

JUZGADO COMERCIAL 25 - SECRETARIA Nº 49

Expte. Com. 35.372/2013- "ACYMA ASOCIACION CIVIL c/ INDUSTRIA ARGENTINA DEL DESCANSO SA s/ ORDINARIO"

Buenos Aires, 24 de noviembre de 2023

I. Y VISTOS:

Estos autos caratulados **"ACYMA ASOCIACION CIVIL c/ INDUSTRIA ARGENTINA DEL DESCANSO SA s/ ORDINARIO"**, expte. Nro. 35372/2013, del registro de la Secretaría Nro. 49, de los que,

II. RESULTA:

I. A fs. 9/17, con la ampliación a fs. 27 (v. cuerpo 1 digitalizado p. [16](#) y ss y v. p. [46](#)), **Asociación Civil por los Consumidores y el Medio Ambiente "ACYMA"** (v. fs. 1 y, en adelante, "Acyma"), en representación de las personas humanas usuarios y consumidores, inició demanda colectiva contra **Industria Argentina del Descanso SA** -sociedad que gira en plaza bajo su nombre de fantasía "Rosen" (en adelante, "Rosen")- para que se la condene a adecuar su práctica comercial al deber de información de acuerdo al contenido de los arts. 4, 8 in fine, 10, 34 de la LDC y leyes 4388, 2244 y 3006 del GCBA cuando comercializa sus productos a través de su página de internet www.rosen.com.ar. Asimismo, solicitó se declare la nulidad de cierta cláusula inserta en los términos y condiciones que publica en su página web que restringe el derecho de arrepentimiento previsto en el art. 34 de la LDC; se aplique la sanción punitiva del art. 52 bis de la LDC y, como medida preventiva, requirió se ordene que funcionarios y gerentes en áreas vinculadas con la materia se instruyan con cursos en derechos de los usuarios y consumidores. Todo ello con imposición de costas.

Expuso que posee legitimación activa para entablar esta acción de clase pues se encuentran involucrados derechos de consumidores de naturaleza patrimonial de incidencia colectiva referentes a intereses individuales, divisibles, homogéneos.

Refirió a la legitimación particular para reclamar derechos del consumidor de naturaleza patrimonial que la CSJN le reconoció en los autos "Padec c/ Swis Medical" y, en aspectos generales, a su legitimación activa conforme arts. 54 y 56 de la LDC y fallo de la CSJN "Halabi". Aludió al origen constitucional de estas acciones según contenido del art. 42 y 43 de la CN y a sus ventajas. Añadió que conforme art. 43 de la CN y arts. 52 y 56 de la LDC, tiene legitimación



colectiva expresa para accionar ante la justicia cuando resulten objetivamente afectados y amenazados intereses de los consumidores o usuarios y que ACYMA está inscripta en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidores que da cuenta de su idoneidad en la materia.

Describió la plataforma fáctica y jurídica de esta acción colectiva y su procedencia. Dijo que comprende el incumplimiento del proveedor a las normas de la LDC en la comercialización de bienes a través de la página de internet y canal de venta telefónico; que procura la adecuación de las prácticas comerciales del proveedor al texto legal y que era remota la posibilidad que un consumidor inicie un acción para la protección de los derechos que aquí se reclaman.

Tras estos aspectos formales refirió en particular a las conductas de la demandada que denunció contrarias a la LDC y a partir de las cuales inició esta acción.

En primer lugar, dijo que el proveedor no informa el derecho a arrepentimiento que posee el consumidor previsto en el art. 34 de la LDC. Expuso que según este artículo y resolución 906/98 debe hacerlo en forma clara y notaria, en formato tipo “negrita y caracteres tipográficos equivalentes, como mínimo al doble de tamaño de los utilizados en el cuerpo o texto general del documento” y que también debe insertarse en todo documento que con motivo de la venta se presente al consumidor. Concretamente, señaló que la accionada debe incluirlo al tiempo de concertar la venta, en su página de internet, en el correo electrónico que envía al consumidor cuando compra y en el documento de venta.

En segundo lugar, afirmó que la accionada incumple con la ley 4388 de GCBA en tanto omite: i) brindar al consumidor un número de gestión de su reclamo, ii) registrar el número telefónico desde cual llama el consumidor cuando no hay operadores disponibles y tomar contacto dentro de las 24 hs del registro y, iii) solicitar una dirección de correo electrónico y enviar por mail el número de reclamo y su síntesis.

En tercer lugar, señaló que viola la ley 2244 del GCBA porque en la página de internet de la demandada no existe un enlace directo para ingresar a la página de la Dirección General de Defensa y Protección al consumidor.

En cuarto lugar, manifestó que el documento de venta que el proveedor entrega al consumidor no cumple con toda la información que el art. 10 de la LDC la obliga.

En quinto lugar, expuso que incumple con la ley 3006 del GCBA puesto que no detalla el plazo de entrega de los bienes que vende ni lo informa en modo fehaciente.

En sexto lugar, denunció que incumple con el art. 8 de la LDC al no informar el nombre, domicilio y número de cuit en las ventas telefónicas o por internet.

Por último, denunció que cierta cláusula de los términos y condiciones generales inserta en la página de internet restringe el derecho de arrepentimiento del consumidor previsto en el art. 34 de la LDC por lo que solicitó la nulidad de la estipulación.



Como conclusión expuso que todos los incumplimientos específicos a las normas que mencionó también configuraban un obrar contrario al art. 42 de la CN y art. 4 de la LDC que vulnera los intereses económicos al retacear información relevante para el pleno ejercicio de los derechos de los consumidores.

En punto al daño punitivo, alegó que son graves los incumplimientos a las obligaciones legales y que la conducta de la proveedora fue intencional, sistemática y reiterada en el tiempo. Resaltó el carácter profesional de la demandada y su responsabilidad agravada. Señaló que de no sancionar conductas similares seguirán repitiéndose y afirmó que en el obrar de la demandada existe un ánimo de lucro. Destacó la necesidad de imponer una sanción ejemplificadora para lograr los efectos disuasivos en el mercado de venta de productos por internet y telefónica. Dijo que debía distribuirse en partes iguales en todos los consumidores o asignarle el destino que el tribunal considere conveniente.

Aludió a la carga de la prueba que menciona el art. 53 de la LDC. Dijo que es el proveedor quien deberá aportar toda la que posea en su poder y no solo la que lo beneficie.

Ofreció pruebas y fundó en derecho su pretensión.

2. A fs. [149/156](#) **Rosen** contestó demanda. Solicitó el rechazo de la acción con costas. Negó puntualmente sea cierto cada uno de los incumplimientos que la asociación actora denunció y desconoció la documental.

Como argumento de su defensa expuso que la actora le imputa supuestos incumplimientos sin acreditarlos y sin identificar un solo consumidor individual damnificado; así dijo que la acción debía rechazarse puesto que no existía un caso.

En punto a los incumplimientos que se le achacan; en primer término dijo que cumple con la obligación de informar el derecho de arrepentimiento y que éste nace con motivo de la venta por lo que antes no está obligada a hacerlo ni en su página de internet ni vía correo electrónico.

En segundo término en punto a la ley 4388 del GCBA, expuso que otorga a los consumidores que se comunican vía telefónica un número de gestión como constancia de su llamado; envía el número por correo electrónico y registra el teléfono desde el cual el consumidor se comunica. Expuso que con un número de identificación guarda toda la información del cliente que llama.

En tercer lugar y de acuerdo a la ley 2244 del GCB; explicó que en su página de internet tiene incorporado el enlace al sitio web de la Dirección General de Defensa de los Consumidores y Usuarios.

En cuarto lugar, manifestó que cumple también con la información prevista del art. 10 de la LDC puesto que entrega al consumidor el documento de venta en ocasión de las operaciones



que concreta y que ese instrumento contiene toda la información que exige la LDC. Acompañó facturas y póliza de garantía. Así dijo que allí se describe y especifica el bien; indica el nombre y domicilio del vendedor; el nombre y domicilio del fabricante, distribuidor o importador; menciona las características de la garantía la que entrega con la factura o, si la compra es por internet, el consumidor la descarga del sitio; informa los plazos y condiciones de entrega los que acuerda con el cliente y se inserta en la factura; informa el precio y las condiciones de pago en los casilleros de la factura; y de existir, inserta los costos adicionales y el precio final a pagar.

