

En Viedma, a los 2 días del mes de Julio de dos mil veintiséis, se reúnen en acuerdo la Sra. Jueza y los Sres. Jueces de la Cámara de Apelaciones en lo Civil, Comercial, Familia, de Minería y Contencioso Administrativa de la Primera Circunscripción Judicial de la Provincia de Río Negro, con asiento en esta ciudad, asistidos por el Secretario subrogante del Tribunal, para resolver en los autos caratulados **“GUASTALLI, SANDRA PAOLA C/ MULTIPOINT S.A. Y OTROS S/ SUMARÍSIMO - DAÑOS Y PERJUICIOS”**, Expte. N° **VI-00354-C-2022**, y luego de debatir sobre la temática del fallo a dictar, se decide plantear y votar, en el orden del sorteo practicado, la siguiente cuestión:

¿Son procedentes los recursos de apelación interpuestos por las partes demandadas Multipoint S.A. (E0058) y Samsung Electronics Argentina S.A. (E0059)?

Y, en su caso, ¿Qué decisión corresponde adoptar?

A dicho interrogante, el **Dr. Gustavo Javier Bronzetti Núñez** dijo:

I.- SENTENCIA RECURRIDA (I0051)

Mediante sentencia definitiva n° 2025-D-83, de fecha 20 de mayo de 2025, dictada por la Dra. Karina Vanessa Kozaczuk, titular del Juzgado Civil, Comercial, de Minería y Familia de San Antonio Oeste N° 9 (I0051), se hizo lugar parcialmente a la demanda entablada por Sandra Paola Guastalli contra Multipoint S.A. y Samsung Electronics Argentina S.A., condenando a estas en forma solidaria al pago de la suma de \$2.000.000 en concepto de daño moral, con más intereses y costas a cargo de las accionadas.

Asimismo, rechazó el reclamo de cambio de producto en la forma solicitada, atento a que la actora ya había ejercido su derecho de opción en los términos del art. 10°, inc. b) de la Ley 24.240, al recibir un televisor de 82 pulgadas.

No obstante, ordenó que en la etapa de ejecución de sentencia se cuantifique el valor de una barra de sonido de calidad similar a la del

televisor originalmente adquirido, mediante la presentación de dos presupuestos actualizados. Rechazó asimismo el rubro daño punitivo. Los fundamentos del fallo serán repasados en el curso del presente análisis.

II.- TRÁMITE RECURSIVO

Contra dicho decisorio, interpusieron recursos de apelación, en primer término, la parte demandada Multipoint S.A. en fecha 23 de mayo de 2025 (E0058), y Samsung Electronics Argentina S.A. el día 27 de mayo de 2025 (E0059). Ambos recursos fueron concedidos en relación y con efecto suspensivo (conf. art. 433°, inc. 7, in fine, del CPCC).

El recurso de Samsung fue concedido el 30 de mayo de 2025; el de Multipoint S.A., regularizado su trámite a instancia de esta Cámara, fue concedido el 29 de octubre de 2025.

Multipoint S.A. presentó su memorial de agravios (E0060), y Samsung Electronics Argentina S.A. hizo lo propio (E0062), también en tiempo.

Corridos los traslados de ley, la actora los contestó en ambos casos en término, quedando la causa en condiciones de ser resuelta.

Ante su llegada a esta Cámara, se realizó el correspondiente informe de Secretaría (del 30 de julio de 2025, ampliado el 20 de noviembre de 2025), llamándose oportunamente autos para resolver el 11 de febrero de 2026 (I0065), practicándose el pertinente sorteo el 17 de marzo de 2026.

III.- FUNDAMENTOS (Sentencia recurrida, agravios y contestación)

Enunciaré una síntesis de lo resuelto en la instancia de grado, para luego hacer lo propio respecto de las críticas esgrimidas por cada una de las accionadas.

III.1.- LA SENTENCIA: La resolución en crisis tuvo por acreditado que el día 28 de octubre de 2019, la actora Sandra Paola Guastalli adquirió, a través de la página web oficial de Samsung Argentina (shop.samsung.com.ar), un televisor Samsung de 75" 4K curved QLED Smart TV Q8C (serie 8), por la suma de \$ 279.999, abonado mediante

tarjeta de crédito. El plazo de entrega convenido era hasta el 5 de noviembre de 2019.

