Trelew, 05 de diciembre de 2025.

VISTO: Estos autos caratulados “<Persona 6> S.R.L. s/ Recurso de Apelación art. 7 - Ley VII N° 22 (<Persona 1> y/o <Persona 3>l)” (Expte N° 616/2025), venidos a despacho a fin de resolver el llamado de fecha 12/11/2025.

Y CONSIDERANDO:

I. Mediante la Disposición N° 388/2025, dictada el 28/08/2025 (fs. 90/93), la Dirección General de Defensa y Protección de Consumidores y Usuarios de la Secretaría de Trabajo de Rawson (en adelante “la autoridad de aplicación”) ordenó a <Persona 6> S.R.L. (“<Persona 7>”, en adelante, “<Persona 6>”) cumplir con la entrega de una heladera marca “<Persona 8>”, por un valor de $ 335.199,20, o de otra de similares o superiores características, dentro del plazo perentorio de 10 días, estableciendo que los denunciantes abonarán 3 cuotas iguales, mensuales y consecutivas de $ 111.733,06, y que los gastos de envío y flete serán a cargo de la denunciada.

Asimismo, le impuso la sanción de apercibimiento, conjuntamente con la sanción accesoria de publicar, a su costa, la parte dispositiva del acto administrativo en un diario de mayor circulación local y en el Boletín Oficial de la Provincia.

Para ello, la autoridad de aplicación tuvo por acreditada la existencia de una relación de consumo entre las partes y concluyó que <Persona 6> incurrió en un incumplimiento del deber de información previsto en la Ley de Defensa del Consumidor, por cuanto no proporcionó a los consumidores explicaciones claras, precisas y verificables respecto de las razones que motivaron la rescisión de la operación de compra, resultando insuficiente la mera invocación de un supuesto “error del sistema”. Destacó que la denunciada no aportó datos que permitieran corroborar el error alegado y que los denunciantes señalaron que, tras la cancelación unilateral de la compra por parte de la empresa, el producto continuaba siendo ofrecido a la venta por un precio superior al originalmente publicitado.

En relación con el artículo 7 de la LDC, la autoridad de aplicación entendió que la denunciada transgredió el deber de mantener la oferta oportunamente publicada en su página oficial, sin brindar fundamento o justificación alguna que explicara su apartamiento de ella, al omitir acompañar constancias que permitieran tener por acreditada la revocación de la oferta en los términos y con los recaudos exigidos por la norma citada.

Respecto de la infracción del artículo 8 de la LDC, la autoridad de aplicación señaló que la publicidad difundida por la denunciada a través de su página oficial resultó clara y suficiente para generar la obligación de cumplir con la oferta en los términos allí establecidos, y que la empresa no aportó justificación alguna que permitiera explicar o legitimar su posterior incumplimiento, configurándose así la violación del deber legal impuesto por dicha norma.

Finalmente, consideró que la pretensión del denunciante se encuentra comprendida dentro de las facultades previstas en el artículo 10 bis de la LDC ante el incumplimiento de la oferta o del contrato por parte del proveedor.

En consecuencia, valoró la relevancia que la empresa denunciada reviste en el mercado y le impuso la sanción de apercibimiento ya mencionada.

II. El 10/09/2025 (fs. 97/113), <Persona 6> interpuso fundadamente recurso de apelación, concedido el 20/09/2025 (fs. 114) mediante Disposición N° 407/2025 DGDC-STR.

En primer lugar, cuestionó la competencia de la autoridad de aplicación para imponer sanciones, alegando que dicha la facultad es propia del ámbito judicial. Seguidamente, expresó que no incumplió el deber de información previsto en el artículo 4 de la LDC, sino que la cancelación de la operación de compra respondió a un error técnico en el sistema de carga de stock, y que tal circunstancia habría sido corregida de manera inmediata sin producir un perjuicio económico al denunciante al no habérsele retenido dinero.

Señaló que informó oportunamente a los consumidores acerca de dicha situación y que, con miras a arribar a una solución conciliatoria, ofreció un cupón de descuento para ser utilizado en una futura compra, demostrando su voluntad de proporcionar información clara, cierta y veraz, en los términos exigidos por la LDC.

Sostuvo que no incurrió en incumplimiento de contrato en los términos del artículo 7 de la LDC, en virtud de las razones por las cuales debió dar de baja la oferta.

