

Mercados financieros y bursátiles como mercados de consumo. Protección de los usuarios y consumidores financieros

POR MAURO F. LETURIA(*) Y ADRIÁN E. GOCHICOA(**)

Sumario: I. Introducción.- II. Consideraciones conceptuales.- III. Mercados financieros como mercado de consumo.- IV. Mercados de valores o bursátil como mercado de consumo.- V. Bibliografía.

Resumen: el presente artículo tiene como finalidad el análisis conceptual de los denominados mercados financieros y bursátiles como mercados de consumo, principalmente a la luz del análisis de los conceptos de relación de consumo, proveedores, consumidor y usuarios. Trabajándose la temática de la duplicación de deuda del usuario financiero en virtud del libramiento de pagarés como garantía personal de las operaciones financieras y de crédito para consumo en el caso de los mercados financieros y la caracterización del consumidor financiero en el caso de

(*) Procurador, abogado y escribano. Esp. en Docencia Universitaria. Doctorando de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Realizó estudios de posgrado sobre Derechos de Autor, Universidad Complutense de Madrid. Prof. Derecho Civil III, Introducción al Pensamiento Científico y Derecho Marítimo y Aeronáutico y Prof. de Posgrado de la Especialización en Documentación y Registración Inmobiliaria, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata (UNLP). Prof. Titular Prácticas Profesionales II y Derecho de la Navegación, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, Universidad Católica de La Plata (UCALP). Prof. Derecho Penal I parte general y Derecho Marítimo y Aeronáutico, Facultad de Derecho, Universidad del Este. Prof. de Metodología de la Investigación, Facultad de Diseño y Comunicación, Universidad del Este. Docente invitado en la Universidad Complutense de Madrid. Prof. de posgrado de la Universidad Austral. Secretario de Extensión y de Investigación, Facultad de Derecho, Universidad del Este.

(**) Abogado. Auxiliar Docente Contratos Modernos, Tecnicatura de Martillero y Corredor, Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Universidad Nacional de La Plata (UNLP).

los mercados de valores o bursátiles. Dicho análisis se realiza abarcando el estudio de la normativa vigente, como de la doctrina existente y la jurisprudencia reciente al respecto.

Palabras claves: mercado - consumo - financiero - bursátil - pagaré

Financial and stock markets as consumption markets. Protection of users and financial consumers

Abstract: *the purpose of this article is the conceptual analysis of the so-called financial and stock markets as consumer markets, mainly in light of the analysis of the concepts of relationship of consumption, suppliers, consumers and users. Working on the issue of doubling the debt of the financial user by virtue of the payment of debts as a personal guarantee of financial operations and consumer credit in the case of financial markets, and the characterization of the financial consumer in the case of financial markets. securities or stock markets. Said analysis is carried out encompassing the study of current regulations, such as existing doctrine and recent jurisprudence in this regard.*

Keywords: *market - consumption - financial - stock market - promissory note*

I. Introducción

El régimen jurídico de defensa del consumidor y usuario se aplica a los denominados “mercado de bienes y servicios”, al “mercado financiero” y al “mercado de valores”, en tanto se desarrolle en ellos una relación jurídica de consumo. Esta afirmación sencilla implica la concurrencia de al menos tres dimensiones: la económica, la sociológica y la jurídica.

Desde una visión económica, la noción de “mercado” se refiere a la concurrencia de la oferta y la demanda de bienes y servicios (al menos en cuanto modelo teórico) y la correspondiente formación de precios de los mismos. Esa concurrencia de la oferta y demanda de productos (bienes y servicios) implica la asignación y reasignación de los mismos sobre la base de la voluntad de los agentes que intervienen de acuerdo al valor (real o virtual) de esos bienes y servicios. El mercado, como modelo teórico clásico, permite analizar el comportamiento de los agentes económicos que concurren en el y se representan en la oferta y la demanda de bienes, suponiendo la igualdad y libertad de los mismos como su pluralidad. Fuera de lo exclusivamente teórico, como consecuencia de un proceso histórico identificado con la revolución industrial y la producción en masa de bienes, la oferta de los mismos se masifica en su concurrencia en el mercado (en el modelo capitalista el aumento de la productividad encuentra sustento, entre otros factores, en la idea de revolución tecnológica), lo que generaría la necesidad (y la necesidad de crear)

de una demanda de esos bienes y productos también masificada y la consecuente irrupción del consumidor y/o usuario para lograr ese equilibrio teóricamente supuesto.

Así, se puede hablar de un “mercado del consumo” en la medida de que quienes demanden productos y/o servicios los “consuman” o “usen” como destinatario final, esto es, sin incorporar dichos bienes y servicios a un proceso de producción de otros bienes y/o servicios. Esta finalidad es la que permite calificarlos en consumidores y usuarios, y distinguir el mercado de consumo del mercado de bienes de capital.

Por otro lado, desde una visión sociológica, el intercambio de bienes y servicios y el consumo de los mismos se constituye en un elemento sociabilizador, en cuanto justifica la formación de las primeras comunidades modernas fuera de todo fundamento familiar o de parentesco. Dentro de las comunidades coexisten diferentes relaciones sociales, como las referidas a la producción de bienes de servicios, relaciones sociales laborales, relaciones sociales de consumo de esos bienes y servicios, como así también las referidas al desarrollo y aplicación de la tecnología, tanto a la producción de bienes y servicios como a la vida cotidiana. La centralidad que toman o que se les da en un determinado momento histórico a las mismas permite hablar de una sociedad industrial, sociedad asalariada, sociedad de consumo y, modernamente, sociedad de redes (Castel, 2010; Castells, 2000). Lo que caracteriza a las relaciones sociales de consumo es la desigualdad estructural que se presenta en las mismas, en cuanto quien es parte y/o se encuentra expuesto a una relación de consumo es la parte débil de dicha relación. Lo que caracteriza principalmente a la sociedad de consumo es que lo principal es consumir (en todas las acepciones de dicha palabra), de tal manera que la sociedad en sí se estructura y organiza en base al consumo de bienes y servicios. Las necesidades y sus satisfacciones, el estatus social y hasta la realización personal están vinculados hoy al consumo (Bauman, 2000).

