las partes quedan liberadas de las obligaciones contraídas, debiendo restituirse las prestaciones cumplidas.-En relación a esta figura se ha precisado que «posibilita al consumidor desligarse unilateralmente de un vínculo comercial ya perfeccionado, con la finalidad de reintegrarle la posibilidad de ponderar la conveniencia de una contratación que la técnica empleada para concretarla le ha arrebatado y así evitar que un consentimiento contractual que ha sido prestado en una situación particular (en el caso, fuera del establecimiento del proveedor; arg. CCCN 1104) despliegue los mismos efectos que un consentimiento manifestado en un proceso comercial ordinario (conf. Fernández, R. y Gómez Leo, O., Tratado Teórico-Práctico de Derecho Comercial, Buenos Aires, 2009, T. II-B, pág. 1066; De Lorenzo M. F., Ley de defensa del consumidor, comentada y anotada, Buenos Aires, 2009, T. I, pág. 378; Rouillón, A. y Alonso, D., Código de Comercio comentado y anotado, Buenos Aires, 2006, T. V, pág. 1178; Chamatropulos, D., en la obra dirigida por Chomer, H. y Sícoli, J., Legislación Usual Comentada ? Derecho Comercial , Buenos Aires, 2015, T. IV, pág. 456 y ss.)».(conf. Juzgado Nacional de Primera Instancia en lo Comercial de 27 Nom. en autos «LA SELVA DANIEL NICOLÁS C/ FRÁVEGA S.A.C.I. E I. S/ SUMARÍSIMO», resolución del 28 de junio de 2023; Cita digital: dj144302144302144302).-Analizadas las constancias de autos a la luz de estos lineamientos, se verifica que la contratación fue el 31/10/2022 y prácticamente sin solución de continuidad la actora se contactó con el equipo de atención al cliente de booking.com, para solicitar la rescisión de la compra, gestiones que se materializaron vía mails entre el 01/11/2022 y el 07/11/2022 y reflejan la situación relatada por ésta en orden a la solicitud de cancelación de su parte y la negativa de la demandada en reembolsarle el importe abonado en tal caso.-Dicho extracto, da cuenta de la tempestividad del reclamo y valorado junto al resto de los elementos acompañados, constituye un indicio de la situación denunciada, ponderándose también que conforme las reglas del art. 53 de la LDC el proveedor, por ser quien se encuentra en mejores condiciones de probar, debe de prestar la colaboración necesaria para el esclarecimiento de la cuestión debatida en el juicio. Así, pues tengo por acreditado el quebrantamiento de este derecho de arrepentimiento que por ley le corresponde a la consumidora. Sólo resta aclarar que no empecé esta conclusión lo consignado en un extremo inferior de la confirmación de la reserva, lo cual -además de resultarles aplicables iguales críticas en orden a la postulación en letra pequeña y sin mayor explicación- desconoce la facultad legal antes referenciada.-Por consiguiente, concluyo que se encuentran acreditadas las infracciones a la Ley de Defensa del Consumidor denunciadas por la accionante, resultando responsable la demandada Booking.com Argentina S.R.L en su condición de integrante de la cadena de comercialización de la intermediación para el servicio contratado por la actora, conforme los argumentos antes expuestos.-V) Efectos del Incumplimiento de la LDC. Pretensión de resarcimiento de daños y perjuicios.-La procedencia de la condena de daños y perjuicios se encuentra supeditada a la configuración de los presupuestos de la responsabilidad civil: la antijuridicidad de la acción u omisión lesiva, el nexo de causalidad, un factor de atribución o imputabilidad a dicha conducta y la causación de un daño resarcible. Dichos presupuestos deben ser acreditados en la causa para que nazca la obligación de

indemnizar el perjuicio sufrido.-Al respecto, recordemos que -por regla- la carga de demostrar el daño recae sobre el accionante. Así lo dispone la actual normativa fondal en su artículo 1744 que textualmente reza: «el daño debe ser acreditado por quien lo invoca, excepto que la ley lo impute o presuma, o que surja notorio de los propios hechos». El daño, como presupuesto constitutivo esencial de toda pretensión resarcitoria, debe estar claramente de manifiesto en el proceso; debe ser cierto y efectivamente existente. No es resarcible el daño conjetural, posible o hipotético. A su vez, la prueba de la certidumbre del daño atañe también a su composición fáctica, es decir, no alcanza sólo a la existencia en abstracto del perjuicio sino -reitero- también debe verificarse su índole y contenido.-En este orden, la accionante ha reclamado el resarcimiento por daño emergente, daño moral y daño punitivo derivado del incumplimiento.-Corresponde abreviar en las consecuencias del mismo, de acuerdo a la pretensión de la accionante, quien ha impetrado un reclamo por daños y perjuicios.-a) Daño emergente: Reclama la Sra.Berrondo que se le restituya la suma de pesos cuatrocientos veintiocho mil setecientos sesenta y cuatro con veinticinco centavos (\$428.764,25), con más los intereses debidos desde la fecha en que efectuó el pago, en función de que la demandada le informó que el hospedaje tenía un valor total de pesos trescientos veintitrés mil seis (\$323.006), y luego al momento de debitarse el pago en su tarjeta de crédito, el valor del alojamiento representó la suma de dólares dos mil ciento cuarenta con veintisiete centavos (USD2.140,27). Describe que convertido dicho importe a pesos, con más impuestos (país, ganancias, bienes personales y sellos) y tomando la cotización de dólar a la fecha del resumen de su tarjeta (14/12/2022 USD \$178,50), abonó la suma de pesos setecientos cincuenta y un mil setecientos setenta con veinticinco centavos (\$751.770,25).