Asimismo, señaló que la situación bajo análisis no se trató de una publicidad engañosa ni de precisiones falsas dirigidas al consumidor, sino de un error involuntario en el sistema de cargas de stock que demostró la disponibilidad de un producto cuando ello no era así, y por ello resulta improcedente la imputación por violación al artículo 8, de la LDC.

Finalmente, con relación al artículo 10 bis, de la LDC, afirmó que no existió incumplimiento del contrato, dado que, a su entender, la operación de compra no llegó a perfeccionarse en los términos del contrato de compraventa, al haberse dado de baja la operación inmediatamente después de verificar el error de stock, devolviéndole el dinero al consumidor.

III. Previo a ingresar al tratamiento del recurso, resulta pertinente efectuar una reseña de las actuaciones llevadas a cabo ante la autoridad de aplicación.

De tal modo tenemos que:

a) El 19/09/2023 (fs. 2/11) <Persona 1> denunció ante la autoridad de aplicación que su pareja, <Persona 3>, realizó la compra de una heladera marca <Persona 9>, a través de la página web de <Persona 10>), cuyo monto publicado era de $ 418.999 con un descuento del 20%, siendo el valor final de la operación $ 335.199,20. Detalló que la compra se realizó con la tarjeta de crédito NaranjaX, de su titularidad, ya que se encontraba vigente

una promoción de 3 cuotas sin interés y que al efectuar el pago le otorgaron un número de confirmación de la compra, pero que ese mismo día, más tarde le comunicaron que el pedido tuvo un error y que se canceló, pero que más tarde intentó realizar la compra nuevamente y se encontró con que la misma heladera aparecía publicada a un precio superior, $ 523.499, con un descuento de $ 104.699,80, quedando finalmente a la venta en $ 418.799,20.

Expresó que, ante tal circunstancia, se comunicó con el centro de atención al cliente de la denunciada y que le manifestaron que *"tenía que comprender el contexto socioeconómico del país y que esos aumentos se pueden dar de un momento a otro, que si quería realizar la compra nuevamente debía hacerla al precio publicado" (sic).* Por lo tanto, solicitó que se ordene a la denunciada el cumplimiento de la promoción, considerando el precio y las promociones vigentes al momento de la compra. Acompañó prueba documental.

b) El 06/10/2023 (fs.13) la denunciada quedó notificada de la denuncia. El 17/10/2023 (fs.15) solicitó un plazo de 5 días para contestar y el 24/10/2023 (fs. 16/26 vta.) expresó que, respecto de la compra en cuestión, existió un error en su sistema web y que en realidad no se contaba en stock el producto publicitado, por lo cual fue dado de baja.

Expuso que, sin reconocer hechos ni derechos y al solo efecto conciliatorio, ofrecia un cupón de descuento de $10.000 para ser utilizado en la página oficial de ChangoMás, debiendo realizar el consumidor una compra mínima de $13.000. El ofrecimiento contaba con un plazo de 20 días hábiles para la aceptación.

e) El 05/11/2023 (fs. 30/31) <Persona 1> rechazó la propuesta y ratificó lo solicitado en la
denuncia.

f) El 15/11/2023 se llevó a cabo la audiencia conciliatoria a la que no comparecieron presencialmente las partes. No obstante, la denunciada ofreció una nueva propuesta por escrito, ofreciendo un cupón de descuento de $15.000, debiendo el consumidor realizar una compra de $18.000 para poder utilizarlo. La propuesta fue rechazada por el denunciante, ratificando lo peticionado en la denuncia y solicitando el cierre de la etapa conciliatoria (fs. 38/42)

g) En diversas oportunidades, la autoridad de aplicación concedió a la denunciada sucesivos plazos de cinco días a fin de que presentara una propuesta conciliatoria. Sin embargo, la misma persistió en ofrecer únicamente un cupón de descuento, incrementando su valor en forma meramente exigua.

h) El 03/01/2025 la autoridad de aplicación labró el acta de imputación N° 04/2025 DGDyPCyU/SRT (fs. 73 y vta.), por violación a los artículos 4, 7, 8 y 10 bis de la LDC. Allí destacó que la promoción lanzada por la denunciada tenía validez hasta el 30/09/2023

y que tanto desde su página web oficial, como desde la de Tarjeta Naranja habían remitido un mail al consumidor confirmando la operación de compra. Asimismo, dejó constancia de lo solicitado por el denunciante en cuanto a que se cumpla con la venta del producto ofrecido y publicitado, manteniendo el precio y las cuotas sin interés conforme fuera publicado en la página web de la denunciada.

i) El 30/01/2025 <Persona 6> formuló descargo (fs. 77/89). En esencia, dijo que la cancelación de la compra fue generada automáticamente por un error del sistema, lo que derivó en la devolución del total del dinero abonado sin dilaciones. Asimismo, sostuvo que de su parte no medió incumplimiento alguno.

j) El 28/08/2025 la autoridad de aplicación dictó la resolución recurrida (fs. 90/93).