En el plano jurídico, los aspectos económicos y sociales justifican la configuración de una estructura formal que contenga ese fenómeno: el derecho del consumo y/o usuarios. La producción en masa de bienes y servicios, como la necesidad de un consumo también en masa para sostener y justificar esa oferta, dio lugar principalmente a nuevas formas de relacionarse, las cuales jurídicamente se manifestaron en nuevas formas de contratación mediante los denominados contratos de adhesión o por cláusulas predispuestas. Así también la competencia entre los oferentes de productos y/o servicios —o la falta de ella— dio lugar a un mayor dominio de estos en el “mercado”, lo que se tradujo en un debilitamiento de los que consumen esos bienes y servicios, quienes, inmersos en una sociedad donde consumir es casi la *ultima ratio* tienen escaso o nulo poder de negociación, igualdad y

libertad al momento de consumir. Desde este plano, la relación jurídica de consumo se configura normativamente para la protección de la parte débil y vulnerable de la misma, es decir, del consumidor y/o usuario. Los ejes de esa estructura son la relación de consumo, el acto de consumo y el consumidor y/o usuario, los cuales, sobre la base de principios de índole protectorios, se proyectan tanto en el ámbito contractual como extracontractual, en el derecho privado y en el público.

Ahora bien, los mercados de bienes y servicios conviven y se retroalimentan con los mercados financieros en general, como también con el mercado bursátil o de valores, pudiendo constituir un mercado de consumo tanto por separado como en conjunto. Así, cuando los bienes y servicios son “consumidos” como destinatarios final mediante el financiamiento de la adquisición y/o utilización de los mismos, por ejemplo, mediante créditos personales o el aplazamiento del pago del crédito (mercado financiero monetario o de crédito), como cuando ciertos productos bursátiles o derechos crediticios son bienes en sí de consumo, como, por ejemplo, fondos comunes de inversión, títulos públicos, acciones, obligaciones o valores negociables en general entre otras (mercado de valores). De tal manera que no solo se forman para el incentivo directo de la producción de bienes y servicios, sino que el crédito también se constituye en uno de los motores del consumo. El ahorro de las personas como promesa de un consumo futuro cede frente al financiamiento de un consumo actual, del aquí y ahora, como así también a productos bursátiles que antes restringidos para empresas hoy se ofrecen al público en forma indeterminada.

Es en esa conceptualización como mercados de consumo donde aparecen las denominadas operaciones financieras para consumo y las operaciones de crédito para el consumo que en la ley 24.240 se regulan, como así también se plantea la posibilidad de que los mercados de valores pueden ser conceptualizados como mercados de consumo, bajo la denominada figura del “consumidor financiero” y la consecuente aplicación de la ley 24.240.

II. Consideraciones conceptuales

En lo preliminar, debe señalarse que la ley 24.240 y el Código Civil y Comercial definen la relación de consumo, al consumidor y al proveedor. El artículo 3 de la ley 24.240 y el artículo 1092 del CCiv. y Com. conceptualizan a la relación de consumo como “(...) el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario (...)”. El artículo 1 de ley 24.240 y el artículo 1092 del CCiv. y Com. definen al consumidor como “(...) la persona física o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social (...)” y en los mismos artículos se equipara al consumidor a quien “(...) sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia

o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios, en forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social (...).” El artículo 2 de la ley 24.240, por su parte, define al proveedor como “(...) la persona física o jurídica de naturaleza pública o privada, que desarrolla de manera profesional, aun ocasionalmente, actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios, destinados a consumidores o usuarios (...); descartándose los servicios profesionales, salvo en lo que respecta a la publicidad de sus servicios.

La relación de consumo, como toda relación jurídica, presenta como elementos a los sujetos, un objeto, y causa en su sentido finalista como en su acepción de causa fuente. Así, a los sujetos de la relación jurídica de consumo se los caracteriza a partir del destino para el cual este adquiere los bienes o servicios, esto es, en su propio beneficio y de su grupo familiar. El consumidor puede ser una persona física o jurídica que adquiere o utiliza, o use o goce en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios con esa finalidad; mientras que al proveedor se lo define en virtud de la actividad (actividades de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios), ya sea que las desarrolle en forma profesional u ocasionalmente y por el destino de los bienes y servicios (destinados a consumidores o usuarios), abarcando personas físicas y jurídicas, sean públicas o privadas. Respecto al objeto de la relación de consumo, pueden ser todos los bienes, en los términos del artículo 16 del CCiv. y Com., en cuanto sean susceptibles de valor económico, por lo que se incluyen todas las prestaciones que impliquen un dar, hacer o no hacer. De tal manera que pueden ser objeto los bienes inmateriales como los bienes materiales (cosas) y dentro de esta las cosas muebles (artículo 227 del CCiv. y Com.), sean consumibles o no (artículo 231 del CCiv. y Com.), así como las cosas inmuebles (artículo 225 y 226 del CCiv. y Com.). Respecto a la causa, en su sentido de causa fuente, la constituye cualquier hecho jurídico mediante el cual se manifieste el acto de consumo; hechos lícitos de consumo, hechos ilícitos como el daño al consumidor como consecuencia del vicio o riesgo de la cosa o de la prestación del servicio, también actos jurídicos unilaterales (ofertas) y contratos denominados de consumo propiamente, hoy regulados en el artículo 1093 del CCiv. y Com. Está implícito en el acto de consumo esta desigualdad estructural entre quien —a la postre— es consumidor y quien es proveedor, por lo cual la relación de consumo como relación jurídica se estructura sobre la base desigual con las características señaladas.

Ahora bien, dentro de este esquema general debe identificarse el que corresponde a las relaciones de consumo en los mercados financieros de crédito principalmente y dentro de los mercados bursátiles o de valores.

En lo teórico, y desde el punto de vista económico, el mercado financiero y el mercado de valores o bursátil se diferencian en cuanto a que los activos financieros (créditos) en el primero son a corto plazo, mientras que, en el segundo, suelen ser a mediano o largo plazo (Zandrino y Mac Henry, 2008). Desde el punto de vista del financiamiento de una empresa, la misma puede contraer endeudamiento tomando préstamos con banco y entidades financieras (mercado financiero) o, entre otras alternativas, conseguir financiación a través de inversiones emitiendo obligaciones negociables, esto es, títulos de valores que otorgan a su titular de participación en los activos titularizados (mercado de valores o bursátil).

Desde el punto de vista normativo, conforme a la ley 21.256 puede entenderse a los mercados financieros como la intermediación habitual entre la oferta y la demanda de recursos financieros, mientras que, respecto a los mercados de valores, una clase de recurso financiero, la ley 26.831 en su artículo 2 considera o estructura a los mercados como “(...) sociedades anónimas autorizadas por la Comisión Nacional de Valores con el objeto principal de organizar las operaciones con valores negociables que cuenten con oferta pública (...)” y por mercado de capitales como “(...) el ámbito donde se ofrecen públicamente valores negociables u otros instrumentos previamente autorizados para que, a través de la negociación por agentes habilitados, el público realice actos jurídicos, todo ello bajo la supervisión de la Comisión Nacional de Valores (...)”.