En quinto lugar, alegó que se ajusta a ley 3006 del GCBA e informa una fecha cierta y concreta de entrega de los bienes. Dijo que si la venta es en el local se detalla en la factura. Agrego que si la compra es a través de su página de internet el sistema permite al usuario seleccionar la fecha y que, confirmada la compra, el usuario recibe en su casilla un correo electrónico que detalla todos los datos de la compra y entre ellos el día de entrega. Dijo que si la operación es vía telefónica la acuerda el consumidor con el operador y se le envía por correo electrónico la confirmación del día.

En sexto lugar dijo que cumple con la información del art. 8 in fine de la LDC a través del enlace rotulado "Data Fiscal" que se encuentra en su sitio web en el que aparece ahí el nombre y número de cuit y domicilio real.

Afirmó que su conducta es acorde con el deber de información del art. 4 de la LDC y 42 de la CN.

Solicitó se rechace la multa por daño punitivo. Señaló que no existe un grave incumplimiento de obligaciones, no obró con dolo ni culpa grave por lo que no están reunidos los presupuestos que doctrinariamente se requieren para la procedencia. Añadió que tampoco existe un consumidor que resulte damnificado que habilite a la actora a requerirlo.

Se allanó a la pretensión de nulidad de la cláusula 5.8 de los términos y condiciones. Dijo que el allanamiento era real, incondicionado, oportuno total y efectivo. Denunció que eliminó esa estipulación de su sitio web y que incorporó en el punto 5.7 el texto completo del art. 34 de la LDC.

Ofreció pruebas y fundó en derecho su pretensión.

3. A fs. 260/61 (v. cuerpo 2 digitalizado, p. [79](#)) se rechazó la excepción de incompetencia en razón de la materia que había interpuesto la demandada en su primera presentación a fs. 42/45 (v. cuerpo 1 digitalizado, p. [67](#) y ss). A fs. 262 (v. cuerpo 2 digitalizado, p. [81](#)) apeló la accionada la imposición de costas. A fs. 263 (v. cuerpo 2 digitalizado, p. [82](#)) el recurso se concedió en relación y con efecto diferido.

A fs. 275/76 (v. cuerpo 2 digitalizado, p. [93](#) y ss) se proveyó la prueba ofrecida.

La prueba se produjo según informe obrante a fs. [1523](#) y en mismas fojas se clausuró el período probatorio.



A fs. [1556/67](#) alegó la actora sobre la prueba producida y lo mismo hizo la demandada a fs. [1568/80](#).

A fs. [1535](#) se ordenó vista a la Sra. Fiscal quien remitió las presentas actuaciones para su asistencia al Programa para la Protección de los usuarios y consumidores creado por la resolución PGN 2968/15 cuyo informe corre a fs. [1536/44](#). Luego, la Sra. Fiscal de Primera Instancia hizo suyos los fundamentos y conclusiones.

A fs. [1547](#) se llamaron autos para dictar sentencia y a fs. [1553](#) se certificó el vencimiento de los plazos.

III. Y CONSIDERANDO:

Aclaración preliminar

La sentencia dictada en este tipo de procesos colectivos tiene efectos expansivos de cosa juzgada en sentido material sobre el mismo colectivo de consumidores cuando se discuten idénticos derechos individuales, divisibles y homogéneos con idéntico fundamento, salvo en lo que refiere a la prueba del daño (CSJN, “Halabi”, Fallos: 332:111, considerando [12](#)).

Sobre tal base conceptual, es vinculante para mí las consideraciones y premisas jurídicas que se desarrollaron en las sentencias dictadas en el mismo colectivo que decidió el señor Juez que me subrogó en el cargo mientras me encontraba de licencia y, esto, sin que implique adelantar posición sobre cada uno de los argumentos de derecho allí utilizados.

1. Acyma inició esta acción colectiva en representación de las personas humanas consumidoras expuestas contra Rosen donde pretende se condene a la demandada a adecuar la información que brinda cuando comercializa sus productos vía internet y vía telefónica a los arts. 8, 10, 34 de la LDC y leyes 4388, 2244 y 3006 del GCBA y se le imponga una multa por daño punitivo. Requirió la nulidad de cierta estipulación que restringe el derecho de arrepentimiento del art. 34 de la LDC y, solicitó, asimismo, que cierto personal de la accionada tome cursos de derechos de consumidor.

De su lado, Rosen negó los incumplimientos que se le atribuyen respecto de las ventas por internet y telefónicas. Afirmó que cumple con su deber de información. Se allanó al pedido de nulidad de la cláusula. Afirmó que la eliminó de sus términos y condiciones y que la reformuló para adecuarla al contenido del art. 34 de la LDC. Solicitó el rechazo de la demanda, con costas.

2. Cabe destacar que esta acción colectiva que la actora inició contra Rosen fue declarada formalmente admisible el 30.11.2017 y se certificó la clase de conformidad con lo indicado por la Acordada 32/14, art. 3 de su Reglamento y Acordada 12/2016, art. 7, pto. 2 de su reglamento; ambas de la CSJN (fs.237/42, v. cuerpo 2 digitalizado, p. [50](#) y ss).

Asimismo, según consulta al Registro Público de Procesos Colectivos que realicé, esta acción se encuentra inscripta el [31.8.2015](#) y existen otras iniciadas e inscriptas en la misma clase.



2.1. Inicialmente, corresponde decidir con carácter de cosa juzgada en sentido material si en el caso se encuentran reunidos los requisitos formales de admisibilidad de la acción para luego examinar su procedencia.

La CSJN en los considerandos 13 y 20 del precedente “Halabi” (Fallos: 332:111) que luego ratificó en “Padec” (Fallos: 336:1236); fijó los recaudos que deben cumplirse en este tipo de acciones. Tal doctrina fue reiterada posteriormente en números precedentes del Tribunal (Fallos: 345:1531; 338:1492 y sus citas).

Así se necesita: i) una causa fáctica común, ii) una pretensión procesal enfocada en el aspecto colectivo de los efectos de ese hecho y, iii) la constatación de que el ejercicio individual no aparece plenamente justificado. Aclaro que, sobre este último recaudo, la CSJN añadió que también procedería este tipo de acciones cuando: “pese a tratarse de derechos individuales, exista un fuerte interés estatal en su protección, sea por su trascendencia social o en virtud de las particulares características de los sectores afectados” (conf. Considerando 13).

En particular sobre cada uno de estos elementos la CSJN dijo que “...El primer elemento es la existencia de un hecho único o complejo que causa una lesión a una pluralidad relevante de derechos individuales. El segundo elemento consiste en que la pretensión debe estar concentrada en los efectos comunes y no en lo que cada individuo puede peticionar, como ocurre en los casos en que hay hechos que dañan a dos o más personas y que pueden motivar acciones de la primera categoría. De tal manera, la existencia de causa o controversia, en estos supuestos, no se relaciona con el daño diferenciado que cada sujeto sufra en su esfera, sino con los elementos homogéneos que tiene esa pluralidad de sujetos al estar afectados por un mismo hecho. Como tercer elemento es exigible que el interés individual considerado aisladamente, no justifique la promoción de una demanda, con lo cual podría verse afectado el acceso a la justicia”.

Estos requisitos de admisibilidad deben integrarse y complementarse, según lo expuesto por la CSJN con los restantes previstos en el considerando 20 del fallo citado; esto en resguardo directo del derecho de defensa en juicio de quienes no participaron del proceso pero sus derechos se encuentran involucrados.

Así el Máximo Tribunal indicó la necesidad de que además se verifiquen los siguientes recaudos elementales: i) precisa identificación del grupo o colectivo perturbado, ii) idoneidad de quien pretenda asumir su representación, iii) la existencia de un planteo que involucre, por sobre los aspectos individuales, cuestiones de hecho y derecho que sean comunes y homogéneas a todo el colectivo, iv) procedimiento apto para garantizar la adecuada notificación de todas aquellas personas que pudieran tener un interés en el resultado del litigio, con el objeto de asegurarles la alternativa de optar por quedar fuera del pleito o bien comparecer en él como parte o contraparte e, v) implementación de medidas de publicidad con el objeto de evitar la multiplicidad o superposición de procesos colectivos con un mismo objeto a fin de aventurar el peligro de sentencias contradictorias sobre idénticos puntos.

Sobre tales bases que fijó la CSJN realizaré el análisis propuesto.