-Pues bien, en función de las consideraciones vertidas supra, adelanto opinión favorable a la pretensión de la actora en función de que ha quedado acreditado que ésta ha sido víctima de los efectos negativos de una oferta que le generó una expectativa razonable de pagar por el alojamiento contratado la tarifa publicada en el sitio Booking.com, no obstante lo cual luego vio reflejado un importe superior en el resumen de cuenta de su tarjeta de crédito.-Éste extremo surge acreditado con la prueba instrumental acompañada por la actora, esto es la copia del resumen de cuenta de la Tarjeta de Crédito Visa de su titularidad, emitida por el Banco Santander Río, pieza en la cual consta que el consumo «LINKHOUSE RIO IMOVEIS» impactó en el resumen correspondiente al mes de diciembre del año 2022 por la suma de USD2.140,27 con más los impuestos que se detallan a fs.02 de dicho instrumento.Allí, se lee una leyenda que reza «debitaremos de su C.C.00000004126133 LA SUMA DE (.) U\$S 2172,37». Si bien se ha diligenciado prueba informativa a fin de que la institución bancaria de la actora informe los consumos realizados por ésta entre los meses de noviembre y diciembre de 2022 y remita copia autenticada del resumen de la/s tarjeta/s de crédito del mes de diciembre de 2022, la respuesta del oficio no consta en autos pese a los diferentes emplazamientos cursados al Banco Santander Río, razón por la cual el elemento probatorio bajo análisis, debe ser valorado como un indicio que da cuenta del monto que efectivamente fuera abonado por la Sr. Berrondo.-Repárese que en los procesos de consumo impera el principio protectorio consagrado en el art. 3 de la LDC que prevé que en casos de duda debe primar siempre la interpretación de más favorable al consumidor, sin perjuicio de lo cual éste no debe entenderse circunscripto únicamente a problemas de interpretación, pues la tésis de tal regla es siempre una finalidad de justicia orientada a la protección de la parte débil. Es por ello que en estos casos, el material probatorio debe estar exento del principio por el cual se sostiene que a falta de prueba concluyente el reclamo no es procedente y aplicarse la regla según la cual, en caso de duda, se debe estar por la protección del derecho (vr. GOZAINI, Osvaldo A. «El Proceso de Consumo» «Ley de Defensa al Consumidor», p. 318). Se pondera -además- que el material probatorio no fue desvirtuado por prueba en contrario.-Sentado ello, la consecuencia que se deriva de la conducta que se reprocha a la demandada -incumplimiento del deber de información en la publicidad del servicio ofrecido- es que el oferente quede obligado en los términos publicitados (art.7, 8 y 19 de LDC y 1103 del CCCN). En función de los términos vinculantes de la oferta, se verifica la existencia de una diferencia de dinero entre el costo del valor del alojamiento promocionado y publicitado y el monto abonado efectivamente por la actora, de modo que corresponde que la misma sea reintegrada a la accionante.-Por tal razón, corresponde mandar a pagar a favor de la actora la suma de pesos cuatrocientos veintiocho mil setecientos sesenta y cuatro con 25/100 ctvs. (\$428.764,25), con más los intereses respectivos que se detallan en el considerando respectivo.-b) Daño moral. Reclama la accionante el daño moral por la frustración de las expectativas de disfrutar del viaje planificado con motivo del cobro indebido del alojamiento, pues el dinero que había ahorrado para hacer excursiones y actividades en sus vacaciones tuvo que gastarlo en hospedaje por el actuar de la empresa demandada. Expone que toda esta situación le generó angustia y bronca y que muchas veces se sintió culpable de haber sufrido el engaño y hasta con intenciones de cancelar las vacaciones, a costa de perder todo el dinero invertido en él. Cuantifica dicho rubro en la suma de pesos doscientos mil (\$200.000), lo que equivale a dos pasajes de avión de ida y vuelta a la Ciudad de Río de Janeiro, Brasil, basándose en la teoría de los placeres compensatorios de nuestro CCCN, dejando librado dicho monto al prudente arbitrio de la Juzgadora.-El daño moral ha sido definido como la «modificación disvaliosa del espíritu, en el desenvolvimiento de su capacidad de entender, querer o sentir, consecuencia de una lesión a un interés no patrimonial, que habrá de traducirse en un modo de estar diferente de aquel al que se hallaba antes del hecho, como consecuencia de éste y anímicamente perjudicial» (conf. PIZARRO, Ramón. «Daño

Moral. Prevención-Reparación-Punición», Ed. Hammurabi, Bs. As., 1996, pág. 47).-Cabe precisar que -por regla- en materia contractual el daño moral no se presume. Ya el art. 522 del Cód. Civ. de Vélez determinaba que en los casos de indemnización por responsabilidad contractual, el juez podía condenar al responsable a la reparación del agravio moral que hubiere causado, de acuerdo con la índole del hecho generador de la responsabilidad y circunstancias del caso. Tales pautas resultan relevantes pues quien lo invoca debe alegar y probar los hechos y circunstancias que determinan su existencia, y si bien en principio, no es comprobable por prueba directa por la índole del perjuicio, sí se puede acreditar por medio de indicios que lleven a la convicción del sentenciante sobre la configuración del daño (conf. Excma. C.Civ.y Com. Mar del Plata, Sala III, 9/12/2015, LL on line, AR/JUR/74467/2015). En esta tarea, de comprobarse la existencia de consecuencias derivadas de una lesión a un interés espiritual (ya sea por prueba directa o por presunciones) el Juez deberá conceder la reparación del daño moral.