En cuanto a la posibilidad de que ambos mercados se constituyan en posibles mercados de consumo, debe señalarse que la posición del consumidor y/o usuario es diferente como se señaló: En el mercado financiero de crédito el usuario de los servicios financieros se constituye en deudor, mientras que en los mercados de valores o de capitales el consumidor asumiría el rol de inversor. Como se indicó, lo que permitiría caracterizarlos como de “consumo” es el destino final (para él o su grupo social) para el cual los productos o servicios financieros se adquieren o utilizan, esto es cuando sean adquiridos o utilizados por su valor de uso y no por su valor de cambio.

III. Mercados financieros como mercados de consumo

En primer lugar, corresponde señalar a los sujetos que actúan como consumidores y/o usuarios y proveedores en el mercado financiero, cuando media una relación de consumo.

Así, en los mercados financieros de créditos respecto a los proveedores, la ley 21.526 en sus artículos 1, 2 y 3 señala que quedan comprendidas “(...) las personas o entidades privadas o públicas —oficiales o mixtas— de la Nación, de las provincias o municipalidades que realicen intermediación habitual entre la oferta

y la demanda de recursos financieros (...)” (1). Por su parte, la Comunicación “A” 6681 del Banco Central de la República Argentina (2019), referida a la protección de los usuarios de servicios financieros, señala como sujetos obligados a las entidades financieras (ley 21.526), los operadores de cambio (por las operaciones comprendidas en las normas sobre “exterior y cambios”), los fiduciarios de fideicomisos acreedores de créditos cedidos por entidades financieras y las empresas no financieras emisoras de tarjetas de crédito y/o compra, excepto por las operaciones no comprendidas en la Ley de tarjetas de crédito. Por último, en relación a entidades comprendidas en la normativa sobre entidades financieras, resulta de aplicación el CCiv. y Com. en cuanto regula los contratos bancarios con consumidores y usuarios (artículos 1384 a 1389).

Respecto a los consumidores y/o usuarios, son las personas físicas o jurídicas que contraen un crédito para adquirir y/o utilizar bienes o servicios de consumo y también aquellos cuya adquisición y/o utilización es financiada por el mismo del vendedor del bien o prestador del servicio. Resultan ser proveedores de estos servicios financieros principalmente las entidades financieras. El objeto, en este caso, es el crédito como producto o servicio financiero siendo su causa una operación contractual y el consumidor es el deudor de ese crédito.

La Comunicación “A” 6681 del Banco Central de la República Argentina (2019) anteriormente referenciada define a los usuarios de servicios financieros señalando que “(...) comprende a las personas humanas y jurídicas que en beneficio propio o de su grupo familiar o social y en carácter de destinatarios finales hacen uso de los servicios ofrecidos por los sujetos obligados, como a quienes de cualquier otra manera están expuestos a una relación de consumo con tales sujetos (...)”.

Específicamente señala que “(...) revisten ese carácter las personas humanas y las personas jurídicas que no adquieran o utilicen productos o servicios financieros ofrecidos por los sujetos obligados para ser incorporados a su actividad comercial (...)” y también aquellos que sean “(...) deudores de créditos cedidos por las entidades financieras comprendidas en la Ley de Entidades Financieras, independientemente de que hayan o no sido notificados fehacientemente de la transferencia de su obligación, así como los deudores de créditos adquiridos por entidades financieras por cesión (...)”.

(1) Contemplándose expresamente a bancos comerciales, de inversión, hipotecarios, compañías financieras, sociedades de ahorro y préstamo para la vivienda u otros inmuebles y cajas de crédito, sin perjuicio de otras entidades que resulten comprendidas en virtud del volumen de sus operaciones y razones de política monetaria y crediticia.

Como bien señala Barocelli (2015a), abarca tanto al denominado consumidor directo como a los consumidores indirectos de conformidad a los artículos 1 de ley 24.240 y 1092 del CCiv. y Com.

En segundo lugar, puede indicarse el objeto de la relación de consumo en el mercado financiero, así la Ley de defensa de consumidor, en su artículo 36, identifica como relaciones de consumo a las operaciones financieras para consumo y a las de crédito para el consumo.

Las operaciones financieras para consumo se refieren a la toma de un crédito por un consumidor, siempre que el mismo sea como destinatario final en beneficio propio o de su grupo familiar o social, o sea para la adquisición o utilización de bienes y servicios que no van a ser incorporados al proceso de producción de otros bienes o servicios o, como señala la Comunicación "A" 6681 del Banco Central de la República Argentina (2019), cuando no se adquieran o utilicen dichos productos o servicios financieros para ser incorporados a su actividad comercial. Conforme señala la doctrina, estas operaciones abarcan las denominadas operaciones "activas" (2), las operaciones "pasivas" (3) y las operaciones "neutras" (4), en cuanto tengan a una persona física o jurídica como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social (Barocelli, 2015b; Gómez Leo y Aicega, 2011; Alterini, 2016; Lovece, 2011).

Las operaciones de crédito para el consumo se refieren al financiamiento de la adquisición y/o utilización de bienes y servicios para el consumo en beneficio propio o de su grupo familiar o social. Dicho financiamiento puede implicar el pago del precio del bien o servicio en cuotas o ser diferido en el tiempo al proveedor (el financiamiento lo realiza el proveedor), o bien el pago al proveedor se lo realiza un tercero (entidad financiera en gral.) quien financia al consumidor y este devuelve el crédito a esta entidad.

Respecto a la causa de la relación de consumo en el mercado financiero, como se indicó, normalmente es una operación contractual en la cual generalmente subyace un préstamo o mutuo, el cual constituye un contrato de consumo en los términos del artículo 1093 del CCiv. y Com. Además, si interviene una entidad bancaria, debe tenerse presente la regulación del CCiv. y Com. respecto a los contratos bancarios con consumidores y usuarios (artículos 1384 a 1389), en cuanto impliquen un contrato de consumo (artículo 1384). Ahora bien, la causa puede también no ser contractual cuando se trate de quienes de cualquier otra manera

(2) Por ejemplo, mutuos bancarios, aperturas de crédito, descuentos de documento, entre otras.

(3) Por ejemplo, cuenta corrientes y depósitos bancarios.

(4) Por ejemplo, custodia de títulos y servicios de caja de seguridad.

están expuestos a una relación de consumo (Comunicación “A” 6681 del Banco Central de la República Argentina, 2019)

III.1. Duplicación de deuda del consumidor financiero y el denominado pagaré de “consumo”

En la actualidad la problemática se centra en la utilización de títulos de créditos como “garantía” del financiamiento del consumidor, específicamente la utilización de pagarés o los denominados “pagaré de consumo”. Favier Dubois (2016) define al pagaré como “(...) un título de valor que contiene la promesa incondicionada de una persona denominada suscriptor de pagar a otra denominada tomador o beneficiario o a su orden una suma determinada de dinero, a la vista o en plazo estipulado en el título” (p. 657) y Gómez Leo (citado en Sánchez Cannavó, 2017) como “(...) el título de crédito a la orden, abstracto, formal y completo que contiene una promesa incondicionada de pagar una suma determinada de dinero a su portador legitimado, vinculando solidariamente a todos los firmantes del título (p 567). En resumen, implica un documento necesario para ejercer el derecho literal y autónomo que en él se menciona, teniendo además los caracteres de abstracto, formal, cuya circulación es por endoso (salvo cláusula de prohibición de endoso).