El producto nunca fue entregado en la forma pactada. Ante los reclamos de la actora, en fecha 23 de enero de 2020, la empresa informó la ausencia de stock del modelo adquirido y ofreció un televisor de 82" serie 6, más la devolución de \$10.000 y un 10% del precio original. La actora rechazó la oferta en los términos propuestos y condicionó su aceptación a la entrega de una barra de sonido para suplir las diferencias de calidad de audio.

En febrero de 2020 recibió el televisor de 82 pulgadas, pero nunca obtuvo la barra de sonido ni el dinero ofrecido.

La sentenciante de grado valoró el plexo probatorio incorporado a la causa, especialmente la pericia del área de informática forense producida en los autos vinculados “GUASTALLI SANDRA PAOLA S/ MEDIDAS PRELIMINARES” (Expte. SA-00495-C-0000), mediante la cual se preservaron los correos electrónicos y comunicaciones intercambiadas entre las partes; las declaraciones testimoniales de los Sres. Savorgnan (por la actora), y Apes, Horenstein y Feune de Colombi (por la demandada).

Con base en ese material probatorio, se concluyó que ambas demandadas integraban la cadena de comercialización del producto y debían responder solidariamente frente al consumidor, encuadrando la responsabilidad de Multipoint S.A. en el art. 10° bis, in fine, de la Ley 24.240 y arts. 1716° y ss. del CCyC, y la de Samsung Electronics Argentina S.A. en el art. 40° de la Ley 24.240.

En consecuencia, fijó la indemnización por daño moral en la suma de \$2.000.000, con más intereses, rechazó el daño punitivo y ordenó la entrega de una barra de sonido a cuantificarse en ejecución de sentencia.

III.2.- AGRAVIOS DE MULTIPOINT S.A. (E0060): La demandada Multipoint S.A. articuló dos líneas de crítica concretas.

En el **primer agravio** da cuenta de la falta de conducta desaprensiva de su

parte y de la inexistencia de daño moral, alegando la culpa exclusiva de la víctima.

Sostiene que, desde el inicio, desplegó una conducta intachable, ofreciéndole a la actora en forma sucesiva distintos televisores alternativos y poniendo a disposición el dinero de compensación.

Afirma que fue la propia actora quien, al cortar el contacto y rechazar propuestas razonables, causó el daño que invoca.

Argumenta que si esta atravesó un trámite tedioso, ello fue consecuencia exclusiva de su propia conducta omisiva y no de un incumplimiento de su parte. Entiende entonces que fue el obrar de la actora lo que interrumpe el nexo causal derivando en su falta de responsabilidad.

Señala que los testigos declararon que la diferencia de calidad de sonido era mínima e indetectable en el uso normal, y que el televisor entregado era de mayor tamaño, lo que compensaría cualquier diferencia técnica.

En el **segundo agravio** cuestiona la condena a entregar una barra de sonido, obligación diferida a la instancia de ejecución de sentencia.

Sostiene que el tribunal se excedió en sus facultades al ordenar una reparación que la actora no acreditó adecuadamente, supliendo deficiencias probatorias de la parte accionante, en violación al principio de imparcialidad.

Alega que, de existir algún daño pendiente de reparación, su cuantía debería limitarse a la diferencia dineraria entre el valor del televisor adquirido y el entregado (\$10.000 actualizados), y que cualquier suma mayor, importaría un enriquecimiento sin causa.

III.3.- AGRAVIOS DE SAMSUNG ELECTRONICS ARGENTINA S.A. (E0062): Samsung Electronics Argentina S.A. articuló tres argumentos impugnativos.

En el **primer agravio** sostiene que no vende productos al público y que la página shop.samsung.com.ar es únicamente un "marketplace" o lugar de

mercadeo donde terceras empresas (en este caso Multipoint S.A.) son quienes efectivamente venden los productos.

Argumenta que actuó como mero intermediario sin participación activa en el negocio y que, conforme la jurisprudencia sobre e-commerce, no le es imputable responsabilidad alguna derivada del incumplimiento del vendedor.

En el **segundo agravio** afirma que no es solidariamente responsable en los términos del art. 13° de la Ley 24.240, porque esa norma refiere exclusivamente a la garantía por vicios o defectos constructivos regulada en el art. 11° de dicho cuerpo legal, y no aplica al incumplimiento de la obligación de entrega regulada en el art. 10° bis, respecto del cual no existe previsión de solidaridad del fabricante.