- En torno al punto, la jurisprudencia local ha sostenido que: «Si bien es cierto que la procedencia del daño moral en materia contractual debe analizarse con criterio estricto, para no atender a reclamos que respondan a una susceptibilidad excesiva o que carezcan de significativa trascendencia jurídica, no es menos cierto que probada la existencia del daño, su reparación deviene procedente cuando el hecho generador del daño sea de entidad suficiente para producirlo». (conf. Excma. Cámara de Apelaciones de Quinta Nominación de Córdoba en autos «QUIROGA SEBASTIÁN C/ LANÇIONI FRANCO ANDREA ? ORDINARIO -CUMPLIMIENTO DE CONTRATO -RECURSO DE APELACIÓN», Sentencia N° 83 de fecha 29/05/2006).- Cabe recordar que, siendo que el caso de autos queda comprendido en una relación de consumo, el criterio restrictivo de ponderación queda atemperado ya que la procedencia del daño moral debe ser realizada a la luz de los principios que informan a la Ley 24.420 y sus modifs., entre los cuales cabe destacar especialmente el deber de información y el trato digno (arts.42 de la CN, 4, 8 bis y 26 de la LDC y arts. 1097/1098 del Cód. Civ. y Com.). Mientras que respecto del deber de información remito a lo expuesto líneas atrás, es dable recordar en esta oportunidad que el trato digno es un principio que tiene como eje a la persona humana y obliga al proveedor a no someter al consumidor a tediosos reclamos sin brindarle una respuesta oportuna y pertinente.- Sobre el particular, se ha expresado que «No cabe la menor duda que resulta patente que la debilidad estructural del consumidor, impacta profundamente en su condición personal, y hace que su persona ?sienta el desconocimiento' de sus derechos y el consiguiente incumplimiento con una fuerza moral evidente. La aflicción espiritual que produce este tipo de conductas, donde se oculta la información, se intenta dar permanentes excusas y no se asume una conducta responsable, como si se desconociera la situación que sufría el cliente, implica una actitud reprochable que debe ser resarcida con la consiguiente reparación del daño moral que torna procedente el reclamo» (conf. Excma. Cámara de Apelaciones de Sexta Nominación en autos «BENEJAM, ONOFRE ALEJANDRO C/ TELECOM ARGENTINA SA ? ABREVIADO ? CUMPLIMIENTO/RESOLUCIÓN DE CONTRATO ? RECURSO DE APELACIÓN ? EXPTE. N° 2196285/36», 08/04/2014, Semanario Jurídico N° 1957 del 29/05/2014.).- En este orden de ideas, recientemente se ha sostenido que «En torno a la procedencia del daño moral contractual, la doctrina ha ido evolucionando, reconociendo cada vez más su procedencia ante la lesión de bienes puramente patrimoniales. En efecto, el reconocimiento de los derechos de los usuarios y consumidores es consecuencia de esta evolución, convirtiéndose el daño moral en una categoría autónoma del perjuicio material o patrimonial, lo que se vio consagrado definitivamente con la sanción del CCCN (en particular, art. 1741, CCC).» (confr. Excma. C5a. CC Cba., en autos «FONTANA, LUCIANO Y OTRO C/ BANCO DE LA PROVINCIA DE CORDOBA Y OTRO ? ABREVIADO ? DAÑOS Y PERJUICIOS-OTRAS FORMAS DE RESPONSABILIDAD EXTRA CONTRACTUAL ? EXPTE. 5847953, Sent.N° 147 del 28/11/17.).-Según se señaló, en el sublite se encuentra probado el incumplimiento a la LDC por no suministrar información cierta, clara y detallada respecto del precio de la reserva contratada por la actora quebrantando el deber de información en la publicidad efectuada (arts. 4, 7 y 8). Por otra parte, se verifica el condicionamiento del derecho de rescindir la contratación efectuada a través de medios electrónicos (art. 34), el al subordinar el ejercicio de esta facultad a la pérdida del dinero abonado aun cuando la consumidora explicó la situación inmediata y tempestivamente. Asimismo se pondera que la ausencia de remedios oportunos e inmediatos a una situación generada por la proveedora del servicio de reserva digital, constituye una violación al trato digno que le es debido en su condición de consumidora (art. 8 bis).-Sobre el punto se ha sostenido «La experiencia común nos dice que golpea profundamente en el ánimo del consumidor el ocultamiento de la información, las permanentes excusas y la falta de asunción de una conducta responsable, como si se desconociera la situación que sufría el cliente, implica una conducta reprochable que debe ser sancionada con la consiguiente reparación del daño moral» (Cámara Civil y Comercial Común ? Sala 2. Sentencia N° 419. Fecha 28/09/2015) (conf. Juzgado en lo Civil y Comercial Común de 7a Nominación de Tucumán, en autos NADEF, GERMAN JOSE C. AMERICAN EXPRESS SA S/ DAÑOS Y PERJUICIOS, resolución del 13/09/2023, cita on line: TR LALEY AR/JUR/141123/2023).-De este modo, colijo que la incongruencia entre el precio de la reserva publicitado en la oferta y el precio efectivamente cobrado, constituye una situación disvaliosa que tuvo impacto negativo en la esfera anímica de la accionante en tanto ésta tuvo que abonar por el alojamiento un precio mayor a la tarifa prevista por la plataforma oferente.Los sentimientos de angustia y frustración de la

accionante se infieren si se piensa que, al planificar un viaje, el costo del mismo constituye un factor fundamental en la economía de la persona, en tanto se tienen en cuenta -entre otros- el costo del pasaje, el alojamiento y el dinero necesario para gastos de comida, movilidad y excursiones. Sin dudas, el incremento subrepticio del precio implica en definitiva que la consumidora vea retaceados los recursos económicos de los que dispone, circunstancia que produce como mínimo un estado de incertidumbre al tener que satisfacer un gasto que no tenía previsto.-Sobre el punto, da cuenta el informe de la Lic. Fernanda Curtó, perito psicóloga designada en autos, quien en oportunidad de la entrevista realizada a la persona de la accionante, describe que ésta padece trastorno de ansiedad generalizada asociado al evento ventilado en auto, a la vez que agrega que el estado de preocupación se ve incrementado en tanto según dichos de la actora, habría pedido dinero prestado para afrontar el gasto imprevisto. Puntualmente, la experta consigna «Esta situación de sentirse «en deuda» potenciaba más aun la ansiedad y la angustia propias del cuadro psicopatológico que presentaba». (vr. informe agregado el 05/10/2023).