2.2. En relación al primer elemento, la presencia de una causa fáctica común; el hecho puede ser único, instantáneo o bien continuado; es decir, una serie sucesiva de actos que se prolongan en el tiempo que reconocen una misma causa. Asimismo, la uniformidad puede ser también legal. En este supuesto, técnicamente no se trata de un hecho sino de una cuestión legal. Tal como puede ocurrir en casos en donde hay que declarar la inconstitucionalidad, la aplicación o interpretación de una ley (conf. Lorenzetti, Ricardo L., “Justicia Colectiva”, Ed. Rubinzal Culzoni, Bs.As., 2010, p. 124/125).

Trasladado este concepto al caso de autos, aquí el hecho común consiste en la práctica comercial que se acusa que la demandada lleva adelante en la que no ajusta su conducta al deber de información cuando comercializa sus productos por su página de internet y por vía telefónica; en particular, la falta de información de acuerdo a los arts. 8, 10, 34 de la LDC y leyes 3006, 2244 y 4388 del GCBA y, aquella otra conducta, en la que en sus términos y condiciones restringe al consumidor el derecho de arrepentimiento del art. 34 de la LDC.

Son estas las conductas que configuran la causa fáctica común que requiere el precedente “Halabi”. El obrar de la demandada configura un hecho único, continuado repetido y uniforme puesto que es una práctica comercial que se le reprocha que replica inequívocamente al universo de todos los usuarios personas humanas que están expuestas al sistema de comercialización vía internet y telefónico.

Tales circunstancias, permiten tener por configurada la causa fáctica común al estar todos los consumidores personas humanas expuestas por el mismo hecho.

2.3. Con relación al segundo elemento; es decir, que la pretensión procesal debe estar enfocada en el aspecto colectivo de los efectos de ese hecho y no en lo que cada individuo puede peticionar.

Pretende ACYMA que la demandada adecue la información que pone a disposición de los consumidores en la comercialización de sus productos a través de su página de internet y canal telefónico al contenido de los arts. 8, 10, 34 de la LDC y leyes 2244, 3488, y 3006 del GCBA y, se declare la nulidad de cierta estipulación contractual al ser contraria al derecho de arrepentimiento del art. 34 de la LDC.

El objeto de la pretensión y los fundamentos jurídicos que la actora expone en esta causa son uniformes respecto de la totalidad del colectivo que se pretende representar al alcanzar por igual y sin excepciones a todas las personas humanas que integran esta clase.

2.4. En punto a la comprobación del tercer requisito, en el caso, la constatación de que el ejercicio individual no aparece plenamente justificado afectándose así el acceso a la justicia.

A fin de decidir si tal condición se encuentra presente, debe meritarse si los sujetos comprendidos en la clase encuentran algún incentivo o justificación en promover una acción individual a fin de que se declare: i) la nulidad de cierta clausula comercial por ser contraria al art. 34 de la LDC y, ii) que la práctica comercial de la demandada en la comercialización de productos



vía internet y telefónica incumple con su deber de información y, tras ello, se la ordene adecuar su conducta a la ley.

El objeto de la pretensión que contiene esta acción colectiva permite inferir la falta de incentivos de un consumidor individual expuesto a la práctica comercial que se denuncia para entablar una demanda con tales fines.

En ese orden de ideas, dadas las características que presenta la materia objeto del pleito es dable presumir que los costos (económicos y no económicos) que se derivarían de la iniciación de una demanda individual resultarían muy superiores a los beneficios que produciría un eventual pronunciamiento favorable. En consecuencia, frente al riesgo cierto de que la promoción de acciones individuales resulte inviable o de muy difícil concreción, la acción colectiva aparece como el medio idóneo para garantizar a los consumidores involucrados el derecho a la tutela judicial efectiva (conf. considerando 5, CSJN, “Consumidores Financieros Asociación Civil p/ su defensa c/ La Meridional Compañía Argentina de Seguros SA s/ ordinario”, del 24.6.14, Fallo: 337:762).

2.5. Resta analizar si están presentes los restantes recaudos que complementan e integran la declaración de admisibilidad formal y que tienden a resguardar el derecho de defensa en juicio de los miembros de la clase.

2.5.1. En punto a la precisa identificación del grupo o colectivo afectado; como adelanté son todos aquellos consumidores personas humanas indeterminadas expuestas a la práctica comercial en que incurrió la demandada al incumplir con su deber de información e informar en sus términos y condiciones un derecho de arrepentimiento que no es el previsto en el art. 34 de la LDC (art. 1096, CCyCN).

Me explico. Las prácticas comerciales pueden tener como destinatario a uno o una serie de consumidores determinados o una serie indeterminada de sujetos; pueden abarcar vínculos contractuales o asimilables o, pueden tener como destinatarios solo el contacto social del proveedor con un sujeto determinado o indeterminado en el mercado sin tener un vínculo contractual o asimilable.

Estas prácticas comerciales pueden producir efectos sobre los consumidores directos, es decir, en quienes son destinatarios de las prácticas comerciales por haber adquirido un bien o un servicio de un proveedor en virtud de ser parte del vínculo contractual (art. 1 LDC y art. 1092, CCyCN). También pueden producir efectos en los consumidores indirectos; es decir, en aquellos que, sin ser parte del contrato o vínculo de origen con el proveedor, en virtud de un vínculo con el otro cocontratante, que puede o no ser consumidor, son los destinatarios finales del bien o servicio (art. 1, LDC y art. 1092, CCyCN). Por último, las prácticas comerciales pueden afectar a los sujetos que están expuestos a estas conductas de los proveedores; destinatarios que pueden ser determinados o indeterminados (art. 1096, CCyCN, conf. Barocelli, Sebastián, “Las prácticas comerciales ilícitas en el Derecho del Consumidor Argentino”, Publicado en “El Derecho - Colección de Ebooks - Prácticas Abusivas en el Derecho del Consumidor”, el 1.10.2018, cita en Legister IJDXLIII- 58).



El artículo 1096 del CCyCN establece que las normas de la sección 1 y 2 del capítulo se aplican a todas las personas que están expuestas a las prácticas comerciales, determinables o no, sean consumidores o sujetos equiparados en los términos del art. 1092 del CCyCN.

Conforme derivación a las secciones que hace del artículo 1096, todas las personas expuestas a las prácticas comerciales de los proveedores están protegidas por la sección 1 y 2 del título III del CCyCN.

Esto significa que en materia de prácticas ilícitas, el alcance subjetivo de la protección presenta una mayor extensión pues no se restringe al concepto legal de consumidor jurídico o material contenido en el art. 1092 del CCyCN sino que comprende también a las personas expuestas de manera determinada o indeterminada a las prácticas comerciales (Frustagli, Sandra A.- Hernández, Carlos A., “Prácticas comerciales abusivas”, en Stiglitz, Gabriel A.; Hernández, Carlos A. (Dirs.), Tratado de Derecho del Consumidor, T. I, Buenos Aires, La Ley, 2015, p. 604 y ss).

Así, según la sección 1, debe resguardarse su derecho al trato digno, equitativo y no discriminatorio, a libertad de elección y libertad de contratar. Luego, en la sección 2, a la persona expuesta se la protege frente al proveedor con la obligación que pesa sobre este último de brindar información cierta, detallada y gratuita; con la prohibición de realizar determinadas publicidades y con los efectos de ella.

Según Barocelli, las referencias a esos derechos son meramente enunciativas y, conforme interpretación con base constitucional, sostiene que la protección a los sujetos expuestos a prácticas comerciales abarca todos los derechos reconocidos a los consumidores (Barocelli, Sebastián, op. cit.).

La noción de persona expuesta a una práctica comercial comprende a una persona humana o jurídica quien, sin haber adquirido o utilizado directamente un bien o servicio, sufre o está en peligro de sufrir un daño como consecuencia de una conducta por acción u omisión, originada en una actividad encaminada a satisfacer la demandada de bienes y servicios para destino final de consumidor y usuarios.

Desde esta perspectiva, las prácticas comerciales pueden afectar derechos de incidencia colectiva; y en consecuencia, las asociaciones de defensa de los consumidores y usuarios tienen legitimación colectiva para iniciar acciones en defensa y protección de los derechos de los consumidores expuestos indeterminados cuyos derechos se encuentren amenazados (v. en este sentido, Frustragli-Hernandez, op. cit., p. 606, p. 628; Barocelli, op. cit.).