No solo existen en una relación de consumo (operaciones financieras para consumo y a las de crédito para el consumo), sino que, en la práctica, las mismas conllevan como garantía personal la emisión de un pagaré, de una nueva obligación, lo que genera una duplicación de la deuda, según entendemos.

En otros términos, quien pretende realizar el financiamiento de la adquisición o utilización de bienes y servicios como destinatario final, ya sea utilizando un crédito en una entidad financiera o bien mediante el pago en cuotas o aplazamiento del o de los pagos, se ve forzado a emitir un pagaré para garantizar el cumplimiento de aquel financiamiento. Por un lado, se realiza una operación contractual: en las *operaciones financieras para consumo* generalmente es un préstamo, que constituye un contrato de consumo en los términos del artículo 1093 del CCiv. y Com., y si interviene una entidad bancaria también un contrato bancario (artículos 1384 a 1389) con consumidores y usuarios para acceder al financiamiento o crédito para adquirir bienes y servicios; en las *operaciones de crédito para el consumo* también existe una relación contractual que vincula una venta, adquisición, uso o utilización de bienes y servicios, que implica un contrato de consumo en los términos del artículo 1093 del CCiv. y Com. y otra relación contractual (cuando es otorgado por un tercero) o en el mismo contrato (cuando el crédito lo realiza el proveedor) ya sea por aplazamiento, fraccionamiento o financiamiento del pago.

Paralelamente a esas operaciones contractuales, el consumidor para garantizarlas emite un pagaré, el cual, como se señaló, implica el derecho literal y autónomo que entre otras cosas se caracteriza por su abstracción. Por lo cual para el consumidor surgieron 2 deudas.

En la medida de que un pagaré instrumente una relación de consumo o bien constituya una nueva deuda para garantir o lograr una cobertura del crédito o financiamiento que una persona utiliza para la adquisición u utilización de bienes y servicios como destinatario final, como entendemos que sucede, la problemática plantea cuestiones de fondo o derecho sustancial como también de forma o procesal.

III.1.1. Aspecto sustancial

En el plano sustancial, las operaciones financieras para consumo, las de crédito para el consumo y la emisión de un pagaré que instrumenta o garantiza dicha operación implica un conflicto entre dos órdenes normativos: el comprendido en el decreto ley 5965/63 y el CCiv. y Com. (artículo 1815 y ss.), y el reglado por el artículo 42 de la Constitución Nacional (CN) y la ley 24.240 y modif. —en el plano nacional— y artículo 38 de la Constitución de la provincia de Buenos Aires y ley 13.133 y modif. en el plano provincial. Supone la confrontación del orden público protectorio, que caracteriza la protección de la parte más débil en el acto o hecho del consumo, con el orden público económico referido a la libre y segura circulación de bienes y riquezas.

Respecto a las relaciones de consumo (operaciones financieras para consumo y a las de crédito para el consumo) el artículo 36 de la ley 24.240 señala bajo sanción de nulidad los requisitos que deben ser detallados en el soporte de dichas operaciones: la descripción del bien o servicio, el precio que corresponde al contado en operaciones de crédito para el consumo, el monto inicial y el monto total financiado, la tasa de interés efectiva anual, el total de los intereses a pagar, el sistema de amortización del capital, cantidad y periodicidad de cuotas o pagos, y la existencia y detalle de gastos extras, adicionales o seguros. Si se omitiera alguno de estos extremos el consumidor podrá demandar la nulidad del contrato en su totalidad o en parte, debiendo el juez integrar dicho contrato de ser necesario en este último supuesto. Si interviene un tercero otorgando un crédito para el financiamiento, la adquisición del producto o servicio estará condicionada a la obtención de dicho crédito. Si el crédito no es otorgado, la operación se resolverá sin generar costo alguno al consumidor.

En igual sentido, para el CCiv. y Com., cuando intervenga una entidad bancaria y tratándose de un contrato de consumo en los términos del artículo 1093, la

regulación referida a los contratos bancarios resulta aplicable, en especial la referida a la publicidad de los productos financieros, debiendo contener en forma clara y precisa (con un ejemplo representativo) la información sobre las operaciones que se proponen (artículo 1385). Los contratos deben ser redactados por escrito, permitiendo hacerse con copias, acceso y conservación de la información detallada para el consumidor (artículo 1386), no pudiendo cobrarse suma alguna que no esté expresamente prevista en el contrato, en especial comisiones o costos por servicios no prestados, teniéndose por no escrita toda cláusula relativa a los costos a cargo del consumidor que no esté en el documento o soporte contractual (artículo 1388). Declarando la nulidad de los contratos de crédito que no contienen información relativa al tipo y partes del contrato, el importe total del financiamiento, el costo financiero total y las condiciones de desembolso y reembolso (artículo 1389).

Como se adelantó, la relación de consumo (operaciones financieras para consumo y a las de crédito para el consumo) constituye el negocio causal o principal respecto a la emisión del pagaré. Por su parte, este, al ser un título de crédito abstracto, se desentiende de la causa o motivo causal de su creación y en virtud de que el derecho es a su vez autónomo e independiente del que surge originariamente en la relación causal inicial, como lo es para los sucesivos adquirientes en su circulación y/o ejecución o cobro, no está explícito que se trate de una relación de consumo (ni se exteriorizan los recaudos del mencionado artículo 36 de la ley 24.240 o del CCiv. y Com. cuando el primer tomador sea una entidad bancaria), por lo cual se contrapone a esa autonomía, completitud y abstracción del documento.

En cuanto a la abstracción de los títulos cambiarios, dicho carácter implica la desvinculación del documento cambiario del negocio causal o convención originaria que motivo su creación, como un mecanismo de protección jurídica y celeridad en su circulación. Al portador de la cambiaria no se le pueden oponer las defensas emergentes de la causa de dicho documento, así, por ejemplo, no le resultaría oponible al tercer portador la defensa de incumplimiento del contrato o convención causal por parte del primer tomador de la misma para frenar su ejecución. La autonomía del derecho, por su parte, implica que en cada transmisión del pagaré o adquisición el derecho es originario, desvinculándose la posición jurídica de los portadores previos, lo que implica, como consecuencia, que el obligado al pago no acumule las defensas que tenía contra portadores anteriores y pueda oponerlas contra el tercero portador que lo presenta al pago. Por último, el pagaré como título de crédito debe ser completo, de tal manera que se baste a sí mismo. Implica una consecuencia lógica del carácter abstracto, atento que al prescindirse del negocio causal no debe existir remisión al mismo, por lo cual la situación de los sujetos que intervienen en la circulación de la misma se encuentra regulada

exclusivamente y excluyentemente por el pagaré (Sánchez Cannavó, 2017b; Favier Dubois 2016b; Gómez Leo, 2014; Gómez Leo y Aicega, 2011b; Escuti, 2016).

