



Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

Causa N° CCF 5392/2011 “Ferrum S.A. de Cerámica y Metalurgia c/ Facebook Inc. s/ cese de uso de marca”

Causa N° CCF 250/2012 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Metalurgia s/ cese de oposición al registro de marca”

Causa N° CCF 2771/2012 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Metalurgia s/ cese de oposición al registro de marca”

Causa N° CCF 4488/2012 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Metalurgia s/ cese de oposición al registro de marca”

Causa N° CCF 2914/12 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Metalurgia s/ cese de oposición al registro de marca”

En Buenos Aires, a los 17 días del mes de mayo del año dos mil veintidós se reúnen los jueces de la **Sala III** de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Civil y Comercial Federal para el Acuerdo previsto en el artículo 271 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación con el objeto resolver los autos indicados en el encabezamiento del acta; de conformidad con el sorteo efectuado a esos fines, el señor juez **Guillermo Alberto Antelo** dijo:

I. La presente controversia involucra cinco procesos acumulados, tramitados entre las mismas partes, cuyo contenido y cronología paso a resumir.

1. Causa n° CCF 5392/2011/CA1 “Ferrum S.A. de Cerámica y Metalurgia c/ Facebook Inc. s/ cese de uso de marca” (“acumulante”)

El 5 de agosto de 2011 la firma Ferrum S.A. de Cerámica y Metalurgia (“Ferrum”) demandó a Facebook Inc. (“Facebook”) con el siguiente objeto: a) se condenara a la demandada a cesar en el uso de la marca mixta “f”, propiedad de Ferrum y a tomar las medidas pertinentes para evitar que la utilizaran terceros; b) se declararan fundadas las oposiciones de Ferrum a las solicitudes marcarias de Facebook -actas n° 2.972.767, 2.972.770, 2.972.772,



2.972.774, 2.972.776, 2.972.779 y 2.972.782- en las clases 9, 35, 36, 38, 41 y 42 del nomenclador; y c) se ordenara la publicación de la sentencia condenatoria en los medios de comunicación masiva que determine el juez (ver fs. 90/120 y cargo fs. 120 vta.).

Indicó la demandante que el signo “f” (mixto) fue registrado por ella en el año 1976 y que, por su amplia difusión, pasó a constituir el logotipo de la empresa y de los productos que comercializa. Invocó la protección jurídica que el artículo 27 de la ley 22.362 prevé para las designaciones comerciales y, asimismo, la que concierne a las marcas registradas ya que la letra integra los signos que tiene inscriptos en las clases 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 17, 19, 21, 22, 23 y 25. Acusó a Facebook de utilizar un diseño de letra que es prácticamente idéntica a la suya alegando que esa conducta acarrea la dilución marcaría de sus registros. Con apoyo en la misma argumentación pidió que se declararan fundadas las oposiciones que había formulado contra las solicitudes presentadas por Facebook en las clases 9, 35, 36, 38, 41 y 42 cuyas actas fueron individualizadas en el punto b) del párrafo anterior.

Facebook Inc. compareció planteando la prescripción de la acción y contestando la demanda. Fundó la excepción en los artículos 29 y 36 de la ley 22.362. En cuanto a la pretensión de fondo, expuso la trayectoria del conglomerado empresarial de tecnología y redes virtuales al que pertenece y la vasta difusión que tiene su marca en todo el mundo. Negó haber incurrido en la conducta antijurídica que le atribuía su adversaria, al tiempo que desestimó los argumentos tendientes a prohibirle el uso de la partícula “f” en su propio signo, al que calificó de notorio. También controvirtió la similitud confusionista alegada por Ferrum. En suma, pidió el acogimiento de la prescripción y, en subsidio, el rechazo de la demanda, con costas (ver fs. 964/1034).

La actora contestó el traslado de la excepción a fs.





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

1094/1101; el magistrado difirió su tratamiento para el momento del dictado de la sentencia definitiva (fs. 1115/1117).

Una vez producida la prueba correspondiente, las partes alegaron y los autos fueron llamados a dictar sentencia (fs. 2167/2180, 2181/2212 y 2214).

Las fojas que citaré, a secas, en adelante se refieren a este proceso.

Unos meses después de la promoción de esta causa, Facebook promovió cuatro demandas por cese de oposición contra Ferrum que detallaré en los siguientes apartados.

2. Causa n° 250/2012 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Met. s/cese de oposición” (acumulada)

Este proceso fue iniciado el 3 de febrero de 2012 (ver cargo de fs. 55) con el fin de que se levantara la protesta de Ferrum contra las solicitudes de inscripción presentadas por Facebook para la marca mixta “F8” de la actora en las clases 38 –limitada a “proveer diarios electrónicos y weblogs (bitácoras), mostrar contenidos especificados o generados por el usuario”- y 41 –limitada a “proveer diarios electrónicos y weblogs (bitácoras), mostrar contenidos especificados o generados por el usuario, coordinar y llevar a cabo conferencias educativas, auspiciar y organizar ferias y eventos on line y en vivo en el campo de desarrollo de software” -actas n° 3033112 y 3033113, respectivamente- (fs. 53/55 y ampliación de fs.216/234).

Ferrum contestó la demanda en términos coincidentes con la posición adoptada en la causa acumulante, términos estos que reprodujo en los otros procesos por cese de oposición que lo tuvieron por demandado (ver fs. 317/328).

3. Causa n° 2771/2012 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Met. s/cese de oposición” (acumulada).

El 22 de mayo de 2012 la demandante pidió que se declararan infundadas las oposiciones de Ferrum al registro de la



marca mixta “f” (& diseño) solicitado en las clases 9, 35, 36, 38, 41, 42 y 45; actas n° 2.972.767, 2.972.770, 2.972.772, 2.972.774, 2.972.776, 2.972.779 y 2.972.782 (ver fs. 53/55 y ampliación de fs. 868/908 y cargo de fs. 52).

El traslado de la demanda fue contestado por Ferrum a fs. 992/1012.