IV. Pasando a resolver, debe recordarse que esta Alzada ejerce en estos casos el control judicial de los actos administrativos, limitado a la legalidad de los procedimientos y de las decisiones dictadas por la Administración. Ello remite a verificar la debida aplicación de las normas de manera que los hechos se revelen adecuadamente aclarados y lo decidido se ajuste razonablemente al texto legal (CAT, Sala A, SICA Nº 06/2011 y SICA N° 12/2017, entre otros; STJCh, SD Nº 18/SRE/2002, SD Nº 13/SCA/2006, y SI Nº 20/SCA/2010; CSJN, 03/06/08, Fallos 331:1369, del dictamen de la Procuración General, al que remitió el Tribunal; CASSAGNE, Juan Carlos, “La prohibición de arbitrariedad y el control de la discrecionalidad administrativa por el Poder Judicial”, LL, 2008-E, 1274).

No puede pasarse por alto que la finalidad de la LDC es la protección del consumidor o usuario, resultando sus normas de orden público, por lo que dicho sistema persigue la debida tutela y protección de éstos, que a modo de purificador legal integra sus normas con las de todo el orden jurídico. De manera que se impone una interpretación que no produzca un conflicto internormativo, ni malogre o controvierta los derechos y garantías que, en tal sentido, consagra el artículo 42 de la Constitución Nacional (conforme CAT, Sala A, en la SICA N° 15/2022 y SDC N° 04/2016).

En el ejercicio de ese control, corresponde -justamente- verificar si medió o no exceso de poder que invalide el acto, examinando su legitimidad o validez forma y su legalidad o validez sustancial. Ello, en tanto es atribuible al poder jurisdiccional determinar los límites de actuación del Poder Administrador en los casos concretos (conf. CAT, Sala A, SICA N° 26/2025, SICA Nº 63/2021 con cita a Cassagne, Juan Carlos, “La prohibición de arbitrariedad y el control de la discrecionalidad administrativa por el Poder Judicial”, L.L, 2008-E, 1274).

Sentado ello, cabe destacar que el recurso de apelación interpuesto roza la deserción, puesto que la apelante no formuló una crítica concreta y razonada de los argumentos utilizados por el organismo administrativo para sancionarla, sino que se limita a reproducir lo expresado en la contestación de la denuncia y en el descargo efectuado en la etapa

sumarial respecto a que la compra realizada por el consumidor se canceló debido a un error en el sistema web en lo que respecta a la carga de stock.

Es dable recordar que la finalidad tuitiva que persigue la LDC en su integralidad se traduce en la protección de la parte débil de la relación de consumo. De allí que, recibidas las actuaciones en esta sede, se aprecie la actividad seguida por los contradictores en sede administrativa y se extraigan los indicios de su conducta que sirvan de argumentos a la hora de valorar la prueba aportada.

Ello no implica obligar a las empresas infractoras a producir prueba en su contra, sino que se le impone la carga de colaborar activamente en la dilucidación de la verdad objetiva del caso, evitando actitudes tendientes a obstaculizar el reclamo de la contraria para obtener la satisfacción de su pretensión.

Ahora bien, de las constancias obrantes en autos se advierte que la denunciada omitió suministrar al consumidor información cierta, clara, detallada y oportuna acerca de la disponibilidad real del producto ofrecido, conforme lo exige el artículo 4 de la LDC. En efecto, se limitó a invocar una genérica falta de stock de la heladera promocionada, sin precisar si tal situación era transitoria, si existía previsión de reposición ni el plazo estimado para ello.