En este plano se produce una duplicación de la deuda del consumidor porque el pagaré es emitido para garantizar el negocio causal u originario (contrato de consumo), no instrumenta en sí dicho negocio causal, sino que, con independencia de él y conforme a sus características propias, genera una nueva obligación a cargo del consumidor. Consecuencia de ello es que el contrato de consumo que origina las operaciones financieras para consumo y a las de crédito para el consumo deben cumplir con los recaudos sustanciales previstos en el artículo 36 de la ley 24.240 y del CCiv. y Com. citadas, y no así el pagaré. Ahora bien, esto no significa que el pagaré se cree, circule o se ejecute sin ninguna vinculación con la relación de consumo, sino que debe armonizarse ambos regímenes de tal manera de garantizar la protección que emana del artículo 42 de la CN y 38 de la Constitución de la provincia de Buenos Aires.

III.1.2. Aspecto procesal

Desde lo procesal la confrontación se refiere al modo de conocer el conflicto particular que implica la relación de consumo referidas a las operaciones financieras para consumo y a las de crédito para el consumo garantida con la emisión de un pagaré. El conflicto normativo que se da en lo sustancial, referido a los recaudos del artículo 36 de la ley 24240 y CCiv. y Com. que deben cumplir los contratos y las características propias del régimen jurídico del pagaré, regulado en el decreto ley 5965/63, artículos 101 y sig. y artículo 1834 del CCiv. y Com., se traduce en conflictos respecto a la competencia y tipo de proceso para dilucidarlo.

Respecto a la competencia, el artículo 36 de la ley 24.240 distingue según las acciones judiciales sean iniciadas por el consumidor o usuario, o bien por el proveedor. En el caso que el proceso judicial sea iniciado por el proveedor, resulta competente el tribunal que corresponda al domicilio real del consumidor, no pudiéndose prorrogar, bajo sanción de nulidad. En el caso de que las acciones judiciales sean promovidas por el consumidor o usuario, este podrá optar por iniciar el proceso judicial ante el juez o tribunal correspondiente al lugar del consumo o uso, al del lugar de celebración del contrato, el del domicilio de él, o al del domicilio del proveedor o citada en garantía.

Ahora bien, esta disposición del artículo 36 de la ley 24.240, de índole procesal, se contrapone con las disposiciones procesales locales que regulan la competencia; por ejemplo, en la provincia de Buenos Aires el artículo 5 inc. 3 del Código Procesal Civil y Comercial señala que

(...) con excepción de los casos de prórroga expresa o tácita, cuando procediere, y sin perjuicio de las reglas contenidas en este Código o en otras leyes, será juez competente: (...) cuando se ejerciten acciones personales, el del lugar en que deba cumplirse la obligación, y, en su defecto, a elección del actor, el del domicilio del demandado o el del lugar del contrato, siempre que el demandado se encuentre en él, aunque sea accidentalmente, en el momento de la notificación (...).

Permitiéndose la prórroga expresa o tácita de la competencia en asuntos exclusivamente patrimoniales (artículos 1 y 2 del Código Procesal Civil y Comercial de la provincia de Buenos Aires). En el mismo sentido se regula en la jurisdicción nacional respecto a la atribución de competencia territorial dentro de ella en los artículos 5 inc. 3, 1 y 2 del Código Procesal Civil y Comercial de la Nación (CPCCN).

Como puede apreciarse, el artículo 36 de la ley 24.240 prohíbe, bajo sanción de nulidad, todo pacto que modifique la competencia territorial del tribunal correspondiente al domicilio real del consumidor (o sea toda prórroga expresa o tácita de competencia) que intente hacerse valer cuando este sea demandado. Esta cuestión se tradujo en controversias referidas a cuál norma debe prevalecer en torno a la asignación de la competencia territorial y la posibilidad de declarar de oficio la incompetencia.

Sobre la posibilidad de declarar de oficio la incompetencia, en la provincia de Buenos Aires la Suprema Corte de Justicia ha sentado el criterio como doctrina legal en el fallo “Cuevas, Eduardo Alberto c/Salcedo, Alejandro René s/Cobro ejecutivo” que

(...) El juez se halla habilitado para rechazar de oficio su competencia si constata que, en fraude a la ley, la ejecución traída se encuentra causada por una operación financiera para consumo o de crédito para consumo. Por el contrario, proveer la ejecución del pagaré ante tales circunstancias, lejos de traducir un comportamiento funcional al ámbito jurídico, habría configurado un verdadero escamoteo de la aspiración de justicia que debe rezumar toda actuación procesal, y, en sentido lato, todo el ordenamiento formal y fondal. Habría quedado configurado así un claro supuesto de abuso de derecho, mediante la utilización del denominado fraude a la ley (del voto del Juez Pettigiani).

Este criterio fue reiterado, sostenido y aclarado por el máximo órgano judicial de nuestra provincia en el fallo “Crédito para todos S. A. c/ Estanga, Pablo Marcelo s/ Cobro ejecutivo”, en donde se anula un fallo plenario dictado por la Cámara

destacando el carácter vinculante de la doctrina legal emanada de la causa “Cuevas” y agregando en cuanto a su alcance que

(...) la doctrina que fluye del precedente sentado por esta Suprema Corte en el caso “Cuevas” (C 109305, 1-9-2010) no se cristaliza en una solución establecida por esta Corte para fijar a priori el organismo que deberá conocer en la causa. Diversamente, emplaza al juez en la situación de analizar, en cada proceso en particular, la eventual existencia de una relación sustancial de consumo. De allí que la respectiva competencia territorial queda sujeta, en principio, al resultado de tal evaluación (...).

La misma orientación se ha asumido en el orden nacional en el plenario “Autoconvocatoria a Plenario s/ competencia del fuero comercial en los supuestos de ejecución de títulos cambiarios en que se involucren derechos de consumidores” (Expte. S.2093/09) del 29/06/2011 de la Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires. En Igual sentido, la Corte Suprema de Justicia de la Nación, en los fallos “Productos Financieros S.A. c/ Ahumada Ana Laura s/cobro ejecutivo”, “Compañía Financiera Argentina S.A. c/ Monzón, Mariela Claudia s/ Ejecutivo”, “Productos Financieros S.A.C. c/ Campos, Víctor Hugo s/cobro ejecutivo”, “HSBC Bank Argentina S. A. c. Gutiérrez, Mónica Cristina”, “Sol Cooperativa de Vivienda Crédito y Consumo Ltda. c/ Duguet, Patricia del Carmen s/ ejecutivo”.