4. Causa n° 2914/2012 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Met. s/cese de oposición” (acumulada)

El expediente fue promovido el 29 de mayo de 2012 (ver cargo de fs. 87vta.) para que se levantara la oposición al registro de la marca mixta “f” (& diseño moneda) pedido por Facebook en la clase 35 pero limitado a “facilitar el cambio y venta de productos y servicios de terceros por computadora y redes de comunicación; programas de incentivo con premios”; en la 36 para “servicios de cambio financiero, a saber, suministrar moneda virtual para su utilización por parte de los miembros de una comunidad en línea por computadora y redes de comunicación; facilitar el cambio y venta de productos y servicios de terceros por computadora y redes de comunicación; programas de incentivo con premios; servicios de telecomunicaciones, a saber, transmisión electrónica de datos, mensajes e información; servicios de entretenimiento, a saber, facilitar servicios de juegos para varios jugadores o para un solo jugador e interactivos para juegos de computadora o redes de comunicación”; en la 38 para “servicios de telecomunicaciones, a saber, transmisión electrónica de datos, mensajes e información”; en la 41 para “servicio de entretenimiento, a saber, facilitar servicios de juegos de varios jugadores o para un solo jugador e interactivos para computadora o redes de comunicación” -actas n° 3.022.620, 3.022.624, 3.022.628 y 3.022.630- (fs. 86/87 y ampliación de fs. 779/816).

A fs. 990/1008 obra agregada la contestación de demanda de Ferrum.





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

5. Causa n° 4488/2012 “Facebook Inc. c/ Ferrum S.A. de Cerámica y Met. s/cese de oposición” (acumulada)

En este cuarto proceso -originado el 10 de agosto de 2012- Facebook demandó a Ferrum para que declararan infundadas las protestas de ésta contra la solicitud de registro de la marca mixta “f” (& diseño moneda) en las clases 9 para “tarjetas magnéticas”, 16 para “tarjetas”, 35 para “servicios de administración comercial de tarjetas pre-pagas”, y 36 para “servicios de tarjetas pre-pagas” -actas n° 3.070.176, 3.070.178, 3.070.179, 3.070.181 (fs. 89/90 y ampliación de fs. 104/144; el cargo consta a fs. 90 y vta.).

Ferrum contestó la demanda a fs. 239/256.

El fundamento común a todas las oposiciones concuerda con el núcleo argumental expuesto por Ferrum en su demanda (punto b del primer párrafo de este considerando), es decir, la similitud confusionista entre la letra “f” (y diseño) perteneciente a dicha firma y todos los signos solicitados por Facebook. Por ende, no hay particularidades en las oposiciones que obliguen a examinar en forma individual cada uno de los procesos motivados por ellas (Ferrum asentó su oposición en las siguientes clases del nomenclador: causa n° 250/2012 en la clase 41, acta n° 2283806 -ver copias fs. 1/42-, causa 2771/2012 en las clases 9, 35, 36, 41, 42 y 45, actas n° 2.183.722, 2.334.515, 2.972.767, 2.972.770, 2.972.772, 2.972.774, 2.972.776, 2.972.779, 2.972.782 –ver copias fs. 1/43-, causa 2914/2012: en las clases 35, 36 y 41, actas n° 2.283.004, 2.283.003 y 2.283.806 –ver copias fs. 1/79- y causa 4488/2012: clases 9, 16, 35 y 36, actas n° 2.183.722, 2.183.249, 2.283.004 y 2.283.003 –ver copias fs. 1/82-).

El magistrado ordenó la acumulación de los todos los juicios por cese de oposición al expediente n° 5392/2011 (ver causa n° 250/2012, fs. 352 y vta.; causa n° 2771/2012, fs. 70 y vta.; causa 2914/2012, fs. 1039 y vta. y causa n° 4488/2012 fs. 266/267).



II. Mediante la sentencia única dictada a fs. 2214/2235 del expediente acumulante -cuyas copias certificadas constan a fs. 697/718, fs. 1796/1817, fs. 1197/1218 y fs. 431/452 de las acumuladas-, en el orden que fueron citadas- el juez de primera instancia resolvió: **1°)** hacer lugar a la excepción de prescripción planteada por Facebook en el expediente n° 5392/2011; **2°)** admitir las demandas de Facebook en los expedientes n° 2771/12, 250/12, 4488/12 y 2914/12 declarando infundadas las oposiciones de Ferrum; y **3°)** imponer las costas de todos los procesos a Ferrum por haber sido vencida.

Para acoger la prescripción, el magistrado consideró aplicable el plazo de un año establecido en el artículo el art. 29 de la ley 22.362, el cual debe computarse desde que el tercero empezó a utilizar la marca en forma pública, o desde que el dueño tuvo conocimiento de esa circunstancia. Observó que el peritaje informático acreditaba que Facebook había comenzado a usar su marca en febrero de 2004 y que Ferrum había creado una cuenta en el sitio de Facebook el 21 de septiembre de 2008. Entendió, entonces, que la prescripción debía correr desde esa fecha; y como la demanda de Ferrum fue promovida el 5 de agosto de 2011 concluyó que la acción estaba prescripta (ver Considerando II, fs. 226 y vta. expte. n° 5392/2011).

Para hacer lugar al levantamiento de las oposiciones tuvo en cuenta que la marca “facebook” era notoria, carácter este que no hizo extensivo al signo de Ferrum, sin perjuicio del prestigio que cabía reconocerle a esa empresa en el mercado de los artículos sanitarios y de la correlativa difusión de su marca en nuestro país. Puntualizó que, precisamente, tales circunstancias evitaban la confusión indirecta porque ningún consumidor asociaría los artículos comercializados por la oponente con los servicios prestados por la red social de la solicitante. Aplicó el principio de especialidad excluyendo





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

del cotejo a las marcas registradas por Ferrum en las clases 16 y 38 y procedió a confrontar los signos en cuestión en los planos fonético, conceptual y gráfico juzgando que no existía similitud confusionista entre ellos, lo que conducía a declarar infundadas las protestas formuladas en sede administrativa por Ferrum.

III. El fallo fue apelado por Ferrum (fs. 2238 –causa 5392/11-, fs. 724 –causa 250/12-, fs. 1823 –causa 2771/12-, fs. 1222 –causa 2914/12- y fs. 456 –causa 4488/12- y autos de concesión de fs. 2247, 725, 1824, 1227 y 464, respectivamente), quien expresó agravios el 26 de octubre de 2021, dando lugar a la réplica de su contraria del 11 de noviembre del mismo año (ver constancias web, sistema Lex100).

