



Poder Judicial de la Nación
Camara Nacional de Apelaciones en lo Comercial

8540 / 2026 / 1

ABUGAR EXCLUSIVE S.A. c/ MERCADO PAGO SERVICIOS DE PROCESAMIENTO S.R.L. s/ORDINARIO s/INCIDENTE ART 250

Buenos Aires, 06 de julio de 2026.

Y VISTOS:

1) Fueron elevadas las presentes actuaciones para resolver el recurso de apelación interpuesto por la actora contra la resolución copiada a [fd. 19/22](#), en lo que refiere al rechazo del beneficio de justicia gratuita previsto en el art. 53 de la LDC.

Los fundamentos del recurso obran digitalizados a [fd. 31/34](#).

En el dictamen que antecede, fue oída la Sra. Fiscal General, quien dictaminó en el sentido de confirmar el fallo impugnado.

2) La recurrente alegó en el memorial que en la instancia de grado se habría efectuado una interpretación restrictiva del concepto de consumidor, excluyendo a las personas jurídicas y a los servicios utilizados en el marco de la actividad cuando no se actúa como proveedor.

Afirmó que la plataforma utilizada de *Mercado Pago* constituye un servicio financiero meramente instrumental, ajeno al proceso productivo y que la juez de grado habría omitido distinguir entre insumo productivo y servicio accesorio, correspondiendo este último al caso.

Finalmente, sostuvo que debió aplicarse el principio pro consumidor y el criterio amplio del plenario “*Hambo*”, evitando restricciones anticipadas que comprometen el acceso a la justicia y la tutela judicial efectiva en una etapa preliminar del proceso.

3) De las constancias obrantes en el expediente surge que la actora, *Abugar Exclusive SA*, promovió acción ordinaria contra *Mercado Libre SRL*, reclamando la restitución de cierta suma de dinero y una indemnización por daños y perjuicios.



Alegó haber sido víctima de un ciberataque mediante el cual le sustrajeron el importe de \$19.750.000 de la cuenta de su titularidad registrada en *Mercado Pago*.

En función de dichos hechos, la actora solicitó la restitución del monto sustraído, así como la reparación por daño moral y daño punitivo, ascendiendo su pretensión a un total de \$ 35.750.000.

Asimismo, requirió la concesión del beneficio de gratuidad, conforme los alcances establecidos en el plenario “*Hambo*” (véase demanda [fd. 2/16](#)).

Por último, en la presentación glosada a [fd. 18](#) y en atención al requerimiento formulado por la Sra. Jueza de grado, la actora informó que utiliza los servicios de la plataforma de la demandada *para recibir pagos de sus clientes, abonar a sus proveedores y gestionar otros servicios y cuentas vinculados a su operatoria comercial*.

4) Pues bien, la LDC considera “*consumidores*” a las personas físicas o jurídicas que contratan a título oneroso para su consumo final o beneficio propio o de su grupo familiar o social, la prestación de servicios -entre otros supuestos contemplados en el art. 1º incisos a) y c)-.

Se ha dicho que no se advierten pues, razones que hagan prevalecer un criterio protector solo restringido a los consumidores cuando éstos sean personas físicas, dado que lo que legitima y constituye el supuesto de hecho de la legislación protectoria, es la noción de vulnerabilidad del consumidor, o sea su posición de debilidad estructural en el mercado, independientemente de la forma que asuma la persona, sujeto de la relación de o su profesionalidad. La protección se otorga, con miras a determinada posición dentro de los términos de la contratación, y no en función de la calidad o identidad de las personas a la cual le toca asumir ese rol (Lorenzetti, Ricardo Luis. “*Consumidores*”, p. 35 y sgtes.; Uzal María Elsa, “*Derecho Internacional Privado*”, p. 536).

A su vez, se considera que el concepto de relación de consumo incorporado por el art. 42 CN amplía el ámbito de protección, el cual excede el vínculo contractual en sentido estricto pudiendo incluso, llegar a incluir actos jurídicos unilaterales, hechos jurídicos, prácticas comerciales previas al contrato, hechos ilícitos o declaraciones unilaterales de voluntad (véase, en este sentido, Lorenzetti, op.cit., pág. 78).