En el **tercer agravio** cuestiona la procedencia del daño moral, alegando que no se acreditó afección espiritual alguna derivada de la falta de entrega de una barra de sonido, y que la sentencia lo presumió sin sustento probatorio, en violación al art. 1739° del CCyC.

III.4.- CONTESTACIÓN DE AGRAVIOS: La actora, representada por las Dras. María Carolina Gaitán y Ana Ester Lambrecht, solicitó el rechazo de ambos recursos en todos sus términos.

En síntesis, sostuvo que las accionadas participaron activamente en el proceso de comercialización, que las comunicaciones obrantes en la pericia informática dan cuenta del involucramiento de Samsung en la gestión de postventa, que fue la demandada Multipoint S.A. quien adoptó una actitud prepotente al remitir un televisor que la actora había rechazado, y que el daño moral se encuentra suficientemente acreditado por el largo derrotero de reclamos infructuosos y el incumplimiento persistente de las obligaciones asumidas.

IV.- ANÁLISIS DE ADMISIBILIDAD

Realizado el preliminar cotejo que impone el art. 238° del CPCC, concluyo

que las expresiones de agravios de las partes demandadas contienen -a priori- una crítica objetiva, concreta y razonada de la resolución atacada (ARAZI Roland y ROJAS Jorge A., “Código Procesal Civil y Comercial de la Nación, comentado, anotado y concordado con los códigos provinciales”, Tomo I, pág. 784 y ss., Rubinzal Culzoni, Editores). Advierto sí, que la presente ponderación ha sido efectuada con criterio de flexibilidad (cfr. CAV, Sent. N° 31/2013, 1/2018, 97/2017, entre otras).

Por tal motivo, a tenor de los parámetros establecidos en los precedentes “Harina” (STJRN, Se. 80/2016) y “Di Meglio” (STJRN, Se. 65/2025) - entre muchos otros-, tengo por cumplimentada la exigencia ritual requerida para acceder a la presente instancia revisora respecto de los recursos articulados.

V.- EVALUACIÓN Y SOLUCIÓN DEL CASO

En punto de partida de mi análisis, amparado en el sistema legal (conf. art. 356° del CPCC, vigente) y de acuerdo a pacífico criterio jurisprudencial, recuerdo que los Jueces no estamos obligados a seguir a las partes en todas y cada una de las argumentaciones y/o alegaciones, ni estamos compelidos a valorar la totalidad de la prueba aportada, sino a considerar tan solo aquellas invocaciones y probanzas que sean conducentes y relevantes para decidir el caso y que basten para dar sustento a su pronunciamiento (STJRN, Se. n° 20/15, in re: “A., F. S.”; Se. n° 47/16 de fecha 02/08/2016, en autos “ALUSA S.A. y otros c/ MR. JONNHY S.A. s/ Ordinario”, entre muchos otros).

V.1.- MARCO NORMATIVO APLICABLE: El presente caso se enmarca en el régimen de las relaciones de consumo, con aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor N° 24.240 (y sus modificaciones, en particular la Ley N° 26.361) y del Código Civil y Comercial de la Nación (arts. 1092, 1093, 1094, 1095 y cc.), en tanto entre la actora -consumidora final- y las demandadas -proveedoras en el marco de una plataforma de

comercio electrónico- existe una relación de consumo en los términos de los arts. 1° y 3° de la LDC y art. 1093° del CCyC.

El contrato de compraventa fue celebrado en el año 2019, resultando plenamente aplicable el CCyC, vigente desde el 1° de agosto de 2015.

El principio protectorio que emerge del art. 42° de la Constitución Nacional y del art. 1094° del CCyC, así como el mandato de interpretación más favorable al consumidor consagrado en los arts. 3° de la LDC y 1095° del CCyC, constituyen las coordenadas hermenéuticas que guían el análisis que sigue.

V.2.- VALORACIÓN GENERAL DE LA SENTENCIA: Previo a ingresar en la consideración de cada uno de los agravios propuestos por las recurrentes, debo advertir que, evaluada en general, no se observa falta de fundamentación en el resolutorio atacado, sino, muy por el contrario, puede apreciarse una sentencia que constituye derivación lógica del derecho vigente y de la prueba rendida en autos, lo que no ha logrado ser puesto en crisis más allá de la insistencia en una serie de críticas que no hacen más que poner en evidencia la mera discrepancia subjetiva con el decisorio.