Median también recursos contra las regulaciones de honorarios que serán tratados, según sea el resultado al que se arribe, al finalizar el presente Acuerdo.

La apelante se agravia del acogimiento de la prescripción en la causa acumulante y, asimismo, de la admisión de la demanda contra ella en las acumuladas.

En cuanto a la prescripción, discrepa del juez en relación al plazo extintivo porque, a diferencia de aquel, considera que es aplicable el de tres años previsto en el artículo 36 de la Ley de Marcas, y no el de un año que rige para las designaciones. Agrega que no existe un punto de partida definido en el tiempo para computarlo porque el uso indebido que le atribuye a Facebook fue continuado; en consecuencia postula la “...imprescriptibilidad de la acción...” (“Primer Agravio”, hoja 14, segundo párrafo). A todo evento, niega la titularidad de la cuenta que se le atribuyó en Facebook y pondera negativamente las conclusiones del perito en informática sobre el particular; por lo demás, puntualiza que los tres años no se cumplieron aunque se los cuente desde la utilización de dicha cuenta.

Respecto de la cuestión de fondo, afirma que su marca



“f” (mixta) es notoria y está registrada en todas las clases, por lo cual no rige el principio de especialidad. Insiste en que es confundible con el signo “f” de su adversaria y que el cotejo realizado por el magistrado fue “erróneo, insuficiente y parcial”. Aunque admite que la actividad comercial de las empresas enfrentadas en este litigio es distinta, puntualiza que la “f” de facebook está presente en los medios masivos de comunicación y es utilizado por personas y empresas de cualquier sector con fines publicitarios, lo que torna factible el error del público consumidor sobre los productos ofrecidos.

IV. En primer lugar examinaré la queja del apelante sobre la prescripción de la acción por cese de uso ya que ella condiciona el tratamiento de los restantes agravios (ver fs. 971vta./977).

Me parece importante efectuar un distingo entre las posiciones que asumieron los litigantes. En su escrito inicial Ferrum planteó el cese del uso de su signo “f” como marca (fs. 90vta., causa n° 5392/2011). Sin embargo, Facebook opuso la prescripción vinculada a dos tipos de acciones: la que rige para las designaciones -art. 29 de la 22.362- y la otra aplicable a las marcas -art. 36 de la ley cit.- (fs. 971vta./976 y vta., puntos V.1, V.2 y V.3). Es claro que el contenido de la demanda –que es el elemento dirimente de la naturaleza de la acción- no refleja esa dualidad. En consecuencia, la acción promovida está sujeta al plazo extintivo establecido en el artículo 36 de la ley 22.362.

Dicho artículo dispone: *“El derecho a todo reclamo por vía civil prescribe después de transcurridos tres (3) años de cometida la infracción o después de un (1) año contado desde el día en que el propietario de la marca tuvo conocimiento del hecho”*.

La interpretación racional de la ley no admite la imprescriptibilidad general que propone el apelante –es decir, para todos los supuestos comprendidos en el cese de uso- aun cuando ella





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

ha sido receptada, sin mucha reflexión, por algún autor. En efecto, cuando el texto de la ley es claro no corresponde asignarle un sentido que lo contradiga (doctrina de Fallos: 312:1614,1680; 313:132 y 314:258, entre muchos otros); y esto último ocurriría si se aceptara la imprescriptibilidad de una acción cuyos plazos extintivos están expresamente previstos en la norma.

Por otra parte, el principio en materia civil es que todas las acciones son prescriptibles (arg. artículos 4019 del Código Civil y 2534 del CCyCN; Llambías, Jorge Joaquín, Tratado de derecho civil- Obligaciones- Buenos Aires, Editorial Perrot, tomo 3, n° 2020, página 324). Ello se explica debido a que el tiempo es una condición ineludible de la vida humana que proyecta sus efectos en las relaciones jurídicas. Hay derechos que no pueden surgir sino en determinadas circunstancias temporales; otros que no pueden tener más que una duración preestablecida, sea ésta fijada por la ley o por la voluntad privada; y finalmente están los que no pueden ejercerse más allá de un cierto tiempo (De Ruggiero citado por Llambías en “Obligaciones” ob. cit., pág. 655). Concordemente con esa realidad el instituto de la prescripción encuentra su razón de ser en la conveniencia de liquidar situaciones inestables y mantener la seguridad jurídica (Llambías, J.J. Tratado de derecho civil, Parte General, n° 2100, pág. 656). Las excepciones a ese principio están legalmente definidas y se justifican porque algunas facultades relacionadas con la acción no son independientes de los derechos (v.gr. la negatoria de servidumbre predial en el Código anterior –art. 4019, inc. 4° del C.C.-) o porque existen motivos de orden público (v.gr. las acciones civiles derivadas de delitos de lesa humanidad –art. 2561 del CCyCN-), nada de lo cual se presenta en el *sub lite* en la medida en que la actora no ejerció la acción civil derivada de la comisión de un delito marcario, sino la que concierne a la supuesta similitud confusionista de un registro ya obtenido sin que mediara



oposición de su parte. Considero necesario distinguir esa pretensión de las que están tradicionalmente comprendidas en el cese de uso, tales como la explotación indebida de marcas ajenas, la falsificación, la imitación fraudulenta y la venta de productos o servicios con una marca ilegítimamente aplicada (Bertone, Luis Eduardo - Cabanellas de las Cuevas, Guillermo, Derecho de marcas, Buenos Aires, Heliasta, 2003, tomo 2, pág. 208), en las que hay que ponderar si el acogimiento de la prescripción extintiva no implica convalidar un delito o una práctica reñida con los principios liminares del derecho marcario (Breuer Moreno, Tratado de marcas de fábrica y de comercio, Buenos Aires, Editorial Robis, 1946, págs. 481 y ss.).

Con tal comprensión del asunto, la continuidad en el tiempo del uso indebido de una marca similar a otra no determina la imprescriptibilidad de la acción civil (en todo caso, si se tratara de un delito continuado no es necesario predicar la imprescriptibilidad; bastaría con hacer correr la prescripción desde el momento en que el agente dejó de delinquir –ver Breuer Moreno, ob. cit. pág. 482-).