En a fin orden de ideas y de acuerdo a lo expuesto, cabe aquí replicar el dictamen de fs. [1536/44](#) al que adhirió la señora fiscal y sus citas; allí dijo que “no podría determinarse la cantidad de clientes, o potenciales clientes, a los cuales el incumplimiento de la norma por parte de la demandada habría perjudicado concretamente. En este sentido, quedarían comprendidos en este supuesto como afectados, todo el universo de consumidores que quedaron expuestos a la práctica comercial realizada por la demandada, hayan o no sido clientes en términos económicos” (p. [8](#)).



2.5.2. Luego, con relación a la idoneidad de quien pretende asumir su representación; con la vigencia de la inscripción que surge del Registro Nacional de la Asociación de Consumidores que ostenta Acyma cabe presumir su idoneidad sumado a que no encuentro hechos o actos excepcionales en los que hubiera incurrido la actora que ameriten apartarse de tal presunción (según consulta que realicé el [21.11.2023](#) que puede visualizarse en este hipervínculo).

2.5.3. Respecto a la implementación de medidas de publicidad con el objeto de evitar la multiplicidad o superposición de procesos colectivos con un mismo objeto a fin de aventurar el peligro de sentencias contradictorias sobre idénticos puntos; ya dije que esta acción se encuentra inscripta en el Registro Público de Procesos Colectivos.

Conforme surge de los fundamentos de las Acordadas 34/2012 y 12/2016 de la CSJN, el Registro Público de Procesos Colectivos tiene por finalidad dar publicidad a estas acciones para evitar el dictado de sentencias contradictorias.

Así las cosas, de acuerdo a los fundamentos y finalidad allí prevista, con la inscripción de esta acción de clase en aquel registro tendré por cumplido el recaudo.

2.5.4. Durante el transcurso del proceso a fs. 245 se ordenó dar a publicidad a esta acción a través de la publicación edictal; que se cumplió con los edictos difundidos en el Boletín Oficial (fs.249, v. en ambos casos, digitalización del cuerpo 2, p. [59](#) y p. [65](#)).

Agrego que considerando la trascendencia que tiene la publicidad -también prevista en la Acordada 34/2012 considerando 1 y punto 3 de su Reglamento reiterado luego en el Reglamento de los procesos colectivos creado por la Acordada 12/2016, art. VIII, pto. 2 y v., en este sentido, fallo reciente de la CSJN “Asociación Comunitaria ‘La Matanza’ c/ Estado Nacional – Poder Ejecutivo s/ daños y perjuicios”, [2.11.2023](#), considerando 11-; deben exigirse medidas más idóneas para dar a conocer al público consumidor la existencia de esta acción

Sin embargo, las particularidades propias que presenta esta causa me permiten apartarme solo temporalmente de exigirles previo al dictado de esta sentencia.

Me refiero al carácter indeterminado de los consumidores personas humanas expuestas que comprende esta acción de clase; a que la pretensión principal de la actora tiene por objeto que la accionada readecue su práctica comercial al deber de información y la nulidad de cierta cláusula que informa en los términos y condiciones; a que la señora fiscal nada dijo sobre el punto y que fue consentido el llamado de autos para dictar sentencia.

Así las cosas, e invocando también razones de celeridad y económica procesal, a fin de subsanar aquella falta y adecuarla a una publicidad efectiva y eficaz y con el objetivo de dar cumplimiento con tal recaudo; actora y demandada deberán publicar en sus respectivas páginas de internet y redes sociales que posean información clara y detallada sobre esta acción de clase, en particular, el universo comprendido en este proceso, el objeto de la pretensión, lo aquí resuelto y sus implicancias, con un acceso a la copia de esta sentencia en lugar destacado por el plazo de 30 días hábiles para que todos aquellos consumidores personas humanas expuestas a las prácticas



comerciales de la demandada objeto de esta acción colectiva comuniquen su voluntad en el plazo de 120 días hábiles de apartarse de los efectos de cosa juzgada en sentido material de la sentencia (art. 54, LDC). En todas las vías de comunicación se deberán difundir los datos señalados y la previsión del artículo 54 de la LDC.

La demandada es conocida por el público consumidor bajo su nombre comercial de fantasía “Rosen”; tal es incluso la dirección de su página de internet. Ello así y para que la publicidad ordenada sea adecuada para cumplir sus efectos, deberá incorporarse en forma eficiente la referencia al nombre comercial de fantasía.

La asociación actora tendrá el deber de controlar el cumplimiento íntegro de esta publicidad y deberá ponerlo en conocimiento del tribunal a fin de poder considerar cumplido tal recaudo.

2.5.5. Respecto al último requisito que refiere a la existencia de un planteo que involucre, por sobre los aspectos individuales, cuestiones de hecho y derecho que sean comunes y homogéneas a todo el colectivo; observo que se encuentra vinculado y comprendido dentro de aquella otra exigencia principal que debe estar presente para que la acción sea formalmente admisible que, en lo que aquí interesa, refiere a la existencia de una causa fáctica común y la necesidad de que la pretensión procesal este enfocada en el aspecto colectivo de los efectos de ese hecho.

Ello así, en tanto que tal recaudo ya fue objeto de análisis en los considerandos 2.2 y 2.3; a fin de evitar estériles repeticiones a ellas me remito.

3. Decidido lo anterior, analizaré la procedencia de la pretensión de la actora que, recuerdo tiene por objeto se condene a la demandada a que adecue su práctica comercial al deber de información cuando comercializa sus productos vía internet y vía telefónica conforme el contenido de los arts. 8, 10, 34 de la LDC y leyes 4388, 2244 y 3006 del GCBA y se declare la nulidad de cierta cláusula inserta en sus términos y condiciones al ser contraria al art. 34 de la LDC.

El éxito del objeto de la pretensión principal necesita como premisa jurídica y procesal la prueba del incumplimiento de la demandada; obrar antijurídico que a los fines de ordenar la readecuación requiere que sea actual puesto que incluso esta acción sería abstracta.

Idénticas consideraciones cabe replicar sobre el pedido de nulidad de la cláusula y el consiguiente análisis del allanamiento de la demandada.

Esta conclusión es acorde al art. 163 inc. 6 del Cpr que autoriza al juez al tiempo dictar sentencia hacer mérito de los hechos constitutivos, modificativos o extintivos producidos durante la sustanciación del juicio y debidamente probados aunque no hubieran sido invocados oportunamente como hechos nuevos.



Aclaro que analizaré la práctica comercial de la demandada en forma separada según los 2 canales de comercialización que la actora indicó y de acuerdo a cada uno de los incumplimientos que denunció y, luego, la pretensión de nulidad con el allanamiento de la demandada.

Como consideración general que proyectará efectos en cada análisis en particular, añado que examinaré la prueba producida de acuerdo a los principios probatorios que en materia de defensa y protección del consumidor prevé el art. 53 de la LDC.

Sobre tal premisa diré que era la demandada quien, de acuerdo a su deber de colaboración, tenía la carga de acercar al proceso toda la documentación que se encontraba en su poder para conocer la verdad de los hechos. Es que su existencia, atento su carácter profesional y hechos y actos jurídicos que son objeto aquí de debate, no puede negarse puesto que es ella la obligada a cumplir con el deber de información cuyo incumplimiento se le imputa y, en tal sentido, está en situación procesal de poder acercar a esta litis las constancias para demostrar que su práctica comercial era acorde a la ley (en tal sentido, CSJN, Fallo: [344:1308](#), “Seidenari”).

4. Comercialización de productos a través de la página de internet de la demandada

Rosen negó haber comercializado productos a través de su sitio de internet en tiempo anterior al inicio de esta litis; sin embargo, en la actualidad, no niega ese canal de ventas. Agrego que, según consulta que hice el 21.11.2023 a su página web www.rosen.com.ar y contenido de la pericial informática; observo que es posible realizar la compra a través de ese canal (v. prueba pericial informática, obrante a fs. [326/338](#)).

4.1 Información sobre el derecho de arrepentimiento del consumidor previsto en el art. 34 de la LDC y 1110 del CCyCN

El art. 34 de la LDC regula el derecho de arrepentimiento para los casos de ventas domiciliaria, por correspondencia y otras realizadas fuera del establecimiento del proveedor o, dentro pero cuando la convocatoria al consumidor hubiera tenido un objeto distinto y, también, para aquellas otras que se hubieran concretado por medio postal, telecomunicaciones, electrónico o similar.

Ello así el derecho de arrepentimiento de los consumidores debe incluirse en la comercialización de productos a través de la página de internet que realiza la demandada.