Sumado a ello, aun después de ser notificada de la denuncia -en la que el denunciante puso de manifiesto que, tras la cancelación de la compra por la supuesta inexistencia de stock, el mismo producto continuaba publicitado a un precio superior- la denunciada no brindó explicación alguna ni aportó dato que permitiera esclarecer tal inconsistencia. Más aún, tratándose de un mecanismo de contratación enteramente online, la denunciada pudo disponer de herramientas que permitieran al consumidor visualizar la cantidad de productos disponibles en stock, tal como lo hacen otras plataformas electrónicas (por ejemplo, Mercado Libre), lo que refuerza el incumplimiento verificado.

Es decir, la denunciada no puede invocar su *“error”* -respecto del stock- para eximirse de responsabilidad. Admitir tal pretensión significaría, en los hechos, convalidar una conducta contraria al principio general que impide a una parte invocar su propia torpeza en su favor (conf. Sala A, SDL N° 25/2012, Sala B, SIC N° 16/2025).

Además, el principio de la confianza legítima se presenta como una proyección moderna de la doctrina de los actos propios, orientada a tutelar aquellas situaciones jurídicas en las que, aun aplicándose estrictamente dicho instituto u otros afines, podría no alcanzarse una solución verdaderamente justa. Su conexión con la teoría de los actos propios reside en un elemento común: la confianza generada por la conducta previa de una de las partes. En este sentido, el principio impide que un sujeto, especialmente en el marco de relaciones contractuales, adopte posteriormente comportamientos que frustren o contradigan las expectativas legítimas que su actuación anterior había inducido en la contraparte, quedando

así vinculado a sus propios actos y prácticas previas, en este caso, la oferta efectuada por la denunciada (conf. Sala A, SDL N° 47/2016).

Adicionalmente, en el caso planteado, el deber constitucional de brindar trato equitativo y digno al consumidor se ve claramente vulnerado. Lejos de observar la conducta responsable, respetuosa y de buena fe que exige el artículo 42 de la Constitución Nacional, la denunciada adoptó prácticas que se aprovechan de la posición de debilidad del usuario, generando condiciones inequitativas y situando al consumidor en un marco de desprotección. La conducta desplegada —carente de información adecuada, orientación clara y consideración real de las necesidades y expectativas del consumidor— evidencia un apartamiento del estándar constitucional que debe regir la relación de consumo en todas sus etapas. Esta vulneración se refleja no solo en la cancelación arbitraria de la oferta, sino también en la propuesta formulada en la instancia conciliatoria, la cual resulta manifiestamente insuficiente y disociada del incumplimiento contractual verificado, profundizando así el trato indigno. De este modo, no solo se configura un incumplimiento del deber de información, sino una franca negación del trato digno, contenido prestacional esencial del contrato, cuya ausencia agrava la situación de vulnerabilidad del consumidor en el caso concreto.

Asimismo, la orden dispuesta por la autoridad administrativa no implica una sanción, sino, ni más ni menos, el cumplimiento del objeto del contrato oportunamente celebrado entre las partes y en las modalidades originalmente previstas. Ello se encuentra, sin duda, dentro de las facultades del organismo, al igual que la referida sanción de apercibimiento, expresamente prevista en el artículo 47 de la LDC.

Por otro lado, en el Acta de Imputación, Infracción y Apertura de Sumario N° 04/2025 DGDyPCyU/SRT, la autoridad de aplicación imputó a <Persona 6> por la presunta infracción al deber de información contenido en el artículo 4 de la LDC. En este punto, el organismo entendió que, conforme surge de la denuncia efectuada por el consumidor y de las pruebas aportadas, la presunta infractora no le habría otorgado información clara, suficiente y detallada acerca de la cancelación de la compra. Al respecto, el descargo era la oportunidad procesal que tenía la denunciada para ejercer su derecho de defensa, acompañar y ofrecer toda la prueba que sea conducente a sus alegaciones (conf. artículos 5 y 6, inciso a, de la ley VII N° 22 y articulo 45 de la LDC), sin embargo, solo se limitó a reiterar la supuesta falta de stock y error del sistema web, indicando que devolvió el dinero al consumidor inmediatamente después de cancelada la compra, negando todo incumplimiento a la normativa de la LDC.

El deber de informar que pesa sobre los proveedores tiene base constitucional en el artículo 42, encontrándose presente sobre toda la duración de la relación de consumo, en tanto “es previo, concomitante y posterior a la formalización del contrato, para que el

consumidor obtenga la ejecución satisfactoria con relación al bien o servicio contratado, lo cual 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 predisponer los términos contractuales" (conf. CAT, Sala A, en la SICA N° 15/2024 con cita a Vallespinos, Carlos Gustavo, Ossola, Federico Alejandro, "La obligación de informar en los contratos. Consentimiento informado. Derechos del consumidor", Editorial Hammurabi, Buenos Aires, 2010, pág. 229, 233 y 304).