-Todo ello, se traduce en una modificación disvaliosa del espíritu y configura el daño reclamado.- Se pondera también el posterior derrotero que la accionante tuvo que emprender en procura del reconocimiento de sus derechos, debiendo transitar por la etapa extrajudicial en Defensa del Consumidor para luego iniciar la presente demanda judicial.-Determinada la existencia del daño moral, corresponde analizar el quantum de dicho resarcimiento. Sobre el tópico, cabe señalar que el Código Civil de Vélez carecía de disposición alguna que establezca el modo en que debe cuantificarse el daño moral, lo que llevó a que se aplicara la doctrina del Tribunal Superior de Justicia de precedentes judiciales. Así, la llamada «tarifación judicial indicativa» configura un mecanismo de cuantificación del daño extrapatrimonial que importa determinar el daño moral a partir de los precedentes jurisprudenciales dictados por otros Tribunales, que guarden relación con el caso analizado, los cuales deben ser analizados en su conjunto, considerando que seguramente existen variables y elementos que se han ponderado en cada caso, así como diferencias en cuanto a las medidas de prueba rendidas en cada proceso.-En virtud de ello, entiendo que resulta pertinente combinar ambos métodos de valoración. Así, dentro de las causas consultadas, el Juzgado en lo Civil y Comercial Común de 7a Nominación de Tucumán, en autos NADEF, GERMAN JOSE C. AMERICAN EXPRESS SA S/ DAÑOS Y PERJUICIOS, por Sentencia del 13/09/2023 concedió a favor del consumidor víctima de publicidad engañosa de una promoción de millas aéreas, la suma de \$500.000 en concepto de daño moral con intereses a partir de la resolución. Por otra parte, la Excm. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D en autos CINA, MARÍA ELENA C. BOOKING.COM ARGENTINA S.R.L. Y OTROS S/ ORDINARIO, por Sentencia del 10/08/2023, otorgó la suma de \$80.000 a favor de una consumidora afectada por la inejecución de las prestaciones comprometidas en el alojamiento reservado, con intereses desde la fecha del perjuicio (año 2016).-Respecto de esta reseña, cabe tener presente como parámetros, las específicas particularidades de cada caso, las fechas de los fallos citados y los intereses que dichas sumas han devengado, así como el contexto económico y variaciones producidas a través de las datas mencionadas.-Por otro lado, cabe señalar que, en la actualidad, el criterio adoptado por el Código Civil y Comercial en el art. 1741 in fine, dispone que se estará a los gozos sustitutivos a los que podría acceder la actora con las sumas acordadas. Al respecto, uno de los autores del Proyecto de Reforma del Código Civil y Comercial, hoy vigente (Ley 26.994), ha expresado que «En la actualidad se superó el criterio que sostenía que en el daño moral se indemnizaba 'el precio del dolor' para aceptarse que lo resarcible es el 'precio del consuelo' que procura 'la mitigación del dolor de la víctima a través de bienes deleitables que conjugan la tristeza, la desazón o las penurias'; se trata 'de proporcionarle a la víctima recursos aptos para menguar el detrimento causado', de permitirle 'acceder a gratificaciones viables', confortando el padecimiento con bienes idóneos para consolarlo, o sea para proporcionarle alegría, gozo, alivio, descanso de la pena.» (conf. LORENZETTI, Ricardo L. (Director), «Código Civil y Comercial de la Nación comentado», Tomo VIII, Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2015, pág. 503 y ss.).-En función de lo expuesto, resulta justo y equitativo establecer el resarcimiento de este ítem por la suma de pesos doscientos mil (\$200.000), con más los intereses que se fijan en el considerando respectivo. Se debe considerar que dicha cifra actualizada al día de la presente, resulta adecuada para otorgar a la accionante un debido consuelo conforme los placeres sustitutivos a los que con este capital puede acceder con el fin de aliviar, en la mejor medida, el menoscabo espiritual sufrido con motivo del hecho (v.gr. la utilización del dinero para adquirir un pasaje a algún destino turístico o la compra de algún bien de capital).-c) Daño punitivo. La parte accionante, tras enumerar las infracciones a la LDC que han sido abordadas líneas atrás, solicita en la aplicación de la multa prevista en el art. 52 bis, Ley 24.240 y modifs., por la suma de pesos \$628.764,25.-Pues bien, nuestro sistema jurídico ha incorporado expresamente la figura del daño punitivo en el art.52 bis de la Ley 24.240, modificada por las Leyes 26.361 y 26.994, y lo define como una multa civil que el juez podrá aplicar a pedido y a favor del consumidor cuando un proveedor no cumpla sus obligaciones legales y contractuales con aquél, independientemente de otras indemnizaciones que correspondan, graduándola en función del hecho y demás circunstancias.-El daño punitivo tiene una doble finalidad: preventiva y punitiva. Tal como se explicó, se trata de: «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» (conf. PIZARRO, Ramón Daniel, «Daño