Volviendo al artículo 36 de la ley 22.362, observo que el demandante no indicó el momento a partir del cual Facebook empezó a utilizar su marca; la única fecha que consignó sobre el tema es el 18 de enero de 2010, que corresponde al día en que Facebook solicitó el registro de “f (ETIQUETA)” aclarando que esa firma estaba haciendo uso del signo en cuestión por sí o a través de terceros, sin mayores precisiones (escrito de demanda fs. 101 y ss). Antes hay otras dos fechas; la del registro de “facebook” (denominativa y mixta) en las clases 9, 35, 36, 38, 41, 42 y 45, esto es, el 17 de marzo de 2009 (fs. 248/272 causa 5392/2011 e informativa de fs. 1666/1673, documental reservada fs. 1674); y la de apertura de la página que Ferrum tiene en “facebook”, que es el 21 de septiembre de 2008. Ambas tienen que ver con la utilización de la “f” por parte de la demandada aunque no se descarta que, inclusive, fuera anterior al





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

pedido de registro. Ese “hecho” (art. 36 *in fine* de la ley 22.362) no podía ser desconocido por la actora; y aunque se tomara el punto de partida más conveniente a ella (18 de enero de 2010) la prescripción anual se había cumplido al tiempo de promover este litigio, me refiero al 5 de agosto de 2011 (fs. 120vta. expte. 5392/2011).

Agrego que la actividad de Facebook como empresa comenzó a tener usuarios antes del 2008, si bien es cierto que solo posee registros de su uso en la República Argentina desde el inicio de ese año. Por lo demás, su lanzamiento mundial fue el 4 de febrero de 2004 (ver pericial informática de fs. 1669 y testifical de fs. 2032/2042).

V. En los siguientes apartados me ocuparé de los agravios de Ferrum que atañen al acogimiento de la demanda de Facebook en los cuatro juicios acumulados por cese de oposición en los cuales la primera de las empresas es demandada.

a. Causa n° 250/2012

Facebook solicitó la inscripción de “**F8**” (denominativa) en las clases 38, limitada a proveer diarios electrónicos y weblogs, y 41, limitada a diarios electrónicos, weblogs y a mostrar contenidos generados por el usuario, coordinar y llevar a cabo conferencias, etcétera.

Ferrum se opuso basándose en su registro de “f (mixta)” en las clases 36, 38 y 41 de acuerdo al diseño y colores que expongo a renglón seguido;



Dos diferencias sustanciales encuentro entre ambas marcas; la primera es el número 8 que diluye la asociación que pueda hacerse entre la letra “f”, y el signo ilustrado con perfiles nítidos en el plano gráfico; la segunda es el carácter mixto de la marca oponente, que contrasta con el meramente denominativo de la que es solicitada



habida cuenta de la explotación continuada de aquella que hizo Ferrum a lo largo de años, lo cual supone su difusión en el mercado de los artículos sanitarios como el emblema visual, representativo de la empresa. Por ende, no advierto que exista el riesgo de confusión que animó a la demandada a formular su oposición.

b. Causa n° 2771/2012

En este proceso el cotejo debe llevarse a cabo entre la marca mixta



pedida por Facebook para las clases: 9, 35, 36, 38, 41, 42 y 45 y la



inscrita en las clases: 9, 35, 36, 38, 41, 42 y 45 por Ferrum (ver el detalle de las actas en el apartado 3 del Considerando I de este voto).

Varias son las circunstancias a considerar.

En primer lugar observo que la demandada afirmó que usa la marca en esas clases porque se dedica a la asistencia, dirección de negocios, investigación comercial, demostración de productos, organización de exposiciones y de ferias con fines publicitarios (35), colectas (36), transmisión de mensajes y tarjetas de felicitación en línea (38), y a actividades relacionadas con la educación (41), la arquitectura, el diseño industrial y las artes gráficas (42); empero, no hay prueba en la causa que corrobore esa circunstancia (art. 377 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación). De cualquier modo, lo importante es que ninguna de esas tareas constituye, según la información institucional que surge de su propio sitio en la red y de la versión que dio en estos litigios, su actividad comercial principal. Esta última atañe al desarrollo, la





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

producción y comercialización de productos sanitarios para el baño, la cocina y el lavadero destinados a satisfacer las necesidades de higiene y salud de los consumidores (<https://www.ferrum.com/contenido.php?contenido=institucional.php#historia>). Consecuencia de ello es que el uso de su signo tiene que ver con esa actividad porque en ella es donde distingue sus productos; por lo tanto los registros en las clases referidas deben considerarse como “marcas de defensa”. En virtud de esa característica corresponde mitigar el rigor de la confrontación respecto de ellas (Sala I, causa n° 4580 “Visa International Association c/ Vispa SRL” del 19/5/87).

En segundo lugar, es necesario ponderar la trayectoria de cada empresa, los productos y servicios que comercializan, el modo en que explotan sus marcas y el grado de conocimiento que el público tiene de cada una, ya que todas esas circunstancias condicionan el cotejo (Fallos: 272: 290; Sala I, causas n° 3779 “Transcargo SRL c/Intercargo SA”, del 26/10/79 272:290; n° 6427/93 del 9/3/94, n° 3367/99 del 3/7/03 y n° 2560/01 del 10/2/05; Sala II, causa n° 9686/00 del 22/6/07, entre otras).