Respecto a la asignación de la competencia territorial, tanto en los fallos “Cuevas” como en el fallo “Crédito para todos S. A” se señaló que

(...) No es posible aceptar que el esfuerzo normativo llevado a cabo por el legislador nacional, a través del establecimiento de una competencia territorial improrrogable en beneficio de la parte débil de la relación de consumo (art. 36 de la ley 24240 conf. ley 26361), con clara finalidad tuitiva, pueda ser olímpicamente dejado de lado por el simple recurso —ordinariamente observado— de acudir a títulos cambiarios para instrumentar la deuda contraída por el consumidor con los profesionales del negocio del crédito para consumo (del voto del Juez Pettigiani) (...).

Y que

(...) Más allá de las limitaciones cognoscitivas propias de los procesos de ejecución, que impiden debatir aspectos ajenos al título, cuando la pretensión ejecutiva reconoce arraigo en una relación de financiación para el consumo, es posible y necesario interpretar la aludida regla procesal, de modo compatible con los principios derivados de la legis-

lación de protección de usuarios (arts. 1, 2, 36 y 37, ley 24.240). Y ello a fin de poder arribar a la solución que proteja del modo más eficiente posible la finalidad tuitiva de grupos tradicionalmente postergados y particularmente vulnerables, como ocurre con los usuarios y consumidores (...).

Respecto al tipo de proceso jurisdiccional, la cuestión se plantea en cuanto a la intensidad y momento del conocimiento jurisdiccional del conflicto particular que implica una relación de consumo referirá a operaciones financieras garantizada con un pagaré.

Conforme al fundamento propio del comercio, del tráfico comercial y la circulación de los créditos, para lo que en el plano teórico se traduce en la abstracción cambiaria sustancial y formal (Gómez Leo y Aicega, 2011c), se diseñó en el plano procesal un tipo de proceso en las distintas jurisdicciones que permita cumplir y lograr dicho fundamento. Así, se diagramó un proceso de conocimiento acotado o superficial con restricciones probatorias donde la causa del derecho no pueda discutirse en plenitud, previéndose defensas limitadas al documento que habilita esta instancia y sobre ciertas rigurosidades respecto a los mismos la posibilidad de adoptar medidas cautelares para garantizar la efectiva realización del crédito (juicio ejecutivo). Se prevé al pagaré como título ejecutivo (artículo 521 inc. 5 del Código Procesal Civil y Comercial de la provincia de Buenos Aires, artículo 523 inc. 5 del CPCCN). Previéndose la posibilidad de un posterior análisis en pleno de la causa del derecho en una etapa posterior mediante un juicio ordinario (artículo 551 del Código Procesal Civil y Comercial de la provincia de Buenos Aires, artículo 553 del CPCCN).

Por otro lado, la vía judicial ordinaria implica un proceso de conocimiento pleno, aunque se adopta el trámite o juicio ordinario, sumario, o sumarísimo en la provincia de Buenos Aires (artículos 319, 320 y 321 del Código Procesal Civil y Comercial de la provincia de Buenos Aires) u ordinario (sumario) o sumarísimo en el ámbito nacional (artículos 319 y 321 CPCCN). Este proceso de conocimiento permite el debate con amplitud probatoria suficiente para ambas partes y para que el juez conozca sobre la causa del derecho que se discute, la existencia, su naturaleza y alcance del mismo, previéndose en una etapa procesal posterior la efectivización o ejecución de ese derecho (artículos 497, cctes. y ss. del CPCC Prov. de Bs As. del Código Procesal Civil y Comercial de la provincia de Buenos Aires, artículos 499, cctes. y ss. del CPCCN).

Debe señalarse que ambos ordenamientos procesales prevén, dentro de la regulación de los procesos de ejecución, que correspondiendo este tipo de proceso el actor opte por elegir un proceso de conocimiento (artículo 519 del CPCC Prov. de Bs As. Código Procesal Civil y Comercial de la provincia de Buenos Aires y

artículo 521 del CPCCN) y se prevé la posibilidad de preparar la vía ejecutiva cuando el título en si presentado no la permita (artículo 523 del CPCC Prov. de Bs As. Código Procesal Civil y Comercial de la provincia de Buenos Aires y artículo 525 del CPCCN).

La Suprema Corte de Justicia de la Provincia de Buenos Aires adopta una postura intermedia en cuanto al tipo de proceso jurisdiccional por el cual, cuando un pagaré tenga su origen en un vínculo jurídico alcanzado por el artículo 36 de la ley de Defensa del Consumidor, deberá ser integrado con los documentos que instrumentan ese negocio causal en el marco del proceso ejecutivo. Esta línea de pensamiento fue desarrollada en los fallos anteriormente referenciados “Cuevas” y “Crédito para todos S.A.” y en “Asociación Mutual Asís contra Cubilla, María Ester s/ Cobro ejecutivo”.

Específicamente al respecto, en la causa “Asociación Mutual Asís contra Cubilla, María Ester s/ Cobro ejecutivo” se establece que

(...) en ese plano de congruencia sistemática es claro que la aplicabilidad de la LDC flexibiliza el andamiaje por el que discurre la pretensión ejecutiva, con respeto de los principios de bilateralidad y defensa en juicio (arts. 18, Const. nac.; 15, Const. prov.; 34 inc. 5 apdo. “c” y 36 inc. 2 y concs., CPCC). Como también lo es que en situaciones como las ventiladas en esta causa la indagación en los aspectos sustanciales (del negocio jurídico extracambiarario) se corresponde con el postulado señalado y pone a resguardo los derechos informativos que amparan al consumidor (art. 42, Const. nac.). De tal suerte, en el ejercicio de las atribuciones que le confiere el ordenamiento procesal (arg. arts. 34 inc. 5 apdo. “c” y 36 inc. 2 y concs., CPCC), el juez puede encuadrar el asunto como una relación de consumo a fin de subsumirlo en el art. 36 de la LDC. Para expedirse sobre la viabilidad de la demanda ejecutiva le es dable examinar los instrumentos complementarios al pagaré que oportunamente hubiese acompañado el ejecutante. Si el título en cuestión, integrado de tal modo o bien autónomamente, satisface las exigencias legales prescriptas en el estatuto del consumidor, podrá dar curso a la ejecución. Ello, claro está, sin desmedro del derecho del ejecutado de articular defensas, incluso centradas en el mencionado art. 36, tendientes a neutralizar la procedencia de la acción (...).

Esta postura supone el análisis pormenorizado de la relación de consumo que constituyen las operaciones financieras para consumo y a las de crédito para el consumo en cada caso en concreto al momento de ejecutar el pagaré, no pudiendo prescindirse en ese momento (proceso judicial) de la relación de consumo que lo motivo.