En estos supuestos se concede el derecho irrenunciable al consumidor de revocar su aceptación a la contratación dentro del plazo de 10 días corridos los que se cuentan desde la fecha que se celebró el contrato o desde que se entregó el bien, según el último hecho que hubiera ocurrido y, si vence un día inhábil, su ejercicio se prorroga hasta el primer día hábil siguiente (art. 34 LDC y art. 1110, CCyCN).

En punto a la modalidad en que el proveedor informa al consumidor este derecho; debe ser por escrito, en forma clara, notorio en caracteres destacados. Debe incorporarse a todo documento que se presente al consumidor en la etapa de negociaciones o en aquel que



instrumente el contrato con motivo de la venta y debe ubicarse como una disposición “inmediatamente anterior a la firma del consumidor o usuario” (art. 34, LDC y 1111, CCyCN).

La Resolución 906/98 de la Secretaría de Industria, Comercio y Minería de Defensa del Consumidor agrega los caracteres, tamaño y destacado de esta información que debe presentarse y el texto de la cláusula que refiere al derecho de arrepentimiento (art. 1, 2, 3 y 4).

Añado que según la Resolución 424/2020 de la Secretaria de Comercio Interior, se incorporó como herramienta digital para que el consumidor pueda ejercer su derecho de revocación, el “botón de arrepentimiento”.

El artículo 2 regula las condiciones y modo de su presentación, así requiere que sea un “... link de acceso fácil y directo desde la página de inicio del sitio de Internet institucional de los sujetos obligados y ocupar un lugar destacado, en cuanto a visibilidad y tamaño, no dejando lugar a dudas respecto del trámite seleccionado. Asimismo, al momento de hacer uso del botón, el proveedor no podrá requerir al consumidor registración previa ni ningún otro trámite”.

En el caso, interrelacionado el contenido de la página de internet www.rosen.com.ar que en tiempo inmediato anterior a la fecha de este pronunciamiento realice el 22.11.2023 –según hipervínculo que [aquí](#) agrego- con las previsiones normativas; observo que en la página de inicio está inserto el link de “botón de arrepentimiento” en el centro de la parte inferior de la página y que cuando elegí –como puede visualizarse a través de este [hipervínculo](#)- hacer uso del botón, se accede a una pantalla que no condiciona el ejercicio a ninguna registración sino que razonablemente solicita los datos de quien lo ejerce.

En este sentido, de este análisis fáctico y jurídico no encuentro que la demandada en la práctica comercial de venta productos por internet incumpla con su deber de información en aquel punto que refiere al “botón de arrepentimiento” que exige la Resolución 424/2020.

Luego, con la prueba pericial informática obrante a fs. [326/338](#) puedo concluir que Rosen informa al consumidor su derecho a revocación cuando la venta ya se concertó. Tal es lo que surge de la leyenda que está incorporada a la factura electrónica que emite Rosen al consumidor y que el experto informático insertó en su dictamen en la respuesta al punto 3 (v. pericial informática obrante a fs. [334](#), punto 3, p. 17).

Sin embargo, de acuerdo al proceso de compra que informó el perito informático (v. respuesta al punto 2, p. 14 obrante a fs. [332](#) vta.) la demandada no cumple con su obligación de informar el derecho de revocación (art. 53, LDC) en todos los documentos que presente al consumidor en la etapa de negociaciones y con las cualidades y características previstas (art. 34, LDC y 1111, CCyCN y resolución 906/1998).

De acuerdo a lo expuesto, concluyó que la demandada en los documentos que presenta al consumidor en las etapas de negociaciones no informa al consumidor el derecho a la revocación.



Ello así, cabe condenar a la demanda a adecuar su conducta a las previsiones al deber de información en aquel punto que refiere al derecho de revocación de acuerdo a las previsiones legales aquí mencionadas en la comercialización de productos que realiza a través y a partir de su página de internet.

A los fines de dar las pautas para el cumplimiento de este punto de la sentencia deberá la accionada incorporar como información en las ofertas, presupuestos y comunicaciones que realice; el derecho de revocación que asiste al consumidor en este tipo de operaciones los que deberán ajustarse a los requisitos, cualidades y modalidades que surge de las normas aquí mencionadas.

4.2. Información del nombre, domicilio y numero de cuit previsto en el art. 8 de la LDC

El art. 8 de la LDC ordena que en caso de que la oferta de bienes y servicios se realice mediante compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación, el proveedor oferente deberá informar su nombre, domicilio y número de cuit.

De la consulta que mencioné en el considerando anterior visualizo en la parte inferior de la página una imagen que se identifica con un “QR”. Agrego que al “clickear” aparece la información de su nombre social, su número de cuit y su domicilio –tal como se visualiza con este [hipervínculo](#); por lo que su práctica comercial se ajusta al deber de información.

4.3. Información sobre el plazo de entrega de los bienes previsto en la ley 3.006

El art. 1 de la ley 3.006 del GCBA establece que los proveedores deben informar al consumidor en forma clara el plazo de entrega del bien y que también deberán demostrar por medio fehaciente que informaron al consumidor al momento de celebrar el contrato sobre los términos de esta Ley.

No se me escapa que esta ley fue dictada por la legislatura del GCBA y que, por ello, su ámbito de aplicación territorial se ciñe a la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. Tampoco el alcance nacional o federal que debe otorgarse a esta acción colectiva que inició la asociación actora inscripta en el registro nacional de asociación de consumidor y que la comercialización de productos por internet importa la interconexión con distintas jurisdicciones (en tal sentido, art. 36, ley 25.326 y CSJN Fallos: [328:4087](#)).

Las advertencias mencionadas me permiten dudar sea acertado analizar una condena a la accionada para adecuar una conducta que proyecta alcance federales solo con base en el contenido de aquella legislación local.

Sin embargo, tales circunstancias no impiden su examen. Ello pues, la falta de información sobre los plazos de entrega del bien configura un incumplimiento al deber de información cierta, clara y detallada que el art. 4 y art. 10 inc. “e” de la LDC obliga al proveedor.



Tras esta aclaración, recuerdo que la actora restringió el punto y dijo que, de acuerdo al contenido de esa ley, la demandada debía fijar en forma clara el plazo de entrega de los bienes e informar ese plazo al consumidor comprador (fs. 12 vta.).

El perito ingeniero informático describió el proceso de compra que realiza el consumidor. Con pantallas impresas de la página web de la demandada que incorporó a su dictamen, explicó que luego de que el consumidor selecciona el producto y se finaliza la compra, elige el envío y selecciona el día y horario -según disponibilidad- en que el proveedor entregará el producto. Dijo también que luego recibe un correo con la confirmación y los datos de la fecha y hora de la entrega (v. fs. [397/99](#), respuesta al punto 2.6.).

Tras lo anterior concluyo que como práctica comercial la demandada informa los plazos de entrega en forma clara al consumidor de acuerdo a lo previsto en el art. 1 de la Ley 3006 y art. 4 y art. 10 inc. “e” de la LDC.

4.4. Información sobre enlace al sitio de la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor de acuerdo a la ley 2244 del GCBA

El art. 1 de la ley 2244 ordena que todo proveedor que realice actividad en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y posean página de internet, debe incorporar un enlace que permita el ingreso al sitio correspondiente a la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor del GCBA.

De la consulta que realicé el 22.11.2023 al sitio web de la demandada advierto que existe un enlace que dice “Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor. Para consultas y/o denuncias ingrese aquí” y que al “clickear” redirige al sitio web del Coprec que tiene alcance nacional.

Así las cosas y en sentido similar al alcance federal de esta acción que referí en el considerando anterior, sus implicancias y el deber de información; ordenaré a la accionada a que complete e integre la información que brinda en su página y, en consecuencia, deberá añadir a su sitio principal un nuevo enlace que dirija al consumidor a la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor del GCBA de acuerdo a lo previsto en el art. 1 de la ley 2244 del GCBA.

4.5. Información en el documento de venta de los datos previstos en el art. 10 de la LDC

El art. 10 de la LDC dispone que cuando el proveedor realice una venta deberá entregar al consumidor un documento que llama “documento de venta” en el que debe informar: a) La descripción y especificación del bien, b) Nombre y domicilio del vendedor, c) Nombre y domicilio del fabricante, distribuidor o importador cuando correspondiere, d) La mención de las características de la garantía conforme a lo establecido en esta ley, e) Plazos y condiciones de entrega, f) El precio y condiciones de pago, g) Los costos adicionales, especificando precio final a pagar por el adquirente.