Me encuentro en condiciones de adelantar que ninguno de los recursos bajo tratamiento será admitido. Seguidamente, me explico.

V.3.- EVALUACIÓN DE LOS AGRAVIOS DE MULTIPPOINT S.A.:

V.3.1.- Conducta desaprensiva e inexistencia de daño moral por culpa de la víctima: La recurrente sostiene que la actora fue la única responsable del daño que reclama, al haber cortado el contacto, rechazado propuestas que califica de razonables y obstaculizado la consignación judicial. Así propuesta, esta crítica no puede prosperar.

En primer lugar advierto que la crítica reedita argumentos defensivos esgrimidos al tiempo de trabar la litis, que ya han sido valorados por el grado y descartados por la sentencia recurrida.

En segundo lugar advierto que los hechos tal cual son relatados en los

agravios, son presentados de forma distorsionada, respecto a las constancias de la causa.

Más allá de ello, lo central para generar convicción en relación a lo que propondré al acuerdo, es que el agravio no llega a exponer eficazmente donde residiría el yerro de la resolución que se pretende poner en crisis.

En este sentido, es necesario señalar que el hecho generador del daño no es la actitud de la actora durante la negociación posterior al incumplimiento, sino la conducta inicial y persistente de Multipoint S.A., materializado en el ofrecimiento -por vía de la plataforma de comercio electrónico- de un producto que no tenía disponible en stock, recibir el precio íntegro de aquel y, finalmente, no cumplir con la obligación de entrega en la forma pactada. Ese incumplimiento no se encuentra controvertido en autos, al punto que, al contrario, ha sido reconocido por la propia demandada en su contestación de demanda, además de resultar corroborado por varios testigos (Apes, Horenstein y Feune de Colombi), quienes explicaron que el yerro en el control de stock se debió a un error interno de la empresa dado que el modelo adquirido había dejado de fabricarse.

El argumento de la “culpa de la víctima” como eximente o atenuante de responsabilidad requiere, para ser atendible, que la conducta del damnificado sea la causa adecuada y determinante del daño, circunstancia que no se verificó en autos.

La actora no creó el problema de stock ni impidió su solución. Simplemente, ante la no entrega del televisor adquirido, ejerció el derecho de opción que le reconoce el art. 10° bis, inc. b) de la Ley 24.240, condicionando su aceptación del televisor ofrecido -en reemplazo del adquirido-, a la entrega de una barra de sonido que compensara la diferencia de calidad de audio entre el modelo originalmente comprado (serie 8) y el ofrecido en reemplazo (serie 6).

Las demandadas no accedieron a esa condición requerida por la actora y,

pese a ello, remitieron el televisor de 82 pulgadas en febrero de 2020, que la actora recibió.

A partir de ese momento, la compensación por la diferencia de calidad y prestaciones nunca se hizo efectiva en ninguna de sus formas, ni mediante la entrega de la barra de sonido ni mediante la devolución del dinero ofrecido.

La sola circunstancia de que la actora haya rechazado las ofertas resarcitorias previas, que a su juicio no reparaban integralmente el daño, no configura ruptura del nexo causal ni culpa de la víctima, sino el ejercicio legítimo de los derechos que el estatuto del consumidor le reconoce (arts. 10° bis, 40° y cc. de la LDC; art. 1740°, CCyC).

Tampoco resulta atendible la crítica relativa a la falta de respuesta del grado y de la actora, respecto del ofrecimiento de consignación judicial de la suma de \$10.000, ofrecida a fines compensatorios. De las constancias de la causa no se verifica el nivel de insistencia alegado en el agravio y, en cualquier caso, lo cierto es que la accionada no requería de autorización jurisdiccional o de parte interesada para consignar judicialmente la suma indicada si entendía que ello era procedente. Considerando que Multipoint S.A. contaba con asesoramiento letrado y, al mismo tiempo, es una firma comercial especializada, concluyo que, más que una crítica concreta y razonada, el reproche constituye una mera disconformidad con la decisión negativa del consumidor a la propuesta resarcitoria efectuada.

A riesgo de incurrir en una verdad de Perogrullo, no estando obligada a aceptar una propuesta reparatoria que no le satisfacía, la negativa de la consumidora no puede ser considerada fuente de responsabilidad o eximente de ella a favor de los proveedores demandados.

Respecto de la crítica referida al daño moral, cabe señalar que a partir de la sanción del CCyC no existen diferencias en relación con la procedencia de la reparación de las consecuencias no patrimoniales en los ámbitos

extracontractual y contractual.

