



Poder Judicial de la Nación
CAMARA CIVIL - SALA M

ACUERDO

En Buenos Aires, en el mes de marzo del año dos mil veintidós, reunidos los señores jueces de la Sala M de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil, Dres. Guillermo Dante González Zurro, María Isabel Benavente y Carlos Alberto Calvo Costa, a fin de pronunciarse en el expediente n° 64627/2007, **“Iglesia Mesiánica Mundial Sekai Kyusei Kyo en la Argentina c. Mercado Libre S.A. y otros s. propiedad intelectual 11.723”**, el Dr. González Zurro dijo:

Sumario

La [sentencia apelada](#) admitió la demanda por plagio promovida por la “Iglesia Mesiánica Mundial, Sekai Kyusei Kyo, en la Argentina” (IMM) contra Luis Ernesto Ferrari, quien vulneró el derecho de propiedad intelectual de la primera sobre el libro “Cimientos del Paraíso”. Lo condenó a abstenerse de comercializar o reproducir de cualquier modo la obra “Revelación de los Misterios” y le impuso el pago de la suma de \$ 20.000, más intereses. Asimismo, rechazó la demanda contra Mercado Libre S.A. (ML), y contra MYM Distribuidora, de Mónica Graciela Rodríguez, por la promoción, venta o comercialización del libro.

La sentencia fue apelada por la actora, Iglesia Mesiánica Mundial, y por el codemandado, Mercado Libre.

En su [expresión de agravios](#) la primera cuestionó:

1. Que la sentencia haya rechazado la responsabilidad de ML en la promoción y comercialización de productos ilícitos.
2. Que se haya también desestimado la responsabilidad Mónica Rodríguez, en rebeldía.
3. El monto de la indemnización y la falta de publicación de la sentencia.



4. Cuestionó que la distribución de costas por su orden a Mercado Libre S.A., y solicitó que le sean impuestas.

Por su parte, [Mercado Libre S.A.](#) limitó sus agravios a lo resuelto en materia de costas, y pidió que estén a cargo de la actora.

Ambas expresiones de agravios fueron contestadas.

1. La responsabilidad de Mercado Libre

La sentencia apelada, sobre la base del precedente “Kosten”¹ de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, consideró que Mercado Libre S.A. estaba exento de responsabilidad, por tratarse de un operador de un mercado electrónico de ventas o subastas *online*, sin haber desempeñado un papel activo que el permita adquirir conocimientos o control de los datos almacenados. Estableció que ML fue un “mero canal”, limitándose a proporcionar un foro para una transacción entre un comprador y un vendedor. Valoró que en el caso ni siquiera se esgrimió que la demandada tuviera conocimiento que el libro de Ferrari –promocionado a través de la plataforma que administra– plagiaba la obra de la actora.

La IMM se agravió por considerar que se debió haber exigido a ML verificar la procedencia lícita de la creación intelectual y, al no haberlo hecho, debía responder por culpa. Consideró absurdo que la sentencia diga que no le fue posible a ML adquirir conocimiento o control de los datos almacenados. Invocó el precedente “Claps”² de esta Cámara de Apelaciones Civil. Argumentó con las condenas a quienes comercializan indumentaria apócrifa o falsificada. Sostuvo que la actividad de ML no difiere del corretaje tradicional, que por aplicación del art. 36 de la ley 20266 exige al corredor comprobar la existencia de los instrumentos de los que resulte el título invocado por el enajenante. Expresó que la sentenciante debió estudiar los precedentes dictados en países más avanzados en estas cuestiones. Cuestionó la aplicación

1 CNCom., Sala D, “Kosten, Esteban c. Mercado Libre”, del 22/03/2018; TR LALEY AR/JUR/1780/2018.

2 CNCiv., Sala K, “Claps, Enrique Martín y otro c. Mercado Libre S.A. s. daños y perjuicios”, del 05/10/12 ; TR LALEY AR/JUR/55788/2012.



de la doctrina “Kosten”, a la que calificó como un “aislado precedente” que nada tiene que ver con la facilitación de publicidad que realizó ML para la comercialización de una obra intelectual ilícita.

Es necesario comenzar el análisis destacando que no tenemos en nuestro país un régimen normativo específico que regule la responsabilidad de una plataforma de comercio electrónico³.