Ferrum es una firma argentina que fue fundada en la localidad de Avellaneda, Provincia de Buenos Aires, en el año 1897. Se constituyó como sociedad comercial en 1911 bajo la denominación “Ferrum Industria Argentina de Metales S.A.” y en 1941 adoptó su actual denominación societaria. En sus inicios, la empresa se dedicó a la fabricación de utensilios de hierro enlozado para cocina. Con el paso del tiempo experimentó un constante crecimiento llegando a ser una de las productoras nacionales de mayor prestigio en el mercado de artefactos sanitarios de cerámica, tableros de fibra de madera, bañeras de acrílico e hidromasaje, entre otros. Aunque afirmó en su responde que empezó a explotar el signo “f” desde el inicio (1897), no hay constancia de ello en autos; por el contrario, si la hay del primer registro obtenido el 25 de abril de 1976 en la clase 3, al que siguieron



otros durante ese mismo año en las clases 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14, 17, 19, 21, 22, 23 y 25 (ver certificados en carpeta azul con carátula transparente, acompañados por Ferrum como documental en el expediente n° 5392/2011 reservada en caja que se tiene a la vista). La “f” también fue inscripta en distintos renglones del nomenclador integrando el conjunto con “FERRUM” (documental cit.); en definitiva está registrado en todas las clases (expediente 5392/11: ver demanda fs. 90/120, copias de fs. 8/45, documental reservada a fs. 121, fs. 1158, 1159, 1631/1637, 1639/1647, 1703, 1787/1820, informativa del INPI de fs. 1666/1673, documental reservada fs. 1674 y fs. 1697/1701 y sitio del INPI <https://www.argentina.gob.ar/inpi/marcas/buscar-e-investigar-marcas>, expediente acumulado n° 2771/2012: prueba pericial contable agregada a fs. 1280/1283, 1660/1663, informe de fs. 1697/1702, expte. 250/2012 fs. 130/140, expte. 4488/2012, informe fs. 353/360).

Por su parte, Facebook es una compañía originaria del Estado de Delaware, Estados Unidos de América, con sede en California que empezó a ofrecer sus servicios en forma global en el año 2004 a través del sitio web www.facebook.com. Como es sabido, configura una red social que permite a los usuarios comunicarse entre sí, hacer amigos, organizar grupos y eventos, compartir sus datos y perfiles personales (estado civil, actividades, fotos, enlaces, videos y otros contenidos, entre muchas otras actividades). Además, posibilita a las empresas y organizaciones de todo tipo establecer su presencia en la red social mediante la creación de una página personal. A partir de su lanzamiento, Facebook se convirtió en una de las marcas más reconocidas en todo el mundo con ochocientos cuarenta y cinco millones de usuarios al momento del peritaje informático; cifra esa que se incrementó significativamente en enero de 2018 al llegar a los dos mil millones de activos mensuales en el mundo, la gran mayoría de ellos fuera de los Estados Unidos (testifical de fs. 2082 y ss). En la





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

República Argentina tiene una cantidad significativa en proporción con el total de habitantes -dieciocho millones de personas la utilizan computando sólo el lapso que concluye en el mes de enero de 2012-. Tiene registrada la marca “Facebook” en 28 países; en nuestro país la tiene inscripta, desde el 17 de marzo de 2009, en las clases 9, 35, 38, 41, 42 y 45 (denominativa) y también como mixta en las clases 9, 35, 36, 38, 41, 42 y 45 (fs. 248/271); sin embargo, utiliza la marca “f” que reproduce desde mucho antes, esto es, a partir de octubre de 2006 aplicándola, principalmente, para identificar la presencia de un grupo o perfil dentro de la red social o resaltar sus propios productos o servicios, como ser el ícono para aplicaciones móviles o el “favicon” para su sitio de internet (expte. 5392/2011: ver contestación de demanda fs. 964/1034, copias de fs. 197/963, documental reservada a fs. 1035, fs. 2032/2040, 2065/2091 informe fs. 2104/2128 y 2138/2139, expte. 2771/2012: informe fs. 1627/1647, expte. 250/2012 fs. 463/464, expte. 4488/2012 informe fs. 825/855, 862/897). La solicitud de registro de “f” (mixta) que es objeto de análisis fue presentada por Facebook el 18 de enero de 2010, coincidentemente con pedidos formulados en treinta y un países durante ese año (ver documental actora, Anexo 11 fs. 254/285, en particular fs. 264/276). La marca ya estaba registrada antes en Estados Unidos de América (documental cit.). La evolución del uso del conjunto Facebook y, en particular, de la “f” como logo identificativo de la red social fue objeto de la aclaración de la perito computadora científica, Diana Nelly Otero (ver dictamen fs. 1627/1648 y aclaraciones de fs. 1668/1670 y vta.).

Los datos consignados en los dos párrafos anteriores permiten apreciar una sustancial diferencia entre la actividad de las empresas que se proyecta en mercados y ámbitos geográficos claramente distintos (sanitarios para Ferrum dentro del territorio nacional, servicios de red social para Facebook a nivel mundial).



Correlativa de esa diferencia es el modo en que cada firma utiliza sus marcas. Facebook lo hace, casi por completo, en la red; las personas que acuden a su sitio son los primeros destinatarios de ese uso, además, se encuentra el empleo de la “f” por parte de los usuarios registrados de Facebook quienes al individualizarse en la misma aplicación informan que tienen cuenta en la corporación. Complemento de ello es la utilización comercial que hacen algunos titulares de cuenta en la publicidad gráfica y televisiva de sus empresas en las que emplean sólo la “f” de Facebook. En cuanto a Ferrum, el uso de la “f” se materializa en su documentación comercial, en el “packaging” de sus productos y en la publicidad gráfica.

Hago un alto en la reseña de las diferencias para agregar una más: Facebook es marca notoria en el plano mundial, mientras que Ferrum no lo es, sin perjuicio del prestigio que tiene en el rubro de los sanitarios. En efecto, el incremento de usuarios de Facebook a nivel global es un dato de la realidad que, por lo demás, fue corroborado en autos. La gran cantidad de países que cubre la red sumada a las nuevas formas de relación humana a través de la virtualidad permiten compararla con un servicio de comunicación alternativo en la escala señalada. En consecuencia, es aplicable a su respecto el artículo 6 bis del Convenio de París que extiende a los servicios la protección establecida para las marcas notorias (art. 16.2 del Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech y del Acta Final Ronda Uruguay- aprobado por la ley 24.425 “ADPIC”). Una notoriedad de esas características implica la inmediata asociación de la marca con las prestaciones que la corporación ofrece al público (Otamendi, J. “Derecho de marcas, Buenos Aires, Abeledo Perrot, 9na edición actualizada y ampliada, pág. 447 y ss); expresado de otro modo, el poder distintivo de sus signos está directamente relacionado con esa notoriedad; y la utilización de la “f” en el extranjero tiene incidencia





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

jurídica en este caso (esta Sala, causas n° 3375/00 del 15/7/03 y n° 2756/99 del 28/8/03).