El nuevo Código establece en el art. 1716°, un solo régimen de responsabilidad civil, con una regulación común, independientemente de que la causa fuente de la necesidad de resarcir provenga de la violación del deber genérico de no dañar o del cumplimiento de una obligación preexistente. De esta manera queda equiparada la regulación de los efectos de las obligaciones nacidas de los contratos y de las extracontractuales.

En este sentido, la reparación de la lesión a las afecciones espirituales legítimas (daño moral) está contemplada de manera única en el art. 1741° CCyC, sin discriminar la relación jurídica que sirva de causa para su resarcimiento. A ello sumo que, por imperio de los arts. 19° de la Constitución Nacional y 1740° CCyC, la reparación debe ser plena.

Finalmente, si bien es cierto que el art. 1744° CCyC impone que el daño debe ser acreditado por quien lo invoca, la norma exime de esta carga en aquellos supuestos en que la ley lo impute o presuma, o bien surja notorio de los propios hechos. Dicho de otra forma, al contrario de lo postulado por el recurrente, la existencia del daño moral debe presumirse cuando la insatisfacción injustificada surge notoria.

Tiene dicho nuestro máximo Tribunal que, acreditada la falta de cumplimiento adecuado del deber de información y de trato digno, no resulta irrazonable presumir las consecuencias no patrimoniales (daño moral) por configurar una derivación del incumplimiento contractual (STJRN, Sent. Def. n° 45 de fecha 28/06/2021, en “DAGA, Pablo C/ Cuotas del Sur S.A. S/ Sumarísimo”, Expte. n° B-2RO-311-C2018).

Esto es justamente lo que ha tenido por configurado la a quo toda vez que, expresamente, concluye que la afrenta moral configurada por la falta de trato digno y la información falaz, le ha provocado a la consumidora un malestar profundo, caracterizado por angustia e impotencia al no resolverse su problema.

El largo derrotero que tuvo que recorrer la actora desde la compra -en octubre de 2019- hasta la interposición de esta demanda -en agosto de 2022-, el cual incluyó innumerables reclamos telefónicos, por chat y por correo electrónico que la pericia informática preservó y que dan cuenta de la persistente falta de respuesta efectiva, más la recepción de un televisor que no era el adquirido, y el incumplimiento definitivo de la compensación prometida, configuran, por su propia naturaleza, circunstancias que se erigen como una fuente idónea de presunción de un padecimiento espiritual resarcible.

Pretender que una consumidora que atraviesa ese derrotero deba además acreditar mediante peritos o testigos que ello le generó angustia, impotencia y frustración importaría invertir el principio protectorio que el estatuto del consumidor consagra en su favor, y vaciar de contenido el mandato de reparación plena del art. 1740° del CCyC.

El agravio debe ser desestimado.

V.3.2.- Improcedencia de la condena a entregar una barra de sonido diferida a ejecución: La recurrente sostiene que el tribunal se excedió en sus facultades al ordenar la entrega de una barra de sonido en la etapa de ejecución de sentencia, supliendo supuestas deficiencias probatorias de la actora y otorgando una reparación desproporcionada. Esta crítica tampoco habrá de prosperar.

Sin perjuicio de haber adelantado mi opinión al respecto en el acápite que antecede, corresponde desarrollar en extenso este agravio.

El principio de reparación plena consagrado en el art. 1740° del CCyC impone que la solución adoptada coloque a la víctima en la situación más próxima posible a aquella en que se encontraría de no haber sufrido el daño.

La barra de sonido no es un capricho ni un enriquecimiento; es la diferencia cualitativa que la propia demandada reconoció existente entre el televisor

adquirido (serie 8, con mayor calidad de audio) y el entregado (serie 6), y que sus propios testigos admitieron como real, sin perjuicio de advertir el intento por minimizar las diferencias técnicas, afirmando que sólo sería perceptible con contenidos de muy alta resolución no disponibles en las plataformas de streaming habituales.

Esa admisión, lejos de desacreditar el reclamo, lo confirma.

La actora, desde el inicio de la negociación extrajudicial, exigió la barra de sonido como condición de su aceptación del televisor sustituto, y así quedó acreditado en las comunicaciones electrónicas peritadas. Y, reitero, no como un capricho sino en la búsqueda de alcanzar aquellas prestaciones que efectivamente adquirió.