Tampoco hubo contrato ni relación de consumo entre la actora y ML que permita encuadrar el asunto bajo la órbita de la Ley de Defensa del Consumidor (LDC). Esto último lleva a distinguir el presente caso de los precedentes “Claps” y “Koster”.

En el primero, Patricio Claps compró entradas, por medio de ML, para que sus hermanos asistan al recital de Gustavo Ceratti, quienes fueron detenidos al intentar ingresar por haberse informado que esas entradas habían sido denunciadas como sustraídas. Se consideró a los actores como consumidores, pues el contrato celebrado los tuvo como beneficiarios y destinatarios finales de la compra. La sentencia de Cámara estableció un régimen de responsabilidad objetiva con fundamento en el “riesgo y beneficio económico empresario” y admitió la demanda de daños contra ML.

En el más reciente caso “Kosten”, el actor demandó a ML por los daños que le causó la falta de entrega de un automóvil adquirido por medio de la plataforma. ML opuso la excepción de falta de legitimación pasiva. La sentencia de primera instancia hizo lugar a la excepción y rechazó la demanda. La Cámara Comercial, con criterio opuesto al precedente “Claps”, confirmó. Nuevamente aquí se advierte una relación contractual entre la parte actora y ML.

Sin embargo, en esta última causa, el Dr. Heredia expresó valiosos criterios de decisión a partir de la normativa europea⁴ y la jurisprudencia tanto de ese

3 Pizarro, Ramón, *Tratado de Responsabilidad Civil*, Santa Fe Rubinzal-Culzoni, 2018, tomo III, pág. 406; íd., "Responsabilidad del operador de una plataforma de comercio electrónico on line", TR LALEY AR/DOC/2538/2021,VI; Silvestre, Norma; Marhaba, Débora; Olivera, Federico; Pagliuca, Fernando, “Algunas reflexiones sobre la responsabilidad civil en el contexto digital”, TR LALEY AR/DOC/896/2019.

4 Fundamentalmente la Directiva 2000/31/CE del Parlamento Europeo, Sección 4, arts. 14 y 15.



continente⁵ como de Estados Unidos de América⁶, y también de los precedentes de la CSJN en las causas “R., M. B. c. Google”⁷ y “Gimbutas, Carolina V. c. Google”⁸. Entre ellos:

a) Exención de responsabilidad del operador de un mercado electrónico de ventas o subastas *online* cuando no ha desempeñado un papel activo que le permita adquirir conocimiento o control de los datos almacenados, es decir, cuando ha sido un “mero canal”, limitando su intervención a proporcionar un foro para una transacción entre un operador y un vendedor.

b) Aun si el operador del mercado electrónico hubiera desempeñado una posición neutra, podría ser responsabilizado si ha tenido conocimiento de hechos o circunstancias a partir de los que un operador económico diligente hubiera debido constatar el carácter ilícito de las ofertas de venta en cuestión, y en caso de adquirir tal conocimiento, no haya actuado con prontitud (responsabilidad subjetiva).

c) Ninguna exención de responsabilidad cuando el operador del mercado electrónico prestó un papel activo que le permitió adquirir conocimiento o control de los datos almacenados (responsabilidad que encontraría fundamento en la LDC, especialmente en el art. 40).

Ahora bien, a diferencia de los antecedentes jurisprudenciales referenciados, en el caso sometido a decisión de esta Sala –tal como afirmé más arriba– la actora carecía de todo vínculo con ML. El libro fue escrito y puesto a la venta (o subasta) en ML *por terceros* y la IMM no tenía ninguna intención de comprarlo. La acción principal –admitida y firme– fue contra quien plagió el libro: Luis Ferrari. En otras palabras, la actora *no era cliente* (usuarios que

5 TJCE, “L’Oréal SA, Lancôme parfums et beauté & Cie SNC, Laboratoire Garnier & Cie, L’Oreal (UK) Ltd. c. eBay International AG” del 12/07/2011.

6 “Tiffany Inc. c. eBay Inc.”, 576 F. Supp., 2d. 463, 469 S.D.N.Y. 2008.