Moral», Hammurabi, Bs.As., 1996, pág 453) (el destacado me pertenece).-Ahora bien, frente a la amplitud y vaguedad del texto de la norma, la doctrina y la jurisprudencia se han encargado de interpretarlo y de precisar los requisitos que hacen a la procedencia de la figura, aplicando criterios seguidos en el derecho comparado.-En efecto, tal como lo desarrolla el Tribunal Superior de Justicia (in re «TEIJEIRO (O) TEIGEIRO LUIS MARIANO C/ CERVECERÍA Y MALTERÍA QUILMES S.A.I.C.A. Y G ? ABREVIADO ? OTROS ? RECURSO DE CASACIÓN ? Expte. 1639507/36 ? T 14/12» Sala C.C., Sent. N° 63 del 15/04/2014), existen dos criterios hermenéuticos antagónicos, a saber: a) Uno minoritario denominado «amplio», que sólo exige cualquier incumplimiento por parte del proveedor para mandarlo a pagar daños punitivos, postura que coincide con una interpretación estrictamente literal de la norma contenida en el art. 52 bis, L.D.C. (conf. LOVECE, Graciela I., «Los daños punitivos en el derecho del consumidor», LL 08/07/2010; PÉREZ BUSTAMANTE, L., «La reforma de la Ley de Defensa del Consumidor», en VÁZQUEZ FERREIRA, Roberto A. -Dir-, «Reforma a la Ley de Defensa del Consumidor», LL Supl. Especial, Buenos Aires, 2008, p.120). b) Otro, opuesto al anterior, que cuenta con el aval de la mayoría de la doctrina y jurisprudencia, critica la redacción del art. 52 bis, LDC, y postula recurrir a la prudencia de nuestros magistrados para suplir y corregir las serias omisiones y defectos que el artículo en cuestión presenta. Esta doctrina sostiene que no basta con el mero incumplimiento de las obligaciones (legales o contractuales) a cargo del proveedor, sino que hace falta algo más: el elemento subjetivo que consistiría en un menosprecio hacia los derechos del consumidor y que se traduce en dolo o culpa grave (conf. LORENZETTI, Ricardo A., «Consumidores», edit. Rubinzal-Culzoni, Santa Fe, 2009, p. 563 y ss; LÓPEZ HERRERA, Edgardo, «Los Daños Punitivos», edit. Abeledo Perrot, Bs. As., 2011, pág. 376 y ss.; TRIGO REPRESAS, Félix A., «Desafortunadas innovaciones en punto a responsabilidad por daños en le ley 26.361», LL 26/11/2009, 1; COSSARI, Maximiliano N. G., «Problemas a raíz de la incorporación de los daños punitivos al ordenamiento jurídico argentino», LL 2010-F, 1111; MOISÁ, Benjamín, «Los llamados daños punitivos en la reforma a la ley 24.240», en R. C. y S., 2008, p. 271; NAVAS, Sebastián, ¿Cuándo la aplicación de los daños punitivos resulta razonable?, LL 2012-F, 80; SÁNCHEZ COSTA, Pablo F., «Los daños punitivos y su inclusión en la ley de defensa del consumidor», LL 2009-D, 1113).-Siguiendo con la postura mayoritaria -la cual comparto- no basta el mero incumplimiento legal o convencional para la condena de daños punitivos. En esta postura, se enrola nuestro Máximo Tribunal Provincial. Así, en un fallo de reciente data, el Alto Cuerpo expresó: «. en relación a la interpretación que cabe acordar a la norma contenida en el art.52 bis de la Ley de Defensa del Consumidor existe un criterio hermenéutico que cuenta con el aval de la mayoría de la doctrina y jurisprudencia, que postula recurrir a la prudencia de nuestros magistrados para suplir y corregir las serias omisiones y defectos que el artículo en cuestión presenta. Esta doctrina sostiene que no basta con el mero incumplimiento de las obligaciones (legales o contractuales) a cargo del proveedor, sino que hace falta algo más: el elemento subjetivo que consistiría en un menosprecio hacia los derechos de incidencia colectiva y que se traduce en dolo o culpa» (conf. Excmo. TSJ de Córdoba en autos «DEFILIPPO, DARIO EDUARDO y OTRO C/ PARRA AUTOMOTORES S.A. Y OTRO ? ABREVIADO ? CUMPLIMIENTO/RESOLUCION DE CONTRATO ? CUERPO DE COPIA ? RECURSO DE CASACION E INCONSTITUCIONALIDAD», EXPTE 2748029/36, Sent. N° 61 del 10/05/2016).-A lo largo de la presente se han dado suficientes razones para fundar la conclusión que tuvo por acreditado el hecho denunciado por la accionante, esto es, que ha sido víctima de una publicidad engañosa al no existir correspondencia entre el precio ofrecido y el facturado por defecto de información.Estimo que la práctica desplegada por la parte accionada constituye una práctica abusiva que atenta contra la buena fe de los consumidores que contratan el servicio ofrecido basados en una publicidad que claramente induce a error, para luego quedar obligados y sin posibilidad de arrepentimiento en términos que difieren de aquello inicialmente ofrecido a través de un proceso publicitario que no fue claro ni adecuado.-En efecto, se acreditó que una vez advertida la desfavorable situación en que había quedado atrapada la consumidora, no se le ofreció un remedio adecuado, pues en el mail del 01/11/2022 le dijeron que la cancelación comportaba un cargo equivalente al total de la contratación y luego, se comprometieron a petitionar al alojamiento que «haga una excepción», sin que conste en autos el despliegue de tal gestión ni un resultado favorable frente al justificado reclamo de la actora.-Todos estos elementos llevan a concluir que se configura en la especie una conducta desaprensiva y despreocupada de los derechos específicos de la consumidora en los términos del art. 8 bis de la LDC., lo cual brinda fundamento suficiente para establecer daño punitivo. Entiendo que este tipo de conductas deben ser disuadidas frente a la situación de vulnerabilidad de los consumidores que a diario se ven expuestos a las mismas, así como al incremento del uso de medios electrónicos utilizados por parte de empresas como la accionada que gozan de renombre en el mercado y por tanto generan cierta confianza y seguridad en el producto o servicio que ofrecen.-Por otra parte, pondero que -tristemente- no se trata de un caso aislado pues esta práctica que surge desleal, engañosa e idónea para el sometimiento al consumidor como destinatario de la oferta, podría contrarrestarse desde el propio soporte informático de la plataforma a fin de garantizar la transparencia de las transacciones.Sin embargo se repite a diario y es demostrativa del desprecio y desatención de los legítimos derechos del consumidor pues opera siempre en favor del oferente y en contra de aquellos que consumen el producto o servicio.-Al respecto se ha sostenido «teniendo como parámetro la masividad de las condiciones de ofertas bajo la misma conducta