Stiglitz ha calificado el contrato de consumo como el celebrado a título oneroso, entre un consumidor final -personal física o jurídica-, con una persona física o jurídica, pública o privada que, actuando profesional u ocasionalmente, en calidad de productora, importadora o distribuidora, comercialice bienes o preste servicios y tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los mismos por parte del primero, para uso privado, familiar o social. *Wajntraub*, por su parte, lo define como todo aquél que se celebre entre un proveedor de bienes o de servicios profesionales y un adquirente a título oneroso que contrate para destinar dichos bienes o servicios para su consumo final, o su grupo familiar o social, siendo indistinta su concreción o no, mediante condiciones generales (véase: Uzal María Elsa. ob. cit., p. 538).

Síguese de ello que, para considerar como consumidores a las personas jurídicas, éstas deben actuar fuera del ámbito de su actividad profesional y que, en el caso de una empresa, como es la actora, supone obrar fuera de su objeto social o giro comercial específico (CNCom., Sala D, 16.07.2019, “*Phyn SA c/ Microsoft SA y Otros s/ Ordinario*”).

Expuestos sucintamente los mencionados conceptos básicos y con respecto al supuesto *sub examine*, entiende esta Sala, en primer lugar, que el objeto de autos no se encuentra específicamente o, al menos, exclusivamente, regido por la LDC, como norma de fondo sobre la cual habrá de decidirse la cuestión, aun cuando pudieren resultar, eventualmente, aplicables ciertos principios que hagan a la defensa del derecho de la actora, como consumidor, respecto de alguna cuestión puntual.

Es indiscutible que el reclamo se origina en el alegado ilícito vinculado a la cuenta provista por la demandada, utilizada de manera exclusiva para el desarrollo de la actividad comercial de la accionante *para recibir pagos de sus clientes, abonar a sus proveedores y gestionar otros servicios y cuentas vinculados a su operatoria comercial*, según lo explicado por la actora en [fd. 18](#). Ello demuestra que la sociedad empleaba los servicios de la demandada como parte de su operatoria comercial.

De ello se sigue que el objeto de este proceso se encuentra inmerso en la *actividad comercial de la accionante*, lo que impediría otorgarle el carácter de consumidora a los fines de otorgarle el beneficio pretendido. Ello, más allá de que en alguna cuestión, que en definitiva deba de ser evaluada por la Sra. Juez de grado al momento de sentenciar, con un enfoque más amplio.



Bajo tales premisas entonces, no cabe considerar que la acción promovida se encuentre bajo la protección de “*gratuidad*” contemplada por la LDC -art. 53- (véase en este sentido, esta CNCom., esta Sala A, 23.03.2009, “*Porcio Ángel Osvaldo c/ Caja de Seguros S.A. s/Ordinario*”; íd., íd., 25.03.2009, “*Dreon Marcelo c. Banco Supervielle SA s. ordinario*”; íd., íd., 30.06.2009, “*Mesilla Roque Ángel c. Equity Trust Company (Argentina) SA y Otro s. inc. de apelación*”; íd., íd., 08.05.2013, “*Manassero Iván Eugenio c/ Moria Resto Y + Y s/ Ordinario*”; íd., íd., 30.06.2020, “*Sirion SA c/ Prosegur Activa Argentina SA s/ ordinario*”).

5) Por todo ello, esta Sala RESUELVE:

Rechazar el recurso de apelación interpuesto por la actora contra lo decidido en la resolución copiada a [fd. 19/22](#).

Sin costas atento la inexistencia de contradictor (arts. 68 y 69 CPCCN).

Solo intervienen los firmantes por hallarse vacante el restante cargo de Juez de esta Sala (art. 109, Reglamento para la Justicia Nacional).

Notifíquese a la Sra. Fiscal General y a la actora. Oportunamente, devuélvase al juzgado de origen.

A fin de cumplir con la publicidad prevista por el art. 1 de la ley 25.865, según el Punto I.3 del Protocolo anexo a la Acordada 24/13 CSJN, hágase saber a las partes que la publicidad de la sentencia dada en autos se efectuará mediante la pertinente notificación al CIJ.

HECTOR OSVALDO CHOMER

ALFREDO A. KÖLLIKER FRERS

VALERIA C. PEREYRA

Prosecretaria de Cámara