7 CSJN, del 28/10/2014; Fallos 337:1174; el contenido de la sentencia es accesible online: <https://sjconsulta.csjn.gov.ar/sjconsulta/documentos/verDocumentoByIdQr.html?idDocumento=7162581>

8 CSJN, del 12/09/2017; Fallos 340:1236; el contenido de la sentencia es accesible online: <https://sjconsulta.csjn.gov.ar/sjconsulta/documentos/verDocumentoByIdQr.html?idDocumento=7399421>



ofrecen o compran a través del prestador de servicio) y, por lo tanto, queda descartada la aplicación de la LDC.

En consecuencia, la cuestión deberá ser resuelta desde la órbita de la responsabilidad civil extracontractual.

Desde esta óptica, la plataforma no puede ser obligada a supervisar en forma generalizada sus contenidos para identificar a las personas o las informaciones que infringen los derechos de un tercero. Esa obligación recae en el titular de tales derechos⁹, como aquí sucedió con la denuncia y acción promovida por la Iglesia Mesiánica Mundial.

Ello establecido, la situación se asemeja al criterio expuesto en el punto **a)**, por lo que la conducta de la plataforma virtual cae dentro del denominado “puerto seguro” (*safe harbour*)¹⁰, metáfora que explica la exención de responsabilidad para los prestadores de servicio que actúan como meros intermediarios en internet y que encuentra su anclaje en la normativa de la Unión Europea¹¹.

Pero aun de considerarse, en el mejor de los casos para la apelante, que se trataría del supuesto **b)**, la solución no variaría. En efecto, el operador del mercado electrónico podría ver comprometida su responsabilidad, aun si se hubiese desempeñado en posición neutral, si tuviera o hubiese podido tener **conocimiento efectivo** del carácter ilícito de la oferta, o si, tras haber adquirido dicho conocimiento no actuare con la diligencia requerida para

9 Antón Juárez, Isabel, "Infracción de un derecho de marca en plataformas de ecommerce: la actuación de la plataforma y el impacto en su responsabilidad", *Cuadernos de Derecho Transnacional*, Madrid, octubre de 2020, Vol. 12, Nº 2, pág. 73, nº 63; acceso: <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5602>

10 La expresión proviene de un aforismo marítimo donde un buque maltrecho busca un puerto seguro en una fuerte tormenta, el buque está en el puerto seguro pero no es ese el lugar que le corresponde. Aplicado a la responsabilidad de las plataformas, se pueden extraer las siguientes conclusiones: 1) los prestadores de servicios de internet están expuestos a fuerzas impredecibles que no pueden controlar. Sería como una tormenta en medio del mar para un buque. 2) Ante esa situación los prestadores necesitan seguridad para poder operar, es decir, un puerto en el que refugiarse hasta que la tormenta pase; 3) ese puerto no lo es al 100%, la responsabilidad de la plataforma puede resurgir en mitad de un mar calmo. Cómo maneje la plataforma esa situación será clave para su supervivencia, ver Antón Juárez, Isabel, "Infracción de un derecho de marca en plataformas de ecommerce: la actuación de la plataforma y el impacto en su responsabilidad", *Cuadernos de Derecho Transnacional*, Madrid, octubre de 2020, Vol. 12, Nº 2, pág. 66, nº 45; acceso: <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5602>

11 Directiva 2000/31/CE, arts. 12 y sigtes.; ver asimismo la posterior Directiva 2019/790 sobre los derechos de autor en el mercado único digital.



retirar la publicación¹².

Se trata de una responsabilidad subjetiva por hecho propio del intermediario que, en el CCV encuentra fundamento en el art. 1109 y, en el CCCN, en los arts. 1721, 1724, 1725 y 1749. Se sostiene que en estos casos la conducta antijurídica consistiría en haber *contribuido a la infracción* contra el titular de un derecho de propiedad intelectual¹³.

Parece claro, a partir de esta interpretación, que no se puede imputar al intermediario la misma responsabilidad por infracción a los derechos de propiedad intelectual que corresponde a quien los vulneró, pues no estamos ante un caso de responsabilidad por hecho ajeno y menos, ante una responsabilidad objetiva¹⁴. Se trata, más bien, de una concurrencia de conductas antijurídicas independientes que coadyuvan a la producción del daño, estableciéndose el nexo causal entre el daño padecido por el titular del derecho intelectual y la conducta culposa del intermediario, precisamente a través de la conducta infractora del usuario que publicó la oferta¹⁵. Cada uno responde por un hecho propio que concurre causalmente con el del otro para producir el daño. El intermediario no comete directamente la infracción al derecho intelectual del tercero, sino *indirectamente*, por el hecho de contribuir con su actividad a que esas infracciones sean cometidas por los usuarios de su servicio¹⁶.