El tribunal de grado no suplió ninguna deficiencia probatoria, sino que, interpretando el plexo probatorio desde la sana crítica, concluyó que existía un daño real y concreto consistente en la diferencia de calidad del audio, generado por la entrega de un bien distinto al adquirido. De esta manera, resulta razonable diferir la cuantificación de la mejora del audio a la etapa de ejecución de sentencia.

Por lo demás, el diferimiento constituye una práctica procesal expresamente habilitada por el ordenamiento y avalada por doctrina judicial, considerando que las indemnizaciones debidas por daños y perjuicios derivadas de incumplimientos contractual o extracontractual, constituyen deudas de valor que deben ser justipreciadas al momento de su pago (STJRN, Sent. Def. n° 21 de fecha 07/05/2012, in re “Bukstein”; entre muchos otros).

Esa decisión, en modo alguno viola el principio de imparcialidad sino que implica dar cumplimiento al mandato de reparación integral con los instrumentos que el proceso pone a disposición del juez.

El agravio entonces debe ser rechazado.

V.4.- EVALUACIÓN DE LOS AGRAVIOS DE SAMSUNG

ELECTRONICS ARGENTINA S.A.:

V.4.1.- Responsabilidad solidaria en la cadena de comercialización del producto: Abordo en forma conjunta los dos primeros agravios propuestos por Samsung Electronics Argentina S.A., dado que remiten a una única cuestión de fondo: si esta empresa integra (o no) la cadena de comercialización del producto y, en caso afirmativo, si le es imputable responsabilidad solidaria frente al consumidor.

La respuesta afirmativa a estas preguntas, se impone con claridad.

El art. 40° de la Ley 24.240 establece que si el daño al consumidor resulta del vicio o riesgo de la cosa o de la prestación del servicio, responderán el productor, el fabricante, el importador, el distribuidor, el proveedor, el vendedor y quien haya puesto su “marca” en la cosa o servicio.

Esa responsabilidad es objetiva y solidaria, y sólo se libera quien demuestre que la causa del daño le fue ajena. Esta norma consagra una tutela amplia del consumidor frente a todos los sujetos que intervienen en la cadena de producción y comercialización, con independencia del vínculo contractual directo que exista entre ellos.

El argumento central de Samsung consiste en que shop.samsung.com.ar no es más que “marketplace” donde Multipoint S.A. -y otras firmas- opera como vendedor, y que ella sería sólo dueña de la plataforma sin participación activa en el proceso de venta.

Ese argumento, es jurídicamente insostenible en el presente caso por múltiples razones que surgen del microsistema de responsabilidad en materia de consumo.

En primer lugar, Samsung es el fabricante del producto, quien pone la marca en la cosa y quien, según lo acreditado por los propios testigos de Multipoint S.A., informó a esta última que el modelo adquirido no podría reponerse por razones de importación y que se discontinuaría su fabricación.

Así surge de los testigos Apes, Horenstein y Feune de Colombi, quienes explicaron que, por las razones expuestas, la sustitución del televisor se instrumentó en coordinación con la firma Samsung.

Es decir que, Samsung no fue un tercero ajeno sino un protagonista directo de la cadena de abastecimiento que determinó la imposibilidad de cumplimiento.

En segundo lugar, la plataforma shop.samsung.com.ar no es un marketplace neutral comparable a otros (tal el caso de Amazon, Mercado Libre, etc.) ya que se trata de la tienda oficial de la propia marca Samsung en Argentina.

El consumidor que ingresa a esa URL no tiene razón alguna para sospechar que está contratando con una empresa distinta de Samsung Electronics Argentina S.A.

Las comunicaciones entre la actora y el soporte de la empresa se iniciaron desde la dirección soporte@samshop.com, sin indicación alguna de que el interlocutor pertenecía a una tercera empresa.

El propio operador de Samsung en una de esas comunicaciones (conf. correo del 23/11/2019 a las 14:49:15 hs., obrante en la pericia informática) manifestó “dejaremos asentado si podemos compensar con algún resarcimiento por la demora ocasionada”, asumiendo en forma expresa la problemática como propia.

Por lo antes expuesto es que la doctrina emanada de la jurisprudencia nacional citada por la recurrente, en particular el fallo “Kosten c/ Mercado Libre” (CNCom., Sala D, 22/03/2018), no resulta aplicable al caso. En aquel precedente se estableció que la plataforma puede eximirse de responsabilidad cuando actúa como mero canal sin participación activa, sin conocimiento ni control del negocio.