La circulación de la cambiaria y su efectividad no se ven afectadas, sino que encontrará como límite el monto que se pretenda ejecutar en cuanto sea desproporcionado a lo acordado en el contrato de consumo o exceda lo allí expresamente pactado. La eventual ejecución del pagaré debe integrarse con el contrato de consumo que lo motivo, debiéndose cumplir con el artículo 36 de la ley 24.240.

Esta limitación confronta con las características propias de los títulos de créditos abstractos, en particular con los del pagaré, pero garantiza la funcionalidad y fundamento de ambos sistemas normativos: la protección del deudor-consumidor que duplicó su deuda para obtener financiamiento para consumir, y para el proveedor una vía expedita para cobrar el crédito sin verlo disminuido en cuanto al servicio financiero efectivamente prestado, manteniendo siempre este último la situación de dos créditos y la posibilidad de agilizar su cobro en caso de mora contando con la celeridad y economía del proceso ejecutivo.

V. Mercados de Valores como mercado de consumo

La cuestión en el mercado de valores o bursátil se plantea en forma diferente, ya que como mercado de consumo los bienes a consumir son productos financieros como fondos comunes de inversión, títulos públicos, acciones, obligaciones o valores negociables en general entre otras.

Como se indicó, la ley 26.831 define a los mercados y dentro de estos a los mercados de capitales como "(...) el ámbito donde se ofrecen públicamente valores negociables u otros instrumentos previamente autorizados para que, a través de la negociación por agentes habilitados, el público realice actos jurídicos, todo ello bajo la supervisión de la Comisión Nacional de Valores (...)".

Esta posibilidad de que se constituya como mercado de consumo se encuentra implícita en el artículo 1 inc. b de la ley 26.831, en cuanto señala como objetivo el "(...) fortalecer los mecanismos de protección y prevención de abusos contra los inversores, en el marco de la función tuitiva del derecho del consumidor (...)"; además de ciertas regulaciones parciales referidas principalmente a la adquisición de valores negociables con oferta pública, por lo cual, normativamente la regulación específica se centró principalmente en las condiciones de la oferta pública de valores negociables.

El término de consumidor financiero aparece en los mercados de capitales o bursátiles en el decreto 677/2001 (5) referido al régimen de transparencia de la

(5) Se dictó en el marco de la ley 17.811 la cual fue derogada abrogada por el artículo 154 de la ley 26.831.

oferta pública de obligaciones o valores negociables, en donde se señalaba la necesidad de instaurar un estatuto de los derechos del consumidor financiero como mecanismo de asegurar la vigencia de los derechos regulados en el artículo 42 de la Constitución Nacional, principalmente referido a la transparencia de las ofertas públicas y el establecimiento de un marco jurídico que mejore el nivel de protección de los ahorristas en el mercado de capitales.

Lo cierto es que nunca existió un concepto normativo del “consumidor financiero” en normas propias del sistema jurídico financiero o bursátil, sino que su conformación surge aun hoy del régimen de defensa de consumidor y usuario establecido desde el orden constitucional en el artículo 42 y en la ley 24.240 y modif. —principalmente—, además de las normativas provinciales, y con la sanción del CCiv. y Com. por la referida a los contratos bancarios con consumidores y usuarios: (artículos 1384 a 1389 del CCiv. y Com.). Por último y en base a lo expresado debe señalarse que el CCiv. y Com. la categoría del consumidor-inversor surge implícita del artículo 1385 que en referencia a la publicidad de los anuncios bancarios señala que “(...) Los anuncios del banco deben contener en forma clara, concisa y con un ejemplo representativo, información sobre las operaciones que se proponen. En particular deben especificar: (...) e) la existencia de eventuales servicios accesorios para el otorgamiento del crédito o la aceptación de la inversión y los costos relativos a tales servicios (...)”.

En la doctrina, Palomino (2010) señala que las opiniones se encontraban divididas. En este sentido se pueden distinguir 3 posturas: por un lado, una primera que entiende el sistema normativo financiero como excluyente del régimen de defensa del consumidor, de tal manera que la ley 24.240 no resultaría aplicable en la medida de que dicho subsistema legal no lo prevea expresamente. Otra postura extrema entiende que debe aplicarse el régimen de defensa del consumidor, excluyendo toda normativa de índole ajena a lo allí regulado. En una postura intermedia se enrolan quienes, como el autor citado, entienden que el concepto de “consumidor financiero” debe surgir de la integración normativa (diálogo de fuentes) desde el artículo 42 de la Constitución Nacional, el régimen de defensa de consumidor y la normativa específica que regula el sistema financiero. Coincidimos con esta postura y hoy con la sanción del CCiv. y Com., que se enrola en dicha idea como principio de aplicación e interpretación normativa.

Parecería oportuno señalar ciertas reflexiones sobre las nociones de “prelación normativa” e “interpretación normativa”, distinción esta última que hoy resulta clara a la luz de los artículos 1 y 2 del CCiv. y Com. Cuando se alude a la cuestión de la prelación normativa se parte de la existencia de una situación de hecho que en principio es alcanzada, regulada o subsumida por dos o más normas jurídicas y, en este sentido, lo que se intenta es determinar cuál es la norma o normas

jurídicas a aplicar conforme a un orden de prevalencia de una por sobre otra, tanto de manera vertical como de manera horizontal, cuando no hay exclusión entre ellas. La cuestión de la interpretación normativa ocurre —lógicamente— después, aunque a veces intelectualmente en un mismo acto, ya que una vez determinado cual es la norma jurídica o conjunto de normas jurídicas a aplicar a esa situación de hecho se debe delimitar su naturaleza, alcance y finalidad de la regulación o respuesta normativa para esa situación de hecho.

Con relación al orden de prelación normativa, el artículo 3 de la ley 24.240 señala que dicha ley

(...) se integran con las normas generales y especiales aplicables a las relaciones de consumo (...) en caso de duda sobre la interpretación de los principios que establece esta ley prevalecerá la más favorable al consumidor. Las relaciones de consumo se rigen por el régimen establecido en esta ley y sus reglamentaciones sin perjuicio de que el proveedor, por la actividad que desarrolle, esté alcanzado asimismo por otra normativa específica (...).

Este último párrafo resulta esencial y extrañamente olvidado. Con la sanción del CCiv. y Com., el artículo 1094 —referido a la interpretación y prelación normativa— señala que “(...) las normas que regulan las relaciones de consumo deben ser aplicadas e interpretadas conforme con el principio de protección del consumidor y el de acceso al consumo sustentable. En caso de duda sobre la interpretación de este Código o las leyes especiales, prevalece la más favorable al consumidor (...)”.