Será preciso, entonces, determinar caso por caso si la plataforma de comercio electrónico desarrollaba una actividad puramente pasiva y automática

12 fallo “Kosten” cit.; Pizarro, Ramón "Responsabilidad del operador de una plataforma de comercio electrónico on line", TR LALEY AR/DOC/2538/2021, VII.2., 6).

13 Carbajo Cascón, Fernando, “Delimitación de la responsabilidad de los servicios de intermediación de la sociedad de la información. Especial atención a la infracción de derechos de propiedad industrial e intelectual a través de servicios hosting-web 2.0”, segunda parte; *Revista Iustitia*, Universidad de Salamanca, España, nº 13, ISSN Digital: 2539-4657, pp. 240 y ss.

14 Carbajo Cascón, Fernando, “Delimitación de la responsabilidad de los servicios de intermediación de la sociedad de la información. Especial atención a la infracción de derechos de propiedad industrial e intelectual a través de servicios hosting-web 2.0”, segunda parte; *Revista Iustitia*, Universidad de Salamanca, España, nº 13, ISSN Digital: 2539-4657, pág. 241.

15 Íd., íd.,pág. 242.

16 Íd., íd., pág. 243.



(alojamiento, búsqueda y enlaces) que le impedía controlar *a priori* la licitud de las informaciones ofrecidas en su sitio, o si, por el contrario, el intermediario intervenía activamente en la presentación y promoción de las informaciones alojadas con su pleno conocimiento de su ilicitud¹⁷. En este sentido se ha señalado que debido al avance en los servicios digitales en los últimos años, los términos *activo* y *pasivo* quizás ya sean insuficientes y sería más preciso hablar de “grado de control de la plataforma” o “conocimiento efectivo”¹⁸.

Tales lineamientos no cambian sustancialmente frente los casos de ventas de indumentaria falsificada, que la recurrente trae como argumentación. Así, cuando ese fin comercial ilegítimo solo recae en el tercero, el vendedor es el que utiliza la marca para su comercialización y no la plataforma propiamente dicha, la que solo permite el alojamiento de datos. De tal modo que si la plataforma no usa la marca, tampoco puede infringirla¹⁹.

A fin de encuadrar la cuestión en el presente juicio, y según las pruebas producidas, no hay duda de que estamos ante una actividad meramente intermediaria: el rol de Mercado Libre únicamente se limitó a alojar en su sitio *web* un ofrecimiento de venta del libro y CD “Revelación de los Misterios”, a través del vendedor “MYM Distribuidora” y cuyo autor, según se consignó, era el Lic. Físico Molecular Luis Ferrari, ganador del Gaviota de oro 2006 (ver

17 Carbajo Cascón, Fernando, “Delimitación de la responsabilidad de los servicios de intermediación de la sociedad de la información. Especial atención a la infracción de derechos de propiedad industrial e intelectual a través de servicios hosting-web 2.0”, segunda parte; *Revista Iustitia*, Universidad de Salamanca, España, n° 13, ISSN Digital: 2539-4657, pág. 240; Antón Juárez, Isabel, “Infracción de un derecho de marca en plataformas de ecommerce: la actuación de la plataforma y el impacto en su responsabilidad”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, Madrid, octubre de 2020, Vol. 12, N° 2, pág. 73, n° 59; acceso: <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5602>.

Es interesante destacar que esta distinción de roles es la que sigue el *Anteproyecto integral de reforma de la Ley del Consumidor*, esp. art. 73.

18 Antón Juárez, Isabel, “Infracción de un derecho de marca en plataformas de ecommerce: la actuación de la plataforma y el impacto en su responsabilidad”, *Cuadernos de Derecho Transnacional*, Madrid, octubre de 2020, Vol. 12, N° 2, pp. 70-71, n° 57; acceso: <https://doi.org/10.20318/cdt.2020.5602>