Esta Alzada dijo en reiteradas oportunidades que cumplir con el deber de informar es una obligación autónoma y principal de los proveedores, por lo que su omisión constituye una infracción formal que se perfecciona sin necesidad de que se verifique un daño cierto al consumidor o un beneficio adicional a quien lo incumple. El solo hecho de no informar o de hacerlo en forma insuficiente alcanza para perfeccionar la infracción descripta en el artículo 4 de la Ley de Defensa del Consumidor. Por lo tanto, resulta irrelevante examinar si el vicio en la información tuvo por finalidad obtener un provecho para el proveedor u ocasionar un daño a los consumidores: no informar debidamente perfecciona la falta (CAT, Sala A, SICA N° 43/2023 con cita a SICA N° 15/2023, SICA 11/2023, SICA N° 24/2022, SICA Nº 02/2020, SICA Nº 09/2015 y SICA Nº 06/2015, entre muchas otras).

En el caso analizado, la oferta realizada por la denunciada reviste carácter plenamente vinculante, no solo por imperio expreso de la legislación consumeril —en particular, el artículo 7 de la Ley 24.240, que otorga fuerza obligatoria a la oferta unilateral—, sino también porque dicho principio se encuentra arraigado en la concepción clásica de la contratación. En efecto, el contrato entendido como promesa transforma lo moralmente exigible en jurídicamente obligatorio, obligando a quien formula la oferta a responder por la confianza que genera en el consumidor. Esta fuerza vinculante se funda tanto en el respeto por la autonomía de quien recibe la oferta y actúa legítimamente conforme a ella, como en la responsabilidad de quien la emite, quien debe hacerse cargo de las consecuencias jurídicas de su propia conducta. Así, la empresa no solo incumple una obligación legal expresa, sino que desconoce el principio de confianza que estructura toda relación contractual, especialmente en materia de consumo (conf. Sala B, SDCA N° 03/2014).

Este deber constituye una obligación de resultado que debe cumplir con determinados y precisos contenidos, por lo que la sola verificación del incumplimiento hace responsable a la parte obligada, con prescindencia de cualquier circunstancia vinculada con la intencionalidad del sujeto, lo que justifica la imposición de una multa. Por lo expuesto, debe tenerse por configurada la infracción al artículo 4 de la LDC.

Por su parte, la vulneración de los artículos 7 *(oferta)* y 8 *(efectos de la publicidad)*, de la LDC, se advierte de manera palmaria en el caso, toda vez que la denunciada no respetó

la oferta originalmente publicitada, la cual contenía un plazo expreso de vigencia, lo cual generó en los consumidores una expectativa legítima de adquisición del producto en las condiciones allí establecidas.

En efecto, conforme surge de las constancias de autos, la empresa publicó en su página oficial, y bajo una promoción con validez hasta el 30/09/2023, la venta de la heladera a un precio determinado, junto con las condiciones de financiación. Dicha publicación, tal como lo establece expresamente el artículo 7 de la LDC, obliga al proveedor a mantener la oferta durante el tiempo en que fue formulada, salvo que proceda a su revocación o modificación, lo cual debe realizarse por medios similares a los empleados para su difusión y antes de que se produzca la aceptación por parte del consumidor. Sin embargo, nada de ello ocurrió. En el caso, la denunciada se limitó a informar, de manera unilateral y extemporánea, una supuesta "falta de stock", invocando un genérico error del sistema, sin acreditar la veracidad de esa afirmación y, lo que resulta aún más relevante, sin haber emitido oportunamente una publicación rectificatoria o revocatoria de la oferta, tal como exige la norma citada.

La ausencia de dicho acto no solo configura un apartamiento palmario de los deberes legales a su cargo, sino que evidencia un comportamiento contrario al principio de buena fe que debe regir todas las relaciones de consumo. Este principio impone a los proveedores un especial deber de lealtad, claridad y coherencia en la información brindada, vedándoles desligarse de los compromisos públicamente asumidos mediante la simple invocación de contingencias internas cuya comprobación omiten aportar.