El perito ingeniero informático incorporó a su dictamen factura electrónica que emite Rosen a los consumidores cuando concreta la venta (v. factura electrónica obrante a fs. [337](#) vta., respuesta al punto 6, p. 24 y v. factura impresa que acompañó Rosen en Anexo III cuando contestó demanda obrante a fs. 132/133, v. cuerpo 1 digitalizado, p. [177](#)).

De ese documento surge allí que Rosen cumple con la información prevista en el art. 10 de la LDC a excepción de la mención de las características de la garantía. En el punto fue la propia Rosen quien reconoció que lo hace en documento separado (v. fs. [429](#)).

Así las cosas aun cuando envié al consumidor por instrumento separado los plazos y condiciones de la garantía adicional que otorga por el producto; Rosen deberá agregar como información a la factura que envía al consumidor el plazo de la garantía legal y aquel otro término adicional que se obliga conforme lo ordena el art. 10 de la LDC.

Añado que, de acuerdo a la excepción de la ley en su párrafo final, no encuentro que por el tipo de bien que la demandada comercializa se pueda permitir que omita su cumplimiento.

Ello así, cabe condenar a la demandada a adecuar su conducta a las previsiones al deber de información en aquel punto que refiere al contenido del documento de venta del art. 10 de la LDC en la comercialización de productos que realiza a través y a partir de su página de internet.

A los fines de dar las pautas para el cumplimiento de este punto de la sentencia deberá la accionada, incorporar en el documento de venta que entregue a los consumidores el plazo de la garantía legal y aquel otro término adicional que se obliga conforme lo ordena el art. 10 de la LDC.

4.6. Información prevista en la ley 4388 del GCBA

Recuerdo que la asociación actora denunció que en las ventas y en la atención al público, la demandada omitía informar al consumidor el número de gestión para el adecuado seguimiento del caso, omitía registrar el número de teléfono desde el cual el consumidor se comunicaba y que tampoco solicitaba una dirección de correo electrónico para enviar por mail el número de reclamo y aquello que reclamaba.

La ley 4388 ordena a los proveedores solicitar un mail de contacto al usuario para que luego el proveedor envíe al consumidor la identificación y detalle del reclamo, consulta, gestión que el consumidor realizó al proveedor por medio electrónico o por teléfono.

Debo aquí realizar idénticas objeciones en punto al ceñido alcance territorial que debe concederse a la ley 4388 que dictó la legislatura del GCBA conjugado con el alcance federal que corresponde otorgar a esta acción.

En tal orden de ideas, añadido en el punto que el art. 1100 del CCyCN indica que el proveedor está obligado a suministrar información al consumidor en todo lo relacionado, en lo que aquí interesa referir, con las condiciones de su comercialización y “todo otra circunstancia relevante para el contrato”.



Sobre esta base normativa y considerando la relevancia jurídica que para el consumidor tiene la identificación del número de reclamos para lograr una tutela efectiva de sus los derechos frente al incumplimiento que pueden derivarse del contrato y/o oferta; es posible considerar a la omisión del proveedor de identificar el número de reclamo y el posterior envío al consumidor de su detalle como un incumplimiento al deber de información previsto en el art. 1100 del CCyCN.

Tras esta aclaración analizaré la prueba rendida.

De la navegación al sitio web de la demandada observo que existe una solapa “contacto” que cuando se ingresa –tal como se ve con [este](#) hipervínculo- se accede a una pantalla que permite realizar un reclamo y que el consumidor debe identificarse con nombre, domicilio, celular, mail y relatarlo.

No es posible inferir si, tras el envío de ese reclamo luego, la demandada, acusa el recibo y remite al consumidor un número de gestión con copia de su reclamo.

Más aún cuando de acuerdo al art. 53 de LDC estaba al alcance de la demandada y era su carga acercar al proceso la prueba documental o pericial que era necesaria para acreditar su cumplimiento.

Ello así, cabe condenar a la demandada a adecuar su conducta a las previsiones al deber de información del art. 1100 del CCyCN en aquel punto que refiere a identificar el número de reclamo y el posterior envío al consumidor de su detalle en la comercialización de productos que realiza a través y a partir de su página de internet.

A los fines de dar las pautas para el cumplimiento de este punto de la sentencia deberá la accionada incorporar a su área administrativa un programa de software especial que permita en los reclamos que se realizan a través de su página de internet el registro del contacto de los datos que individualice al consumidor, identifique el número de reclamo y que luego envíe al consumidor los datos de esa gestión.

5. Comercialización de productos a través de canal de venta telefónica

Sobre este canal de ventas, el perito ingeniero informático indicó que cuando el cliente se comunica al teléfono de contacto que aparece en la página de la demandada y opta el usuario por continuar con la compra telefónica; el personal del call center es quien realiza el proceso de compra pero en la propia web y es quien le solicita los datos al usuario (v. fs. [333](#), p.16).

La respuesta del perito integrada con el modo en que Roseen lleva adelante el proceso de venta por internet, me permite afirmar que el canal de venta telefónico es inicialmente verbal pero cuando se concreta la compra, la información que se brinda al consumidor se implementa como una venta por internet.



El método y proceso de cómo lleva a cabo la comercialización del producto y su posterior venta hace que proyecte efectos sobre los incumplimientos al deber de información según se analice la obligación de informar en la etapa pre o contractual de la relación jurídica.

5.1. Información sobre el derecho de arrepentimiento del consumidor previsto en el art. 34 de la LDC y 1110 del CCyCN

De acuerdo a lo ya expuesto en el considerando 4.1. cabe considerar que el derecho de arrepentimiento previsto en el art. 34 de la LDC y 1110 del CCyCN debe incluirse en la comercialización de productos que se realizan por canal de venta telefónico y que las condiciones y prácticas en que ese derecho debe informarse deben replicarse analógicamente en las ventas que se realizan a partir de y a través del canal de ventas telefónico.

En tal sentido, con la prueba pericial informática obrante a fs. 326/338 puedo concluir que Rosen informa al consumidor su derecho a revocación cuando la venta ya se concertó. Tal es lo que surge de la leyenda que está incorporada a la factura electrónica que emite Rosen al consumidor y que el experto informático insertó en su dictamen en la respuesta al punto 3 (v. pericial informática obrante a fs. [334](#), punto 3, p. 17).

Sin embargo, la demandada no acercó prueba fehaciente para acreditar que cumple con su obligación en tiempo anterior a la venta. Añado que falta de relevancia probatoria que debe otorgarse a la prueba producida (v. declaraciones de fs. [410/413](#); fs. [473](#) y fs. [469](#)) impide considerar que Rosen en la práctica comercial de venta productos a través de canales telefónicos cumple con su deber de información en aquel punto que refiere al derecho de arrepentimiento en etapas previas al consentimiento.

Ello así, cabe condenar a la demanda a adecuar su conducta a las previsiones al deber de información en aquel punto que refiere al derecho de revocación de acuerdo a las previsiones legales aquí mencionadas en la comercialización de productos que realiza a través y a partir de su canal de venta telefónica.

A los fines de dar las pautas para el cumplimiento de este punto de la sentencia deberá la accionada en el canal de ventas telefónica en etapa anterior a la concreción de la venta verbalmente advertir y explicar al consumidor persona humana que posee el derecho de revocación y, añadir, en todo documento que envíe posteriormente al consumidor referentes a ofertas, presupuestos, comunicaciones que realice; el derecho de revocación que asiste al consumidor en este tipo de operaciones los que, en este caso de envío posterior de documentos, deberán ajustarse a los requisitos, cualidades y modalidades del art. 34 de la LDC, art. 1110 del CCyCN y resolución 906/98.

5.2. Información del nombre, domicilio y número de cuit previsto en el art. 8 de la LDC

El art. 8 de la LDC ordena que en caso de que la oferta de bienes y servicios se realice mediante compras telefónicas, por catálogos o por correos, publicados por cualquier medio de comunicación el proveedor oferente deberá informar su nombre, domicilio y número de cuit.



La accionada no acreditó cumplir con esta información, ello así cabe condenar a la demandada a adecuar su conducta a las previsiones legales aquí mencionadas en la comercialización de productos que realiza a través y a partir del canal de venta telefónica.