19 Íd., íd. y fallos allí citados del STJUE: Google France SARL y Google Inc./Louis Vuitton Malletier, C-236/08 a 238/08, EU:C:2010:159, apartado 57; STJUE 15 de diciembre 2011, Frisdranken Industrie Winters, C-119/10:387, apartado 29; STJUE 2 abril 2020, Coty/Amazon, C-567/18, ECLI:EU:C:2020:267, apartado 4



pág. 149). Ante la medida cautelar decretada por el juzgado para que el demandado Ferrari se abstenga de vender por cualquier medio ejemplares del libro, lo que se puso en conocimiento de ML (ver pág. 25, Expte. 33.336/2007), ésta informó haber cumplido la medida aunque señaló que a la fecha de la notificación la publicación ya no estaba activa, por haber finalizado el 08/05/2007 (ver pág. 73, incidente de medidas cautelares citado). La publicación únicamente duró 15 días, fue vista por 16 usuarios y no se vendió ningún ejemplar (ver informes del perito infomático Maximiliano Bendinelli en pág. 926, respuestas a los punto 5 y 7 y del perito contador Ricardo Behar, pág. 970).

Esta posición neutra y pasiva de ML –que la actora no logró desvirtuar– impedía obligarla a contar con un conocimiento efectivo *previo* del plagio de la obra publicada, por más diligencia que se le exija. No había manera razonable de conocer la ilicitud hasta que recibiese, por lo menos, la denuncia de la actora o la notificación de la medida cautelar. La extensa tramitación del juicio es, por sí sola, demostrativa de que el plagio no era evidente y que se necesitaron 15 años para acreditarlo.

Por otro lado, siguiendo este razonamiento, tampoco hallo fundamento sólido entender que ML realiza una función de corretaje tradicional que autorice a exigirle así la indagación de licitud o ilicitud previa. En este sentido, se ha sostenido que el prestador del servicio electrónico no se obliga ante una parte a mediar en la negociación y conclusión del negocio, ya que no recibe ningún encargo a ese fin²⁰. Por lo tanto, además de no haber sido parte la actora en el contrato entre MYM Distribuidora y ML como para invocar esta figura, no encuentro posible aplicar el pretendido art. 36 de la ley 20266 (ya derogado), que contemplaba supuestos claramente distintos, vinculados al régimen legal de martilleros y corredores. Solo añadido a fin de dar una respuesta más acabada a la recurrente –y no por que le sea exigible a Mercado Libre–, que el ISBN que figura en el pie de imprenta del libro es el correcto y que la obra “Revelaciones” del autor Luis Ernesto Ferrari se había registrado en la Dirección Nacional del Derecho de Autor, pero no fue renovada y fue

²⁰ Fallos “Kosten” citado, ap. 4º, e).



destruida de los archivos (ver pp. 9/10 del incidente sobre medidas cautelares). En definitiva, a mi modo de ver queda claro que Mercado Libre no tuvo ni pudo tener conocimiento efectivo del plagio probado judicialmente quince años después y, por lo tanto, su conducta no es pasible de reproche. En consecuencia, si mis apreciados colegas me acompañan, propongo desestimar este agravio y confirmar en este aspecto la sentencia apelada.

2. La responsabilidad de Mónica Rodríguez (MYM Distribuidora)

La circunstancia de declararse la rebeldía de la codemandada Mónica Rodríguez, quien habría publicado el libro en ML a través del nombre “MYM Distribuidora”, no lleva automáticamente a admitir la demanda promovida contra ella, como parece pretender la apelante.

Cabe recordar que, la declaración de rebeldía no produce otro efecto que el de crear, en caso de duda, una presunción de verdad de los hechos lícitos afirmados por el actor (art. 60 CPCCN). Por ello la condición procesal del rebelde no importa de suyo la suerte favorable de la acción intentada convirtiendo al juzgador en un autómatas que debe dictar sentencia en el sentido solicitado por el demandante²¹. Como enseñaba Alsina, la decisión del juez no será necesariamente desfavorable al rebelde, sino que tendrá que ajustarse a lo que resulte de la causa; debe examinar la calidad, el derecho y el interés. La pretensión es justa, cuando está amparada por la ley y se halla debidamente comprobada²².

Si bien el agravio se limitó a la cuestión procesal antedicha, de cualquier manera no ha quedado probado en el caso que la vendedora tuviera conocimiento efectivo sobre la ilicitud del libro publicado, para lo que me remito –en lo pertinente– a los fundamentos expuestos con relación a Mercado Libre.