abusiva, que se trata de una empresa que hace de sus compras por sitio web una modalidad sencilla y ágil, y teniendo en cuenta los límites que establece la ley, he de propiciar se recepte el reclamo de daño punitivo.» (conf. Juzgado Civil y Comercial Nro. 2 de La Plata, en autos «CIGLIA LELLI, LORENA NATALIA C. FALABELLA S.A A S/ CUMPLIMIENTO DE CONTRATOS CIVILES ? COMERCIALES», Sentencia del 02/07/2021; Cita online TR LALEY AR/JUR/114333/2021).-Por ello, en el sub examen se justifica atribuir la responsabilidad por daño punitivo a la demandada, habida cuenta de conexidad contractual a la que ya me he referido líneas atrás.-A los fines de fijar el monto del daño punitivo entiendo que la estimación de su cuantía se debe realizar conforme a las particularidades de cada supuesto. Así, la graduación de la multa se establecerá en función de la gravedad del hecho y demás circunstancias del caso, lo que impone una evaluación integral del contexto en que se produce la conducta sancionada; a su vez, el máximo de la multa se correlaciona con el del art. 47, inc. b, para las sanciones pecuniarias impuestas en sede administrativa, y con las pautas valorativas que surgen del art. 49 de la LDC, que si bien se hallan referidas a la sanción administrativa resultan útiles para considerar también la sanción punitiva (conf. Excma. C6a. CC de Córdoba, en autos «VILLAGRA CARLOS MARTIN C/TELECOM ARGENTINA S.A.- ABREVIADO- CUMPLIMIENTO/RESOLUCIÓN DE CONTRATO» ? Expediente N° 5880166, Sent.N° 109 del 23/08/18).-A la luz de esas pautas valorativas ponderadas en su conjunto y dado que la cuantificación de este rubro se ha supeditado a la equidad y leal saber y entender del sentenciante, estimo que corresponde hacer lugar al presente rubro por la suma de pesos cuatrocientos mil (\$400.000).-En este sentido se ha señalado que «Es claro que al no ser éste un rubro indemnizatorio sino una sanción de carácter preventivo impuesta por el Magistrado interviniente, el consumidor no puede ni debe mensurar dicho rubro, y de hacerlo, el Juez en modo alguno quedará limitado por dicha petición» (conf. ÁLVAREZ LARRONDO, Federico M. «Los daños punitivos y su paulatina y exitosa consolidación», en La Ley, 29/11/2010).-De allí que siendo la sanción prevista por la L.D.C. una herramienta acordada al juzgador para prevenir y sancionar la conducta disvaliosa del proveedor, corresponde mensurarla al momento de dictar la presente resolución. Asimismo, tengo presente como parámetro indicativo lo resuelto en algunos precedentes jurisprudenciales en casos similares: el Juzgado de 1A INST.C.C.FAM.2A-SEC.3 de Rio Tercero, en autos «MONTICELLI, ADRIAN GERARDO C/ ALMUNDO.COM S.R.L. ? ABREVIADO ? CUMPLIMIENTO/RESOLUCION DE CONTRATO ? TRAM.ORAL, Expte. 10518506» ordenó con fecha 29/07/2022 indemnizar en concepto de daño punitivo por la suma de pesos \$150.000 en función de la desaprensión de la demandada en resolver el problema del consumidor con motivo de la cancelación de reservas por la pandemia; la Excma. Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, sala B, en autos «BALBI, MARÍA LUCÍA C. ALMUNDO.COM S.R.L.S/ ORDINARIO», por sentencia del 05/11/2021 impuso a la demandada una multa por la suma de \$250.000 por publicidad engañosa en tarifas de pasajes aéreos.-Por todo lo expuesto, corresponde hacer lugar al pedido de fijación de daño punitivo, el que se establece en la suma de pesos cuatrocientos mil (\$400.000), con más los intereses que se especifican a continuación.-VI) Respecto de los intereses moratorios, cabe señalar que el principio general aplicable en la materia es el de la mora ex re (art. 886 del CCyCN). De este modo, para los rubros daño emergente y daño moral los accesorios se establecen desde la fecha en que se produjo el incumplimiento, debiendo tomarse por tal el día en que se perfeccionó el contrato (31/10/2022) y hasta su efectivo pago (arts. 767 y 768 del C.Civ. y Com.).-Respecto de la tasa aplicable, estimo que el criterio sentado por el Excmo. T.S.J. a partir del caso «HERNÁNDEZ, JUAN CARLOS C/ MATRICERÍA AUSTRAL S.A. ? DEMANDA ? REC. DE CASACIÓN», Sentencia N° 39, del 25 de junio del 2002 (Tasa Pasiva promedio mensual que publica el B.C.R.A. con más el dos por ciento (2%) nominal mensual), resulta insuficiente para conservar incólume el contenido económico de la condena, pues ha quedado -claramente- desfasado de la realidad económica reinante. Máxime teniendo en cuenta los índices inflacionarios publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos -INDEC- y la proyección económica futura. En esta línea se ha pronunciado recientemente el Tribunal Superior de Justicia de la Provincia de Córdoba, Sala Laboral, en autos: «SEREN, SERGIO ENRIQUE C/ DERUDDER HERMANOS S.R.L.-ORDINARIO-DESPIDO-EXPTE. 3281572-Sentencia N°: 128, de fecha 01/09/2023, fijando desde el día 01/01/2023 tales accesorios en la tasa pasiva que publica el BCRA con más el 3% nominal mensual.Tal temperamento que ha sido reiterado en autos «CAVALLERIS MARIANA CAROLA C/ ASOCIACION MUTUAL DE CHOFERES DE TAXI DE VILLA CARLOS PAZ Y EL VALLE DE PUNILLA-ORDINARIO-DESPIDO»-RECURSO DE CASACION-3272439? Sentencia N°: 135 del 05/09/2023 y «MEDRANO DOMINGO ALBERTO C/ GALENO ART S.A.-ORDINARIO-INCAPACIDAD-RECURSO DE CASACION-1455155, Sentencia N° 154, del 04/10/23). Ahora bien, incluso aplicando estos parámetros se advierte que los mismos quedan lejos de la correlación de los índices dado el elevado y creciente proceso inflacionario. Por tal razón, criterios de prudencia y razonabilidad aconsejan que a partir de aquel piso fijado por nuestro tribunal cimero, el interés aplicable sea discriminado de la siguiente manera: a) desde la fecha del incumplimiento (31/10/2022), la tasa pasiva que publica el B.C.R.A. con más el dos por ciento (2%) nominal mensual hasta el día 31/12/2022; b) desde el día 01/01/2023, igual tasa pasiva con más el tres por ciento (3%) nominal mensual hasta el 31/12/2023; y c) desde el 01/01/2024, igual tasa pasiva con más el 4,5% nominal mensual hasta su efectivo pago.-Todo ello en el entendimiento