En lo que atañe a la “f” de la oponente, está inescindiblemente unida al prestigio de la marca Ferrum, que le permite diferenciarse de aproximaciones mucho más nítidas que las que aquí se examinan, como es el caso de la marca mixta de sanitarios “FV” que ha coexistido en ese mercado por años sin suscitar ningún reparo por parte de Ferrum (ver documental anexo 29, fs. 816/819); la misma tolerancia observó frente a numerosos registros de la “f”, tanto en minúscula como en mayúscula, en distintas clases (ver anexo 19, fs. 463/527). Ello, sumado a las circunstancias adjetivas que condicionan el cotejo –en particular el contraste existente entre los productos ofrecidos y el uso de las respectivas marcas-, desvirtúan la oposición que es objeto de este proceso.

En el recurso de Ferrum no se aportan argumentos que pongan en crisis el fallo de primera instancia ya que la apelante se apoya en una comparación abstracta de las marcas pasando por alto que en este tipo de litigios lo relevante es la demostración del peligro real de confusión. No se trata, es preciso reiterarlo una vez más, de declaraciones puramente teóricas que prescindan de lo que en realidad sucede efectivamente cuando los signos son explotados (sala II, causas n° 2109 “Henkel Komandigesellschaft Auf Aktien c/ Arte gráfico Ed. Arg.” del 8/7/83 y n° 1243 “L. Lemonier y Cía. SRL c/ Pisera, Juan” del 4/4/72). Los conflictos marcarios están tan estrechamente ligados a la vida de la industria, el comercio y el desarrollo de ciertas actividades civiles, que deben ser resueltos con criterio realista, esto es, atendiendo a los reales intereses en juego de ambas partes y del consumidor (Sala II, causa n° 2231/03 del 30/5/06).

En síntesis, no advierto que el público –que por lo general es normal, lúcido y con moderada desconfianza (Sala II,



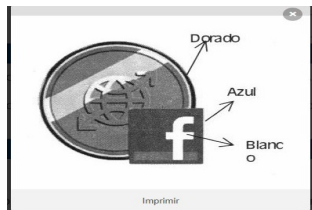
causas n° 1997 “M. y T. Chemical Inc. c/Arlistán S.A.” del 11/5/73 y n° 3118 “Textiles Tala S.A. c/Sudamtex S.A. Textil Sudamericana” del 16/12/74)- pueda incurrir en confusión creyendo que la



corresponde a la empresa de sanitarios Ferrum. A falta de prueba sobre el peligro de confusión, observo que la única situación en que los signos de ambas empresas podrían coincidir es la publicidad que haga Ferrum de sus propios productos con la indicación de su página de Facebook.

c. Causa n° 4488/2012

En esta causa en cotejo debe llevarse a cabo entre:



solicitada por Facebook en las clases ya indicadas y:



propiedad de Ferrum.

Por los fundamentos dados en el apartado anterior corresponde confirmar la decisión del juez de grado, máxime teniendo en cuenta que existen diferencias gráficas en el conjunto de la peticionaria que acentúan todavía más las diferencias.

d. Causa n° 2914/2012.

En este proceso la comparación debe llevarse a cabo entre los signos indicados en el apartado anterior, pero solicitados en distintas clases por la actora.

También aquí cabe confirmar el fallo sobre la base de los argumentos expuestos.





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

Por ello, juzgo que la sentencia debe ser confirmada en todo lo que ha sido materia de agravios, con costas a la demandada (artículo 68, primer párrafo, del Código Procesal).

Así voto.

Los señores jueces **Fernando A. Uriarte** y **Ricardo Gustavo Recondo**, por análogos fundamentos adhieren al voto precedente. Con lo que terminó el acto, de lo que doy fe.

Verónica Heilbron

Secretaria de Cámara

Buenos Aires, 17 de mayo de 2022.

Y VISTO: lo deliberado y las conclusiones a las que se arriba en el Acuerdo precedente, el Tribunal **RESUELVE:** confirmar la sentencia apelada en todo lo que ha sido materia de agravios, con costas a la demandada (artículo 68, primer párrafo, del Código Procesal).

Las apelaciones deducidas contra las regulaciones de honorarios fijados en la sentencia de primera instancia (fs. 2214/2236), a saber: **1°** del doctor Diego Alfredo Mayol a fs. 2239; **2°** del doctor Pablo Andrés Palazzi a fs. 2240; **3°** de la doctora Lucila González Breard a fs. 2244; **4°** del doctor David Gurfinkel a fs. 2245; **5°** del doctor Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado, todos ellos por considerarlos bajos; y, **6°** de Ferrum S.A. de cerámica y metalúrgica, por estimarlos elevados a fs. 2239.

I. Los señores jueces Guillermo Alberto Antelo y Ricardo Gustavo Recondo, dicen:

En primer término, cabe señalar que una parte de los trabajos de los profesionales intervinientes en la causa se llevaron a cabo durante la vigencia de la anterior ley de honorarios (Ley 21.839). Por ende, corresponde distinguir aquellos que se ven alcanzados por



dicho régimen legal de las tareas posteriores, regidas por la nueva Ley de Honorarios profesionales de Abogados Procuradores y Auxiliares de la Justicia Nacional y Federal n° 27.423, B.O. 22/12/2017. La fecha de corte es el 30/12/2017 (entrada en vigor de la nueva ley) art. 5 del CCyCN (conf. esta Sala causas n°5159/2014 del 29/11/19, n°3718/1999 del 17/2/20; Sala I, causa n° 2423/2011 del 16/3/20, entre otras).

Teniendo en cuenta el mérito, la eficacia y extensión de los trabajos realizados, las etapas cumplidas, el carácter invocado y la base regulatoria tomada por el Tribunal en este tipo de juicios (ver causas “Valydar n° 7288/03 del 20/05/2010 y “Nova” n° 5794/11 del 31/10/2017), se elevan los honorarios de la siguiente manera:

a- bajo la vigencia de la ley 21.839:

- de la dirección letrada y representación de la demandada, doctores Pablo Andrés Palazzi, David Gurfinkel y Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a \$ 147.000; \$ 78.100 y \$ 147.000, respectivamente.