En consecuencia, propicio desestimar también este agravio y confirmar el fallo

²¹ Morello-Sosa-Berizonce, *Códigos Procesales en lo Civil y Comercial de la Provincia de Buenos Aires y de la Nación*, t II-B, jurisp.cit. pág. 30/31.

²² CNCiv., esta Sala, “Asava S.A. c/Vilchez, Mónica s/cobro de sumas de dinero”, del 29-6-2017, voto de la Dra. Benavente y sus citas.



apelado en este tema.

3. Monto de la indemnización

La actora también se agravió del monto indemnizatorio fijado en la instancia anterior, al que considera exiguo.

Más allá de la debatida cuestión acerca de la legitimación activa por daño moral de las personas jurídicas²³, su procedencia en el caso ha quedado firme.

Con relación a la cuantía, responde totalmente a la suma reclamada (ver demanda, pág. 171 vta., último párrafo), por lo que postulo su confirmación.

En cuanto al agravio vinculado con la publicación de la “ejemplar sentencia que oportunamente dictará contra Mercado Libre llevando así noticia a los consumidores sobre el inadecuado, irresponsable y perjudicial comportamiento” (pág. 172, punto d, primer párrafo de la demanda, y punto ii.4.3 de la expresión de agravios), su tratamiento ha venido a ser abstracto, dada la solución contraria a la apelante respecto de ML.

4. Las costas

Las costas por su orden respecto de Mercado Libre S.A. motivaron agravios cruzados.

Aunque el principio objetivo de la derrota llevaría a imponerlas a la actora, vencida con relación a la responsabilidad de ML (art. 68 CPCCN), el caso presenta cierta complejidad desde el punto de vista jurídico que me inclina a mantener la solución adoptada en la instancia de grado.

Por consiguiente, propicio desestimar sendos agravios y confirmar la distribución de costas por su orden del punto II del fallo; criterio que propongo mantener para las generadas en esta instancia.

23 Pizarro, Ramón D., *Daño moral. Reparación, prevención y punición de las consecuencias no patrimoniales*, Santa Fe, Rubinzal-Culzoni, 3^a ed. Ampliada y actualizada, tomo I, pág. 344 y ss.; Zavala de González, Matilde-González Zavala, Rodolfo, *La responsabilidad civil en el nuevo Código*, Córdoba, Alveroni, tomo III, pág. 30 y ss.; ver también CNCiv., esta Sala, Expte. 107.850/99 del 13/08/2003, voto de la Dra. Gladys Álvarez.



5. Síntesis

Si mis distinguidos colegas me acompañan, propongo confirmar la sentencia apelada en todo lo que fue materia de apelación. Con costas de segunda instancia en el orden en que fueron causadas.

La Dra. María Isabel Benavente dijo:

Adhiero por análogas consideraciones al voto precedente.

El Dr. Carlos A. Calvo Costa dijo:

Por compartir la solución a la que ha arribado, adhiero al muy fundado voto de mi distinguido colega de sala Dr. Guillermo González Zurro.

Con lo que terminó el acto, firmando electrónicamente los señores jueces.
Fdo.: Guillermo D. González Zurro, María Isabel Benavente y Carlos A. Calvo Costa. Doy fe, Adrián Pablo Ricordi (Secretario interino).

ADRIAN PABLO RICORDI

Buenos Aires, de marzo de 2022

Y VISTO:

Lo deliberado y las conclusiones establecidas en el acuerdo precedente, el Tribunal **RESUELVE:**

1. Confirmar la sentencia apelada en todo lo que fue materia de apelación.
2. Con costas de segunda instancia en el orden en que fueron causadas.
3. Diferir la regulación de honorarios por los trabajos realizados en esta instancia para una vez que se encuentren determinados los correspondientes a la instancia anterior (art. 14 del Arancel).
4. Regístrese, notifíquese y devuélvase.

GUILLERMO D. GONZALEZ ZURRO



MARIA I. BENAVENTE

CARLOS A. CALVO COSTA

ADRIAN PABLO RICORDI

SECRETARIO

Fecha de firma: 28/03/2022

Alta en sistema: 29/03/2022

Firmado por: MARIA ISABEL BENAVENTE, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: ADRIAN PABLO RICORDI, SECRETARIO INTERINO

Firmado por: GUILLERMO GONZALEZ ZURRO, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: CARLOS ALBERTO CALVO COSTA, JUEZ DE CAMARA



#13835501#321504309#20220328094930015