que esta tasa, en el contexto de la posibilidad de capitalización prevista por el art. 770 del CCCN permitirá compensar la situación expuesta líneas atrás a los fines de la adecuación a la actual realidad económica. Sin perjuicio de la posibilidad de revisar la cuestión conforme las facultades que reviste la suscripta en este punto dada la naturaleza de la cuestión.-Respecto del daño punitivo, los intereses son debidos desde la firmeza de la presente resolución y hasta su efectivo pago, debiendo aplicarse la tasa pasiva que publica el BCRA con más el 4,5% nominal mensual (conf. jurisprudencia citada).-VII) En definitiva y por las razones apuntadas, corresponde hacer lugar a la demanda impetrada por la Sra. Valeria Elisa Berrondo Lion, DNI 38.180.121 en contra de Booking.com Argentina SRL, Cuit 30-711489750 y en consecuencia, condenar a esta firma a abonar a la primera, en el lapso de diez días de quedar firme el presente decisorio, la suma total de pesos un millón veintiocho mil setecientos sesenta y cuatro con 25/100 ctvs. (\$1.028.764,25), comprensiva de daño emergente por \$428.764,25, daño moral por \$200.000 y daño punitivo por la suma de \$400.000, con más los intereses detallados en cada caso.-VIII) Costas y honorarios. Atento lo resuelto en los presentes, la totalidad de las costas devengadas en autos se imponen a la parte demandada vencida, Booking.com Argentina SRL, por aplicación del principio objetivo del vencimiento (art. 130 del CPC). En este orden, comparto la tesis de elevada doctrina que sostiene que el demandado vencido determinó la sustanciación del proceso al no haber reconocido extrajudicialmente una pretensión que ha venido a demostrarse fundada a su respecto.-No empece esta conclusión la circunstancia de que algún rubro se recepte por un monto diferente al justipreciado provisoriamente, desde que puntualmente en el caso del daño punitivo la graduación es susceptible de ponderación judicial.-A los fines de establecer los honorarios que corresponde al letrado de la parte actora, Dr. Pablo Gabriel Palomeque, se debe tener en cuenta lo establecido por el art. 31, inc. 1° de la ley 9459, según el cual, en función del resultado del juicio, la base regulatoria está dada por el monto de la sentencia actualizado a la fecha de la presente con los intereses ordenados en la presente resolución, lo cual asciende a la suma de \$2.411.722,72. Sobre dicha suma se deberá aplicar el porcentaje previsto por la primera escala del art. 36 C.A., en su punto medio, esto es el 22,5%. Efectuados los cálculos aritméticos respectivos, obtengo un resultado de pesos quinientos cuarenta y dos mil seiscientos treinta y siete con 61/100 ctvs.(\$542.637,61), monto en el cual se regulan los estipendios del mencionado. A dicho importe corresponde adicionarle la suma de pesos cincuenta y ocho mil doscientos quince con 60/100 ctvs. (\$58.215,60), equivalente a 3 jus, en virtud de lo establecido en el art. 104 inc. 5 de la ley 9459.-No se regulan -en esta oportunidad- honorarios al letrado de la parte demandada Dr. Andrés Díaz Yofre, en virtud de lo dispuesto por el art. 26, contrario sensu, Ley 9459.-Finalmente, corresponde regular honorarios a los peritos que han intervenido en autos Ing. Julio Cesar Beccaria y Lic. Fernanda Curtó. En atención a la labor desarrollada en estos actuados y el tiempo que pudo haber insumido la labor pericial, así como el valor convictivo que han tenido los dictámenes para arribar a la presente resolución (art. 49, inc. 1°, Lp. 9459), considero que corresponde regular a favor de cada uno de los mencionados la suma de pesos equivalentes a 12 jus, es decir, la suma de pesos doscientos treinta y dos mil ochocientos sesenta y dos con 40/100 ctvs. (\$232.862,40). A dicho importe corresponde adicionar el 9% a favor del perito ingeniero en concepto de aporte a la Caja de Previsión y Seguridad Social de la Ingeniería, Arquitectura y Agrimensura de la Provincia de Córdoba y el 15% a favor de la perito psicóloga en concepto de aporte a la Caja de Previsión Social para Profesionales de la Salud de la Provincia de Córdoba (Ley N° 8577, art. 26 B, inc. 3).-Los honorarios así determinados tienen el carácter de definitivos y para el caso de no ser abonados en el plazo de diez días de notificada la presente resolución generarán intereses en los términos del art. 35 del C. A. que se calcularán conforme la tasa pasiva que publica el BCRA con más el 4,5% nominal mensual. ?IX) Tutela inhibitoria de oficio o Mandato preventivo.Conforme surge de la prueba arrimada a los presentes y del desarrollo argumental de esta resolución al que remito para evitar reiteraciones, he concluido que se ha acreditado la existencia de una deficiente y engañosa publicidad ofrecida en el sitio web Booking.com, específicamente respecto de una adecuada información del precio que el consumidor deberá abonar por los servicios turísticos por los cuales presta intermediación. Esta circunstancia denota la seria posibilidad de que se produzca una repetición de daños en ciernes, pues -a partir de tomar contacto con la problemática conflictiva expuesta en la presente causa- constato un grave factor de amenaza de que otro u otros consumidores puedan resultar víctimas de los efectos negativos derivados de la oferta mediante