En el presente caso, la situación es diametralmente opuesta, toda vez Samsung opera su propia tienda on line utilizando su propia marca, tiene

control sobre la publicación de los productos con indicación de stock disponible, se comunica directamente con los consumidores a través de su servicio de soporte, e interviene en la cadena de abastecimiento al ser quien provee los televisores que Multipoint S.A. luego distribuye.

En tales condiciones, la recurrente no puede invocar válidamente, condición de intermediario neutral o ajeno a la comercialización de productos de la marca.

A mayor abundamiento, en el ejercicio de las facultades propias de instrucción que me corresponden como magistrado (conf. art. 34° inc. 2, CPCC), habiendo ingresado a la tienda oficial de Samsung en Argentina, procedí a acceder personalmente a la dirección <https://shop.samsung.com/ar> (misma URL a través de la cual la actora realizó la compra en cuestión) pudiendo constatar que en ningún momento del proceso de selección y compra de productos se informa al consumidor que está operando con una empresa distinta de Samsung, ni se lo redirige a ninguna página de Multipoint S.A. u otro vendedor para finalizar la transacción.

La plataforma presenta, de principio a fin, la imagen, la marca y la infraestructura de Samsung, sin que ningún comprador razonablemente diligente pueda inferir de esa experiencia que su contraparte contractual no es la propia Samsung Electronics Argentina S.A.

En cualquier caso, pretender cargar al consumidor -que es la parte más frágil de la relación- con la obligación de investigar la verdadera identidad jurídica del vendedor dentro de lo que se presenta como la tienda oficial de una marca de alcance global no sólo resulta inadmisibile desde el punto de vista del estatuto protectorio del consumidor, sino que importaría añadir un nuevo oprobio a quien ya fue perjudicado por el incumplimiento.

El principio de buena fe y las reglas de interpretación más favorable al consumidor (arts. 3° de la LDC y 1095° del CCyC) impiden receptar esa

postura toda vez que era el accionado el responsable de demostrar la existencia de eximentes de responsabilidad a su favor respecto de un servicio al que, sin lugar a dudas, de mínima, le ha puesto su marca, naciendo de ello su responsabilidad solidaria (art. 40° LDC).

En tercer lugar, el argumento de que el art. 13° de la Ley 24.240 sólo establece solidaridad respecto de la garantía por vicios o defectos constructivos (art. 11°), y no respecto del incumplimiento de la obligación de entrega, tampoco constituye una crítica objetiva y razonada en tanto la impugnación mantienen incólumes los restantes fundamentos del fallo.

En tal sentido, el recurrente no ha podido desbaratar la condena con base en el art. 40° de la Ley 24.240, en cuanto dispone la responsabilidad solidaria de todos los integrantes de la cadena de comercialización, incluyendo, entre otros, a todo aquel que ponga su marca en el servicio, tal el caso de Samsung.

La tétesis de la norma es precisamente garantizar que el consumidor tenga frente a sí a todos los responsables, sin necesidad de discernir qué eslabón de la cadena fue el que falló en el caso concreto.

Esta circunstancia no ha sido rebatida por el recurrente por lo que deviene inconducente tratar planteos que carecen de idoneidad para poner globalmente en crisis la decisión.

En definitiva, teniendo en cuenta que en el pronunciamiento recurrido la responsabilidad solidaria de Samsung Electronics Argentina S.A. se encuentra correctamente encuadrada en la LDC y sustentada de conformidad con la prueba rendida, y que los agravios primero y segundo no logran conmover la decisión tomada por el grado, estas primeras críticas son desestimadas.

V.4.2.- Improcedencia del daño moral: Respecto de esta línea de crítica remito a lo ya expuesto al resolver idéntico agravio propuesto por Multipoint S.A., en tanto los fundamentos allí expresados por el suscripto

para motivar el rechazo de la impugnación, resultan plenamente aplicables a la presente línea de crítica.

Solo cabe agregar que, si bien, ninguno de los recurrentes han impugnado la cuantificación de la reparación de las consecuencias inmateriales, fijada en la suma de \$2.000.000, advierto que ella resulta proporcionada y razonable en atención a la entidad y duración del perjuicio sufrido por la actora.

El agravio final, también debe ser desestimado.