Ello así, cabe condenar a la demandada a adecuar su conducta a las previsiones al deber de información en aquel punto que refiere a su razón social, domicilio y cuit del art. 8 de la LDC en la comercialización de productos que realiza a través y a partir de su canal de venta telefónica.

A los fines de dar las pautas para el cumplimiento de este punto de la sentencia, la accionada en el canal de ventas telefónicas deberá informar verbalmente al consumidor persona humana su razón social, su domicilio y cuit y, añadir, en todo documento que envíe posteriormente al consumidor referentes a ofertas, presupuestos, comunicaciones que realice y documentos en donde se concrete la venta esta información.

5.3. Información sobre el plazo de entrega de los bienes previsto en la ley 3.006

Similares consideraciones a las que expuse en el considerando 4.3. debo realizar en punto al contenido del art. 3006 del GCBA; el ámbito de aplicación territorial de esta norma; los alcances federales de esta acción; la obligación de informar el plazo de entrega de la accionada de acuerdo al art. 4 y 10 inc. e de la LDC.

Con la prueba pericial informática obrante a fs. [326/338](#) puedo concluir que Rosen cumple con su deber de informar al consumidor el plazo de entrega cuando la venta ya se concertó.

A diferencia de las ventas por internet, la demandada no acercó prueba fehaciente para acreditar que en este canal telefónico informa al consumidor en tiempo anterior a la venta el plazo de entrega. A ello debe sumarse la falta de relevancia probatoria que debe otorgarse a la prueba producida (v. declaraciones de fs. [410/413](#); fs. [473](#) y fs. [469](#)).

El escenario probatorio analizado de acuerdo al art. 53 de la LDC, impide considerar que la demandada en la práctica comercial de venta productos a través de canales telefónicos cumple con su deber de información en aquel punto que refiere a su obligación de informar a los consumidores los plazos de entrega en etapas previas al consentimiento.

Ello así, cabe condenar a la demandada a adecuar su conducta a las previsiones al deber de información en aquel punto que refiere a los plazos de entrega de los bienes en la comercialización de productos que realiza a través y a partir de su canal de venta telefónico en forma previa a su concreción.

A los fines de dar las pautas para el cumplimiento de este punto de la sentencia la accionada deberá en el canal de ventas telefónicas en etapa anterior a la concreción de la venta informar verbalmente el plazo de entrega y, añadir, en todo documento que envíe posteriormente al consumidor referentes a ofertas, presupuestos, comunicaciones que realice; el plazo de entrega de los bienes que comercializa.



5.4. Información sobre enlace al sitio de la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor de acuerdo a la ley 2244 del GCBA

Las características que conlleva la modalidad del canal telefónico vuelve abstracto este punto.

5.5. Información en el documento de venta de los datos previstos en el art. 10 de la LDC

Al igual que lo expuse en el considerando 4.5, de acuerdo al contenido del art. 10 de la LDC y la prueba producida, la accionada entrega al consumidor un documento con los datos previstos en el art. 10 de la LDC a excepción de la información que refiere las características de la garantía.

Ello así, cabe condenar a la demanda a adecuar su conducta a las previsiones al deber de información en aquel punto que refiere al contenido del documento de venta del art. 10 de la LDC en la comercialización de productos que realiza a través y a partir del canal de venta telefónico.

A los fines de dar las pautas para el cumplimiento de este punto de la sentencia deberá la accionada, incorporar en el documento de venta que entregue a los consumidores el plazo de la garantía legal y aquel otro término adicional que se obliga conforme lo ordena el art. 10 de la LDC.

5.6. Información prevista en la ley 4388 del GCBA

Similares consideraciones a las que expuse en el considerando 4.6 debo realizar en punto al contenido de la ley 4388 del GCBA; el ámbito de aplicación territorial de esta norma; los alcances federales de esta acción; la obligación de identificar el número de reclamo y posterior envió al consumidor de acuerdo al art. 1100 del CCyCN.

El perito ingeniero informático sobre este punto informó que cuando el consumidor se comunica con la demandada: i) otorga al cliente un número de gestión cuando se contacta telefónicamente; ii) identifica en esa operación de gestión a la persona y al objeto del reclamo y, iii) que una vez finalizado el llamado envía al cliente un mail con el número de reclamo y los datos (v. fs. [334/336vta](#), respuesta al punto 3, p. 17/22).

Dijo también que Rosen tiene un software en el que realiza el registro de estas operaciones y acompañó planillas en la que se identifica el cliente, fecha y número de reclamo (v. fs. [334](#) vta., p. 18 y v. fs. [335/336](#) vta., p. 19/22).

Con la prueba rendida tendré por acreditado que la demandada cumple con el deber de información del art. 1100 del CCyCN en aquel punto que refiere a identificar el número de reclamo y el posterior envió al consumidor de su detalle en la comercialización de productos que realiza a través y a partir de su canal de venta telefónico.

6. Nulidad de cláusula inserta en los términos y condiciones



La actora expuso que debe declararse la nulidad de cierta cláusula de los términos y condiciones generales insertos en la página de internet de la demandada que restringe el derecho de arrepentimiento del consumidor previsto en el art. 34 de la LDC.

Rosen se allanó a la pretensión y expuso que readecúo sus términos al contenido del art. 34 de la LDC.

La cláusula 4 inserta en la página de la demandada actualmente dice que: “4-Derecho de Revocación por arrepentimiento. Devolución de Productos. El consumidor tiene derecho a revocar la presente operación comercial (por adquisición de cosas y/o prestación de servicios) durante el plazo de DIEZ (10) días corridos, contados a partir de la fecha en que se entregue la cosa o se celebre el contrato, lo último que ocurra, sin responsabilidad alguna. Esta facultad no puede ser dispensada ni renunciada. El consumidor comunicará fehacientemente dicha revocación al proveedor y pondrá la cosa a su disposición. Los gastos de devolución son por cuenta del proveedor. Para ejercer el derecho de revocación el consumidor deberá poner la cosa a disposición del vendedor sin haberla usado y manteniéndola en el mismo estado en que la recibió, debiendo restituir el proveedor al consumidor los importes recibidos” (v. términos y condiciones, consulta del [22.11.2023](#)).

La redacción y contenido de la cláusula que readecúó Rosen es acorde al art. 34 de la LDC; ello así corresponde expedirse sobre el allanamiento.

El allanamiento es el reconocimiento o conformidad con la legitimidad de la pretensión del actor, o de éste a la defensa del demandado, e importa la renuncia a continuar sosteniendo una pretensión de fondo o incidente (Fassi Santiago- Yáñez Cesar, “Código Procesal Civil y Comercial. Comentado, anotado y concordado”, T. 2, Ed. Astrea, Bs. As.,1989, pág.603).

Dicha declaración de voluntad importa prescindir de cualquier otra consideración, tornando legítima la pretensión actora, aún cuando no aparezcan aceptadas todas sus razones (cfr. Sentis Melendo, “El allanamiento a la demanda”, en “Teoría y Práctica del Proceso”, T. II, pág. 267).

En tal inteligencia, tratándose de un derecho disponible para la demandada y no encontrándose comprometido a su respecto el orden público (art. 307, Cpr); admitiré el allanamiento y en consecuencia haré lugar al pedido de readecuación de la nulidad de la cláusula.

7. Daño punitivo

Solicitó la asociación actora la aplicación del daño punitivo. Sostuvo que eran graves los incumplimientos de la demandada y que la conducta fue intencional, sistemática y reiterada en el tiempo y aludió a un ánimo lucrativo.

La ley 26.361 incorporó el instituto a la LDC a través del art. 52 bis, que dice "Daño punitivo: Al proveedor que no cumpla sus obligaciones legales o contractuales con el consumidor, a instancia del damnificado, el juez podrá aplicar una multa civil a favor del



consumidor, la que se graduará en función de la gravedad del hecho y demás circunstancias del caso, independientemente de otras indemnizaciones que correspondan. Cuando más de un proveedor sea responsable del incumplimiento responderán todos solidariamente ante el consumidor, sin perjuicio de las acciones de regreso que les correspondan. La multa civil que se imponga no podrá superar el máximo de la sanción de multa prevista en el artículo 47, inciso b) de esta ley".

En lo que a esta litis interesa y según texto expreso del art. 52 bis de la LDC es requisito de admisibilidad del daño punitivo el mero incumplimiento legal o contractual del proveedor del bien o servicio. Así para que proceda la multa, el proveedor debe haber incurrido en un incumplimiento a las obligaciones que surgen del contrato o aquellas otras que no están incluidas expresamente pero que, de acuerdo al carácter de orden público que prevé el art. 65 de la LDC, el proveedor debe acatar (Chamatropulos, Demetrio A, "Estatuto del consumidor. Comentado", T. II, Ed. La Ley, Bs.As., 2016, p. 271).