Y el artículo 963, dentro del título dedicado a los contratos en general, referido a la prelación normativa, dispone que “(...) cuando concurren disposiciones de este Código y de alguna ley especial, las normas se aplican con el siguiente orden de prelación: a) normas indisponibles de la ley especial y de este Código; b) normas particulares del contrato; c) normas supletorias de la ley especial; d) normas supletorias de este Código (...)”.

Para dilucidar esta cuestión entendemos que la norma de la que debe de partirse es del artículo 42 de la CN, que consagra como faro rector el principio protectorio en el ámbito de las relaciones de consumo, norma que es completada hoy por el CCiv. y Com. en su artículo 1094 citado anteriormente que señala como instrumento de prelación normativa (aplicación) e interpretación al principio de protección del consumidor.

En base a este principio entendemos que se impone de manera directa e integrada la aplicación del régimen de defensa del consumidor y usuarios al ámbito al mercado de valores o bursátil.

En conclusión, como mercado de consumo toma particular relevancia la finalidad o destino final (en beneficio propio, de su familia o grupo social) de la “inversión”, como elemento caracterizante del acto de consumo y consiguiente carácter de consumidor al inversionista, descartando toda inversión destinada a procesos de producción, montaje, creación, construcción, transformación, importación, concesión de marca, distribución y comercialización de bienes y servicios. En el mercado bursátil o de valores la persona física o jurídica realiza una inversión, esto es, adquiere un producto como títulos públicos, acciones, obligaciones negociables, o en fondos de inversión, con un fin de lucro, pero como destinatario final, siendo en este caso un inversor titular de un derecho y no un deudor como cuando toma un crédito.

VI. Bibliografía

Alterini, J. H. (2016). *Código civil y comercial de la nación comentado. Tomo VII*. Argentina: La Ley.

Barocelli, S. (2015) El consumidor de servicios financieros y bursátiles y el rol del estado. Una mirada a partir del nuevo código civil y comercial. *Revista Jurídica de Daños*, Nº 13, diciembre 2015, IJ-XCIII-906. Recuperado de <https://ar.ijeditores.com/articulos.php?idsitio=1&idarticulo=90906> [Fecha de consulta: 10/01/2020].

Bauman, Z. (2000). *Trabajo, consumismo y nuevos pobres*. Sociología. (Trad. Victoria de los Ángeles Boschirolí). Barcelona: Editorial Gedisa.

Castel, R. (2010). *El ascenso de las incertidumbres: trabajo, protecciones, estatus del individuo*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica.

Castells. M. (2000). *La Sociedad Red*. Versión Castellana de Carme Martínez Gimeno. Madrid: Alianza Editorial.

Escuti, I. A. (2016). *Títulos de crédito. Letra de cambio, pagaré y cheque*. Argentina. Astrea.

Favier Dubois, E. M. (h.). (2016). *Manual de Derecho Comercial*. Argentina: La Ley

Gómez Leo, O. R. y Aicega, M. V. (2011). Abstracción cambiaria y derecho de consumo. Cuestiones doctrinarias y legales. *El Derecho*, nº 12.822. ISSN 1666-8987.

Gómez Leo, O. R. (2014). *Nuevo Manual de Derecho Cambiario*. Argentina: Abeledo Perrot.

Lovece, G. (2011). La reforma de la Ley de Defensa del Consumidor y la regulación del crédito al consumo. *Revista Jurídica* (pp. 30-45). Recuperado de <http://dspace.uces.edu.ar:8180/xmlui/handle/123456789/1405> [Fecha de consulta: 15/01/2020].

Paolantonio, M. E. (2010). ¿El consumidor financiero es consumidor? *La Ley*, 22/03/2010.

Sánchez Cannavó, S. (2017). *Manual de Derecho Comercial I*. José C. Paz: Edunpaz.

Zandrino, J. J. y Mac Henry, P. T. (2008). *Manual de derecho comercial*. Argentina: La Ley.

Legislación

Ley 24.240, Ley de defensa del consumidor. Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, 22/09/1993.

Ley 26.944, Código Civil y Comercial de la Nación. Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, 16/02/2014. (Ley 27.077: 19-02-2014).

Ley 21.256. Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, 17/02/1977.

Ley 26.831, Ley de Mercado de Capitales. Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, 27/12/2012.

Ley 17.454, Código procesal Civil y Comercial de la Nación, Boletín Oficial de la República Argentina, Buenos Aires, 07/11/1967.

Decreto-ley 7425/68, Código procesal Civil y Comercial de la Provincia de Buenos Aires. Boletín Oficial de la Provincia de Buenos Aires, 24/10/1968.

Comunicación "A" 6681 del Banco Central de la República Argentina, Boletín Oficial de la República Argentina, 17/04/2019.

Jurisprudencia

SCBA, 11/08/2010, "Cuevas, Eduardo Alberto contra Cáceres, Claudio Maximiliano. Cobro Ejecutivo" C.109.193. Recuperado de <https://juba.scba.gov.ar/VerTextoCompleto.aspx?idFallo=107602> [Fecha de consulta: 15/01/2020].

SCBA, 03/07/2014, "Crédito para todos S. A. c/ Estanga, Pablo Marcelo s/ Cobro ejecutivo", C. 117.245. Recuperado de <https://juba.scba.gov.ar/VerTextoCompleto.aspx?idFallo=121850> [Fecha de consulta: 15/01/2020].

SCBA, 14/09/2019, “Asociación Mutual Asís contra Cubilla, María Ester s/ Cobro ejecutivo” C. 121.684. Recuperado de <https://juba.scba.gov.ar/VerTextoCompleto.aspx?idFallo=170993> [Fechas de consulta: 15/01/2020].

CNCom., Sala F, 29/06/2011, “Autoconvocatoria a Plenario s/ competencia del fuero comercial en los supuestos de ejecución de títulos cambiarios en que se involucren derechos de consumidores”, Expte. S.2093/09.

CSJN, 10/12/2013, C.577.XLVII.COM, “Productos Financieros S.A. c/ Ahumada Ana Laura s/cobro ejecutivo”.

CSJN, 10/12/2013, C. 623.XLV, “Compañía Financiera Argentina S.A. c/ Monzón, Mariela Claudia s/ Ejecutivo”.

CSJN, 10/12/2013, C. 1088.XLVII.COM, “Productos Financieros S.A.C. c/ Campos, Víctor Hugo s/cobro ejecutivo”.

CSJN, 4-7-2017, Fallos 340:905, “HSBC Bank Argentina S.A. c. Gutiérrez, Mónica Cristina”.

CSJN, 02/07/2019, “Sol Cooperativa de Vivienda Crédito y Consumo Ltda. c/ Duguet, Patricia del Carmen s/ ejecutivo”.

Fecha de recepción: 28-03-2020

Fecha de aceptación: 13-08-2020