V.5.- COSTAS Y HONORARIOS POR LA SEGUNDA INSTANCIA:

Las costas de la presente instancia, atendiendo a que ambos recursos se rechazan en su totalidad, se imponen en cabeza de cada una de las demandadas recurrentes, aplicando el principio objetivo de la derrota (art. 62º, primer párrafo, del CPCC).

Se propone regular los honorarios profesionales por la actuación en esta segunda instancia, atendiendo a la naturaleza de las cuestiones debatidas, la labor desarrollada y el resultado obtenido, a la Dra. María Carolina Gaitán y a la Dra. Ana Ester Lambrecht, en su carácter de apoderadas de la actora, en el 30% en conjunto, y a la Dra. Milva M. Desprini, letrada patrocinante de Multipoint S.A., y al Dr. Guillermo Santos, apoderado de Samsung Electronics Argentina S.A., en el 25% cada uno, en todos los casos a calcular sobre los establecidos en instancia de origen, de conformidad con lo establecido en los arts. 6º y 15º de la Ley G N° 2212.

A los fines de establecer la contraprestación de los profesionales, he tenido en especial consideración el mérito de la labor cumplida en relación a la eficacia, así como el resultado obtenido en la instancia.

VI.- SOLUCIÓN PROPUESTA

En función de lo expuesto, en los términos de los arts. 146º, 246º, 248º y c.c. del CPCC, propongo al acuerdo: I) No hacer lugar a los recursos de apelación interpuestos por Multipoint S.A. el 23/05/2025 (E0058) y por

Samsung Electronics Argentina S.A. el 27/05/2025 (E0059); II) Confirmar en todos sus términos la sentencia definitiva n° 2025-D-83, de fecha 20 de mayo de 2025, dictada por la Dra. Karina Vanessa Kozaczuk, titular del Juzgado Civil, Comercial, de Minería y Familia de San Antonio Oeste N° 9 (I0051); III) Imponer las costas de la presente instancia recursiva a las demandadas recurrentes (art. 62° -primer párrafo- del CPCC); IV) Regular los honorarios profesionales por la actuación en esta segunda instancia, a las Dras. María Carolina Gaitán y Ana Ester Lambrecht, en el 30%, en conjunto, y a los Drs. Milva M. Desprini, y Guillermo Santos, en el 25% cada uno, en todos los casos a calcular sobre los establecidos en instancia de origen (arts. 6° y 15° de la Ley G N° 2212).- **MI VOTO.-**

A igual interrogante la **Dra. María Luján Ignazi** dijo:

Adhiero a la solución propuesta por el Sr. Juez que me precede en orden de votación, por compartir los argumentos por él otorgados, sufragando en igual sentido.

A igual interrogante el **Dr. Ariel Gallinger** dijo:

Atento la coincidencia de criterio de los Sres. Jueces que me preceden en orden de votación, me abstengo de sufragar.

Por ello, y en mérito al Acuerdo que antecede, por mayoría, el **TRIBUNAL RESUELVE:**

I) No hacer lugar a los recursos de apelación interpuestos por Multipoint S.A. el 23/05/2025 (E0058) y por Samsung Electronics Argentina S.A. el 27/05/2025 (E0059).-

II) Confirmar en todos sus términos la sentencia definitiva n° 2025-D-83, de fecha 20 de mayo de 2025, dictada por la Dra. Karina Vanessa Kozaczuk, titular del Juzgado Civil, Comercial, de Minería y Familia de San Antonio Oeste N° 9 (I0051).

III) Imponer las costas de la presente instancia recursiva a las demandadas recurrentes (art. 62° -primer párrafo- del CPCC).

IV) Regular los honorarios profesionales por la actuación en esta segunda instancia, a las Dras. María Carolina Gaitán y Ana Ester Lambrecht, en el 30%, en conjunto, y a los Drs. Milva M. Desprini, y Guillermo Santos, en el 25% cada uno, en todos los casos a calcular sobre los establecidos en instancia de origen (arts. 6° y 15° de la Ley G N° 2212).

V) Regístrese, protocolícese y notifíquese conforme arts. 120° y 138° del CPCC y, oportunamente, remítanse los autos al organismo de origen.-

GUSTAVO J. BRONZETTI NUÑEZ - PRESIDENTE, MARIA LUJÁN IGNAZI – JUEZA, ARIEL GALLINGER - JUEZ. ANTE MI: LUIS PRIETO TABERNER - SECRETARIO (SUBROGANTE).-