- del letrado y apoderado de la parte actora, doctor Diego Alfredo Mayol a la suma de \$ 280.000 (arts. 6, 7, 9, 37 y 38 de la ley 21.839).

b- bajo la vigencia de la ley 27.423:

- a los doctores Pablo Andrés Palazzi y Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a 42 UMAS y 7 UMAS –equivalentes a \$ 312.438 y \$ 52.073-, respectivamente.

-al doctor Diego Alfredo Mayol a 38 UMAS – equivalentes a \$ 282.682- (arts. 16, 20, 21, 29 y 51 de la ley 27.423 y Ac. 4/22 CSJN).

Se confirma lo establecido respecto a la doctora Lucila González Breard.

En atención a las cuestiones que fueron sometidas a estudio de la experta designada en autos a la calidad y extensión de su





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

dictamen, se confirman los honorarios regulados al perito en informática Cristian Eduardo Verazza.

Teniendo en cuenta el decreto 1467/2011 y la escala establecida en el decreto 2536/2015, se confirman los honorarios de la mediadora doctora Silvina Fedrizzi.

Por las tareas desarrolladas en esta Alzada y de acuerdo al resultado obtenido, se fijan los honorarios de los doctores Diego Alfredo Mayol y Pablo Andrés Palazzi en 23 UMAS –equivalentes a \$ 171.097- y 30 UMAS –equivalentes a \$ 223.170- (art. 30 de la ley 27.423 Ac. 4/22).

Expediente n° 250/2012:

Las apelaciones deducidas contra las regulaciones de honorarios fijados en la sentencia de primera instancia (fs. 697/719), a saber: 1°) del perito en informática Mario Mantaoni a fs. 722; 2°) del doctor Diego Alfredo Mayol a fs. 726; 3°) del doctor Pablo A. Palazzi a fs. 728/732; 4°) de la doctora Lucila González Breard a fs. 734; 5°) del doctor Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a fs. 736, todos ellos por bajos; y, 6°) de Ferrum S.A. de cerámica y metalúrgica, por estimarlos elevados a fs. 724.

Teniendo en cuenta las mismas pautas establecidas en la regulación precedente, en lo pertinente, se elevan los emolumentos de la siguiente manera:

-bajo la vigencia de la ley 21.839:

- a la dirección letrada y representación de la parte actora, doctor Pablo Andrés Palazzi; Mario Luciano Pedro Rizzo Jurado y Lucila González Breard a las sumas de \$ 174.000; \$ 99.000 y \$ 62.000, respectivamente.

- al letrado y apoderado de la demandada, doctor Diego Alfredo Mayol a 38 UMAS –equivalentes a \$ 282.682- (arts. 6, 7, 9, 37 y 38 de la ley 21.839).



Y, se confirman los regulados al doctor Alejandro Daniel Barrientos, desde que solo fue apelado por elevados, imponiéndole un límite a la jurisdicción de esta Alzada.

-bajo la vigencia de la ley 27.423:

- al doctor Pablo Andrés Palazzi a 50 UMAS – equivalentes a \$ 371.950-

- al doctor Diego Alfredo Mayol a 38 UMAS – equivalentes a \$ 282.682- (arts. 16, 20, 21, 29 y 51 de la ley 27.423 y Ac. 4/22 CSJN).

En atención a las cuestiones que fueron sometidas a estudio de la experta designada en autos a la calidad y extensión de su dictamen, se elevan los honorarios regulados a la perito en informática Mario Mantaoni a \$15.000 y se confirman los regulados a la perito Celia Miriam Aquino, por la aceptación del cargo.

Teniendo en cuenta el decreto 1467/2011 y la escala establecida en el decreto 2536/2015, se confirman los honorarios de la mediadora doctora Margarita Mercedes Horane.

Por las tareas desarrolladas en esta Alzada y de acuerdo al resultado obtenido, se fijan los honorarios de los doctores Diego Alfredo Mayol y Pablo Andrés Palazzi en 23 UMAS –equivalentes a \$ 171.097- y 30 UMAS –equivalentes a \$ 223.170- (art. 30 de la ley 27.423 Ac. 4/22).

Expediente n° 4488/2012

Las apelaciones deducidas contra las regulaciones de honorarios fijados en la sentencia de primera instancia (fs. 431/453), a saber: 1°) del doctor Diego Alfredo Mayol a fs. 457; 2°) del doctor Pablo A. Palazzi a fs. 458/461; 3°) de la doctora Lucila González Breard a fs. 462; 4°) del doctor Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a fs. 463, todos ellos por bajos; y, 5°) de Ferrum S.A. de cerámica y metalúrgica, por estimarlos elevados a fs. 456.





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

Teniendo en cuenta las mismas pautas establecidas en la regulación precedente, en lo pertinente, se elevan los emolumentos de la siguiente manera:

-bajo la vigencia de la ley 21.839:

- de la dirección letrada y representación de la demandada, doctores Pablo Andrés Palazzi, Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado y Lucila González Breard a \$ 152.000; \$ 152.000 y \$ 69.200, respectivamente.

- del letrado y apoderado de la parte actora, doctor Diego Alfredo Mayol a la suma de \$ 189.600 (arts. 6, 7, 9, 37 y 38 de la ley 21.839).

Teniendo en cuenta el decreto 1467/2011 y la escala establecida en el decreto 2536/2015, se confirman los honorarios de la mediadora doctora Margarita Mercedes Horane.

b- bajo la vigencia de la ley 27.423:

- a los doctores Pablo Andrés Palazzi y Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a 46 UMAS y 4 UMAS –equivalentes a \$ 342.194 y \$ 29.766-, respectivamente.

-al doctor Diego Alfredo Mayol a 38 UMAS – equivalentes a \$ 282.682- (arts. 16, 20, 21, 29 y 51 de la ley 27.423 y Ac. 4/22 CSJN).

Teniendo en cuenta el decreto 1467/2011 y la escala establecida en el decreto 2536/2015, se confirman los honorarios de la mediadora doctora Margarita Mercedes Horane.