La doctrina y jurisprudencia mayoritaria integró los requisitos de admisibilidad del daño punitivo con la necesaria presencia de un obrar subjetivo del proveedor; así como recaudo de procedencia se requiere la existencia de una conducta del proveedor que pueda caracterizarse como un obrar realizado con culpa grave o dolo.

Bajo estas premisas analizaré la procedencia de la sanción pecuniaria disuasiva solicitada.

Según la causa fáctica y normativa común que fue objeto de esta acción colectiva, se achacó a la demandada llevar adelante una práctica comercial contraria al deber de información en la comercialización de los productos que realiza a través de su página de internet y canal de venta telefónica.

De acuerdo a los incumplimientos al deber de información que tuve por ciertos en los considerandos anteriores sumado al allanamiento y readecuación a la ley de la cláusula que la actora solicitó su nulidad; no encuentro que la conducta antijurídica de la accionada fuera consecuencia de un obrar realizado con culpa grave o dolo sino, antes bien, que tiene causa en negligencias en la toma de decisiones respecto de las prácticas comerciales que decidió implementar en la comercialización de sus productos en esos canales de ventas.

Tras lo anterior, rechazaré el daño punitivo puesto que no encuentro reunidos el elemento subjetivo en la conducta del proveedor que permita su procedencia.

8. Realización de cursos de derechos de usuarios y consumidores

Respecto a la pretensión de la actora en la que pretende se ordené a los funcionarios y gerentes de la demandada de las áreas de ventas, comercial, marketing y atención al cliente que realicen cursos de derechos de usuarios y consumidores en organismos públicos y privados a fin de minimizar las posibilidades de que se repita en el futuro una conducta como la aquí denunciada; adelanto que con base el art. 1710 del CCyCN accederé a su pretensión.



Al rechazar el daño punitivo entendí que la práctica comercial de la demandada contraria al deber de información no podía juzgarse como originada en un obrar con culpa grave o dolo sino más bien en negligencias en la adopción de decisiones respecto de las prácticas comerciales que decidió implementar en la comercialización de sus productos en esos canales de ventas.

En tal sentido, y para subsanar la falta de instrucción sobre los derechos de los usuarios y consumidores y las obligaciones que pesan sobre el proveedor e, incluso para prevenir conductas similares susceptibles de causar daños; deberá el presidente de Rosen y gerentes o empelados de similar jerarquía que se desempeñen en las áreas que comprenden tareas marketing y atención al cliente; realizar dentro del plazo de 3 meses de quedar firme en el punto esta sentencia un curso de capacitación presencial de no menos de 20 horas mensuales con especial foco en la venta a través de las pagina de internet y telefónica.

Considerando el contenido del art. 42 de la CN, el art. 60 de la LDC y los propósitos y objetivos que surgen del estatuto de la asociación actora (conf. art. 2, v. fs. 4); todos ellos emparentados con la función educativa y de capacitación que cumplen las asociaciones de consumidores; encomiéndose a la accionada el dictado y contenido del curso presencial que aquí se ordena.

9. Publicidad de la sentencia

Al ampliar demanda, solicitó la actora se ordene la publicación de la sentencia de condena en todas las sucursales de la demandada y en la página de internet en forma visible y destacada, sin perjuicio que se ordene su publicación en los medios de comunicación (fs.27).

El artículo 54 bis de la LDC -incorporado el 19.9.2014, es decir en fecha posterior a la pretensión de la publicación, aplicable a esta litis en virtud del art. 7, CCyCN- establece que las sentencias definitivas y firmes deberán ser publicadas de acuerdo a lo previsto en la ley 26.856 y que la autoridad de aplicación de la LDC y sus modificatorias adoptará, de corresponder, las medidas que conciernan a su competencia.

Según ley 26.856, que remite el art. 54 bis, en lo relativo a la publicación de las sentencias definitivas y firmes, dispone que “la Corte Suprema de Justicia de la Nación y los tribunales de segunda instancia que integran el Poder Judicial de la Nación deberán publicar íntegramente todas las acordadas y resoluciones que dicten, el mismo día de su dictado” (art. 1, ley 26.856), una vez que hayan sido notificadas todas las partes.

De acuerdo al contenido del art. 54 bis de la LDC; en tanto que esta sentencia no se encuentra firme, no corresponde ordenar la publicación allí dispuesta a los fines pretendidos.

Mas en tanto que de acuerdo a su pretensión bien pudiera pensar que es otra la publicidad que requiere la actora y meritando el alcance colectivo de este proceso, una vez firme este pronunciamiento y vencidos los plazos de la publicidad ordenada en el considerando 2.5.4 que tiene por objeto dar conocer esta acción; ambas partes deberán publicar información clara y detallada con un acceso a la copia de esta sentencia en lugar destacado de sus respectivas páginas



de internet y redes sociales que posean por el plazo de 30 días hábiles para que todos aquellos consumidores personas humanas expuestos a las prácticas comerciales de la demandada objeto de esta acción colectiva tomen conocimiento de esta decisión.

Asimismo, deberá publicarse en un diario de circulación de alcance nacional por 2 días –al menos uno de ello que comprenda un día de fin de semana- y la publicación de edictos en el boletín oficial por el término de 3 días; todo a cargo de la demandada.

Al igual que lo dispuse en el considerando 2.5.4 para que la publicidad ordenada sea adecuada para cumplir sus efectos deberá incorporarse en forma eficiente la referencia al nombre comercial.

10. Costas

Las costas se imponen a la demandada, atento su carácter de sustancialmente vencida (art. 68, del Cpr).

En punto a las costas derivadas del allanamiento formulado, dispone el art. 70 del Cpr que no se impondrán las costas al vencido cuando el allanamiento sea real, incondicionado, oportuno, total, efectivo y cuando no se hallase el demandado en mora ni hubiese obrado con culpa (conf. Fassi Santiago -Yáñez Cesar, “Código Procesal Civil y Comercial. Comentado, anotado y concordado”, T. 1, Ed. Astrea, Bs. As., 1989, pág. 433).

La profesionalidad de la demandada impide afirmar la falta de culpa en la redacción de aquella clausula inserta en los términos y condiciones que publicaba en su página de internet; por lo que las que corresponden a esta pretensión también le serán impuestas.

V. CONCLUSION:

Por todo lo expuesto **Resuelvo:** i) hacer lugar parcialmente a esta acción colectiva que inicio **Asociación Civil por los Consumidores y el Medio Ambiente ACYMA** contra **Industria Argentina del Descanso SA** y en consecuencia, condenar a la demandada a readecuar la información que brinda en la comercialización de productos a través de su página de internet de acuerdo a los términos que surgen de los considerandos “4.1.”; “4.4.”, “4.5.”, “4.6.” y a la información que brinda en la comercialización de productos por venta telefónica de acuerdo a los considerandos “5.1.”, “5.2.”, “5.3.” y “5.5.”; ii) receptar el pedido de nulidad y readecuación de la cláusula de acuerdo a lo previsto en el considerando “6” ; iii) rechazar el daño punitivo de acuerdo a lo dispuesto en el considerando “7”; iv) ordenar la realización de los cursos presenciales indicados en el considerando “8” a las personas allí mencionadas, en los plazos y extensión indicados quedando a cargo de la actora su dictado y contenido; v) a los fines previstos en el art. 54 de la LDC y Acordadas 34/2012 y 12/2016 ordenar dar a publicidad esta acción de acuerdo a lo previsto en el considerando “ 2.5.4.” y, v) una vez firme esta sentencia y cumplido los plazos de publicidad ordénese la publicación de esta sentencia en los términos dispuestos en el considerando “9”, vi) las costas se imponen a la demandada sustancialmente vencida (art. 68 y 70, Cpr.).



Comuníquese al registro público de procesos colectivos esta decisión (Acordada CSJN 34/2012, art. 6 y Acordada CSJN 12/2016, art. 9).

Notifíquese a las partes, al perito contador, al perito ingeniero informático y a la señora Fiscal y oportunamente, procédase con la regulación de honorarios de los profesionales intervinientes.

Horacio F. Robledo

Juez



#23046725#392967090#20231124105736110