Por lo demás, la infracción al artículo 8 de la LDC también se verifica de manera inequívoca. La normativa consumeril reconoce a la publicidad la aptitud de integrar la relación contractual, en tanto su difusión no es neutra: genera confianza en el consumidor, induce su decisión económica y produce expectativas que cuentan con tutela legal. En virtud de ello, el proveedor queda obligado a cumplir con lo publicitado, pues lo contrario implicaría desnaturalizar la función económica de la publicidad y vaciar de contenido el sistema de protección diseñado por el legislador.

En el presente caso, la conducta de la empresa -que canceló unilateralmente la compra, sin brindar una explicación suficiente, sin revocar formalmente la oferta y manteniendo luego la publicación del mismo producto a un precio superior- evidencia una clara contradicción entre la oferta difundida y su posterior actuación, contrariando el mandato de buena fe y vulnerando de manera directa la tutela que los artículos 7 y 8 de la LDC imponen. En rigor, la empresa debía extremar los recaudos para garantizar que la información publicada fuera veraz y que la oferta se mantuviera en los términos informados al consumidor o, en su defecto, publicar de manera inmediata y por el mismo medio una revocación válida y previa a la aceptación, lo cual no ocurrió.

Por lo expuesto, también se configura un incumplimiento del contrato en los términos del artículo 10 bis de la LDC. En efecto, la aceptación de la oferta por parte del consumidor, debidamente realizada a través de la página web, con confirmación de compra y bajo condiciones claras de precio y financiación, perfeccionó la relación contractual y obligó al proveedor a cumplir con la prestación comprometida.

La posterior cancelación unilateral de la operación -fundada en una supuesta falta de stock no acreditada y sin haber procedido previamente a la revocación válida de la oferta conforme a las exigencias del artículo 7- constituye un apartamiento ilegítimo del proveedor respecto de las obligaciones asumidas, así como del deber de brindar un trato digno al consumidor. Este incumplimiento contractual se ve aún más evidenciado al comprobarse que, tal como acreditó el consumidor en la documental obrante a fs. 06, tras la frustración de la operación el mismo producto continuó publicitándose en la plataforma a un precio superior, lo que refuerza la conclusión de que la empresa no actuó conforme al principio de buena fe ni observó los parámetros de conducta esperados en el marco de una relación de consumo.

En consecuencia, la conducta desplegada por <Persona 6> no solo vulnera los deberes legales de información, de mantenimiento de la oferta y de respeto por los efectos de la publicidad, sino que también configura un incumplimiento contractual en los términos del artículo 10 bis de la LDC, lo que habilita la intervención sancionatoria del organismo y la consecuente imposición de las medidas adoptadas en la resolución recurrida. Por todo ello, entendemos que la Disposición N° 388/2025 DGDyPCyU se ajusta a derecho, motivo por el cual debe rechazarse el recurso de apelación interpuesto y, consecuentemente confirmarla.

IV. Por la forma en que se resuelve el presente, las costas se impondrán a la recurrente vencida (art. 69 del CPCC). En mérito de la extensión e importancia de las labores desarrolladas, el resultado obtenido, así como el carácter con que actuó, corresponde regular los honorarios de <Persona 2> y <Persona 5> en conjunto, letrados de <Persona 6> S.A., en la suma equivalente a 8 JUS, incluido el plus procuratorio (artículos 5, 6, 7, 8, 13 y 46 de la Ley XIII Nº 4) con más el IVA en caso de corresponder.

Por ello, la Sala 2 de la Cámara de Apelaciones de Trelew, <u>RESUELVE:</u>

CONFIRMAR la Disposición N° 388/2025 de la Dirección General de Defensa y Protección de los Consumidores y Usuarios de la Secretaria de Trabajo de Rawson.

IMPONER las costas de esta instancia a la recurrente.

REGULAR los honorarios de <Persona 2> y <Persona 5> en conjunto, letrados de <Persona 6> S.A., en la suma equivalente a 8 JUS, incluido el plus procuratorio, con más el IVA de corresponder.

REGÍSTRESE, notifíquese y devuélvase.

Suscripta digitalmente por Marcelo Fernando PERAL, Presidente de la Sala 2 y por Guillermo Nicolás WALTER, Juez de Cámara. REGISTRADA BAJO EL Nº 12 DE 2025 - SICA - CONSTE. Firmado digitalmente por Secretaría.