Por las tareas desarrolladas en esta Alzada y de acuerdo al resultado obtenido, se fijan los honorarios de los doctores Diego Alfredo Mayol y Pablo Andrés Palazzi en 23 UMAS –equivalentes a \$ 171.097- y 30 UMAS –equivalentes a \$ 223.170- (art. 30 de la ley 27.423 Ac. 4/22).

Expediente n° 2914/2012



Las apelaciones deducidas contra las regulaciones de honorarios fijados en la sentencia de primera instancia (fs.1197/1219), a saber: 1°) del doctor Diego Alfredo Mayol a fs. 1223; 2°) del doctor Pablo A. Palazzi a fs. 1225/1228; 3°) de la doctora Lucila González Breard a fs. 1230; 4°) de la doctora Mercedes Elaskar a fs. 1231; 5°) del doctor Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a fs. 1232, todos ellos por bajos; y, 5°) de Ferrum S.A. de cerámica y metalúrgica, por estimarlos elevados a fs. 1222.

Teniendo en cuenta las mismas pautas establecidas en la regulación precedente, en lo pertinente, se elevan los emolumentos de la siguiente manera:

-bajo la vigencia de la ley 21.839:

- de la dirección letrada y representación de la demandada, doctores Pablo Andrés Palazzi, Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado y Lucila González Breard a \$ 152.000; \$ 152.000 y \$ 69.200, respectivamente.

- del letrado y apoderado de la parte actora, doctor Diego Alfredo Mayol a la suma de \$ 189.600 (arts. 6, 7, 9, 37 y 38 de la ley 21.839).

b- bajo la vigencia de la ley 27.423:

- a los doctores Pablo Andrés Palazzi a 46 UMAS, Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a 4 UMAS y Mercedes Elaskar a 1,5 UMAS UMAS –equivalentes a \$ 342.194; \$ 29.766 y \$ 11.158,5, respectivamente-.

-al doctor Diego Alfredo Mayol a 38 UMAS – equivalentes a \$ 282.682- (arts. 16, 20, 21, 29 y 51 de la ley 27.423 y Ac. 4/22 CSJN).

En atención a las cuestiones sometidas a estudio del experto designado en autos a la calidad y extensión de su dictamen, se confirman los honorarios regulados al perito en informática Esteban Pizzini.





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

Teniendo en cuenta el decreto 1467/2011 y la escala establecida en el decreto 2536/2015, se confirman los honorarios de la mediadora doctora Margarita Mercedes Horane.

Por las tareas desarrolladas en esta Alzada y de acuerdo al resultado obtenido, se fijan los honorarios de los doctores Diego Alfredo Mayol y Pablo Andrés Palazzi en 23 UMAS –equivalentes a \$ 171.097- y 30 UMAS –equivalentes a \$ 223.170- (art. 30 de la ley 27.423 Ac. 4/22).

Expediente n° 2771/2012

Las apelaciones deducidas contra las regulaciones de honorarios fijados en la sentencia de primera instancia (fs.1796/1818), a saber: 1°) del doctor Diego Alfredo Mayol a fs. 1821; 2°) del doctor Pablo A. Palazzi a fs. 1825/1828; 3°) de la doctora Lucila González Breard a fs. 1830; 4°) del doctor David Gurfinkel a fs. 1832; 5°) del doctor Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado a fs. 1834, todos ellos por bajos; y, 5°) de Ferrum S.A. de cerámica y metalúrgica, por estimarlos elevados a fs. 1823.

Teniendo en cuenta las mismas pautas establecidas en la regulación precedente, en lo pertinente, se resuelven de la siguiente manera:

-bajo la vigencia de la ley 21.839:

- se elevan los regulados a la dirección letrada y representación de la demandada, doctores Pablo Andrés Palazzi, Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado y Lucila González Breard a \$ 162.000; \$ 162.000 y \$ 46.000, respectivamente.

- al letrado y apoderado de la parte actora, doctor Diego Alfredo Mayol a la suma de \$ 280.000

Y, se confirman los honorarios regulados a)l doctor Santiago Alberto Peña (arts. 6, 7, 9, 37 y 38 de la ley 21.839).

b- bajo la vigencia de la ley 27.423:



- Se confirman los establecidos a los doctores Pablo Andrés Palazzi y Marco Luciano Pedro Rizzo Jurado.

- y al doctor Diego Alfredo Mayol (arts. 16, 20, 21, 29 y 51 de la ley 27.423 y Ac. 4/22 CSJN).

En atención a las cuestiones que fueron sometidas a estudio de los expertos designados en autos a la calidad y extensión de sus dictámenes, se confirman los honorarios regulados a los peritos en informática Diana Nelly Otero, contador Leonardo Daniel Propato y los del consultor técnico Salvador Miceli.

Teniendo en cuenta el decreto 1467/2011 y la escala establecida en el decreto 2536/2015, se confirman los honorarios de la mediadora doctora Margarita Mercedes Horane.

Por las tareas desarrolladas en esta Alzada y de acuerdo al resultado obtenido, se fijan los honorarios de los doctores Diego Alfredo Mayol y Pablo Andrés Palazzi en 23 UMAS –equivalentes a \$ 171.097- y 30 UMAS –equivalentes a \$ 223.170- (art. 30 de la ley 27.423 Ac. 4/22).

II. El doctor Fernando A. Uriarte, dice:

Dejo a salvo mi opinión expuesta en los procesos tramitados en la Sala I en lo que respecta a la regulación de honorarios en las causas marcarias (ver causas n° 4806/2014 del 03/11/2020, n° 6715/2015 del 04/02/2021 y n° 4211/09 del 04/03/2021, entre otras).

Regístrese, notifíquese, publíquese y devuélvase.

Guillermo Alberto Antelo

Ricardo Gustavo Recondo

Fernando A. Uriarte





Poder Judicial de la Nación

CAMARA CIVIL Y COMERCIAL FEDERAL- SALA III

Fecha de firma: 17/05/2022

Firmado por: GUILLERMO ALBERTO ANTELO, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: RICARDO GUSTAVO RECONDO, JUEZ DE CAMARA

Firmado por: VERONICA HEILBRON, SECRETARIA DE CAMARA

Firmado por: FERNANDO ALCIDES URIARTE, JUEZ DE CAMARA



#16117860#325037862#20220517115301152