publicidad deficiente, poco clara, confusa y vaga que se ha evidenciado en la operatoria del contrato subexamine.Esta realidad evidenciada en el caso impone la necesidad de disponer un mandato de prevención, el cual se funda en la necesidad de enderezar todos los esfuerzos posibles para evitar la producción de futuros hechos disvaliosos como el que nos ocupa. Sin dudas, la protección de los derechos de los consumidores surge como un estándar de actuación que no pueden desconocer los proveedores de bienes y servicios, quienes -además de cumplir la normativa legal conforme la tipología de contratación que concreten- deben ajustar su operatoria a la realización de conductas que eviten o mitiguen eventuales daños (arg. art. 1710 del Cód.Civ. y Com.). En este contexto, el hecho de garantizar una completa, concreta, adecuada, clara y veraz información se erige como una valiosísima herramienta para lograr tal finalidad. Siendo que en este supuesto de juzgamiento no se ha cumplido tal imperativo, estimo que corresponde disponer una serie de medidas para que -en base al criterio de mejor restricción y medio más idóneo (art. 1713 CCCN)- se prevenga la posibilidad de ocurrencia de nuevos hechos sobre la base

de tal accionar disvalioso.-En consecuencia se resuelve:a) Exhortar a la demandada Booking.com Argentina SRL, para que arbitre los medios necesarios y realice las gestiones pertinentes para poner en conocimiento de la nombrada Booking.com BV el contenido de la presente resolución, debiendo acreditar tales gestiones por ante el Tribunal en el plazo de treinta días de quedar firme la presente. Esta exhortación se funda en la vinculación entre las nombradas, a los fines de permitir que -a través de las acciones que correspondan a cada entidad- se pueda contrarrestar la potencialidad dañosa del sitio. Siendo que tal potencialidad dañosa surge del modo en que se presenta la información al consumidor en la actualidad, se sugiere que desde el mismo soporte técnico informático de la plataforma se procedan a realizar los ajustes necesarios en la página web de referencia a los fines de lograr su adecuación a las previsiones de esta resolución.-b) Ordenar la publicación de la presente resolución, una vez que se encuentre firme, a través de la Oficina de Comunicación- Área de Apoyo- Tribunal Superior de Justicia de Córdoba ([comunicación@justiciacordoba.gob.ar](mailto:comunicación@justiciacordoba.gob.ar)) para que se le brinde una amplia difusión.-Por todo lo expuesto, normas legales, jurisprudencia y doctrina citada;-RESUELVO: 1°) Hacer lugar a la demanda incoada por la Sra. Valeria Elisa Berrondo Lion, DNI 38.180.121 en contra de Booking.com Argentina SRL, Cuit 30-711489750, y en consecuencia, condenar a ésta última para que en el plazo de diez días proceda a abonar a la actora la suma total de pesos un millón veintiocho mil setecientos sesenta y cuatro con 25/100 ctvs. (\$1.028.764,25), comprensiva de daño emergente por \$428.764,25, daño moral por \$200.000 y daño punitivo por la suma de \$400.000, todo con más los intereses establecidos en el considerando respectivo.-2°) Imponer a la parte demandada vencida, Booking.com Argentina SRL, la totalidad de las costas devengadas en autos por aplicación del principio objetivo del vencimiento (art.130 del CPC).-3°) Regular con carácter definitivo los honorarios profesionales del Dr. Pablo Gabriel Palomeque, por las tareas desarrolladas en autos, en la suma de pesos quinientos cuarenta y dos mil seiscientos treinta y siete con 61/100 ctvs. (\$542.637,61), con más la suma de pesos cincuenta y ocho mil doscientos quince con 60/100 ctvs. (\$58.215,60), en concepto de honorarios del art. 104 inciso 5 de la Ley 9459. No regular en esta oportunidad los honorarios del Dr. Andrés Diaz Yofre, letrado de la parte demandada, conforme lo establecido por el art. 26 del C.A., contrario sensu.-4°) Regular los honorarios definitivos de los peritos oficiales, Ing. Julio Cesar Beccaria y Lic. Fernanda Curtó, en la suma de pesos doscientos treinta y dos mil ochocientos sesenta y dos con 40/100 ctvs. (\$232.862,40), a favor de cada uno de ellos. Adicionar el 9% a favor del perito ingeniero en concepto de aporte a la Caja de Previsión y Seguridad Social de la Ingeniería, Arquitectura y Agrimensura de la Provincia de Córdoba y el 15% a favor de la perito psicóloga en concepto de aporte a la Caja de Previsión Social para Profesionales de la Salud de la Provincia de Córdoba (Ley N° 8577, art. 26 B, inc. 3).-5°) Exhortar a la demandada Booking.com Argentina SRL, para que arbitre los medios necesarios y realice las gestiones pertinentes para poner en conocimiento de la nombrada Booking.com BV el contenido de la presente resolución, debiendo acreditar tales gestiones por ante el Tribunal en el plazo de treinta días de quedar firme la presente. Esta exhortación se funda en la vinculación entre las nombradas, a los fines de permitir que -a través de las acciones que correspondan a cada entidad- se pueda contrarrestar la potencialidad dañosa del sitio. Siendo que tal potencialidad dañosa surge del modo en que se presenta la información al consumidor en la actualidad, se sugiere que desde el mismo soporte técnico informático de la plataforma se procedan a realizar los ajustes necesarios en la página web de referencia a los fines de lograr su adecuación a las previsiones de esta resolución.-6°) Ordenar la publicación de la presente resolución, una vez que se encuentre firme, a través de la Oficina de Comunicación- Área de Apoyo- Tribunal Superior de Justicia de Córdoba ([comunicación@justiciacordoba.gob.ar](mailto:comunicación@justiciacordoba.gob.ar)) para que se le brinde una amplia difusión.-Protocolícese, hágase saber y dese copia. ?