
Area de Beca: CS - Cs. Sociales, Humanísticas y Artísticas

Título del Trabajo: EL SOBREENDEUDAMIENTO DEL CONSUMIDOR DERIVADO DE LAS OPERACIONES DE CRÉDITO PARA EL CONSUMO

Autores: MACHADO, MARÍA M.

E-mail de Contacto: grimamachado@hotmail.com

Teléfono:

Tipo de Beca: UNNE Perfec. Tipo B

Resolución N°: 136/13

Período: 01/03/2013 - 28/02/2015

Proyecto Acreditado: 12M003, Funciones actuales del sistema de responsabilidad del Proveedor ante el Consumidor, UNNE, 01/2013 - 12/2016

Lugar de Trabajo: Facultad de Derecho y Cs. Sociales y Políticas

Palabras Claves: Omisión, sanción, información.

Resumen:

En el presente trabajo nos planteamos transmitir los resultados finales alcanzados durante la ejecución del proyecto de investigación titulado: "El sobreendeudamiento del consumidor derivado de las operaciones de crédito para el consumo en Argentina". Desarrollaremos las conclusiones del trabajo de investigación, haciendo especial referencia a la hipótesis de trabajo oportunamente planteada. Tal como lo veníamos expresando en anteriores trabajos, nuestro eje de estudio ha recaído en la problemática del consumidor sobreendeudado, estudiando sus principales causas enfocando la atención en las violaciones al deber de información cometidas por los proveedores de bienes, servicios y créditos para el consumo, como una de las más relevantes. Como principales objetivos hemos analizado las dimensiones o aspectos del deber de información del proveedor en las operaciones de crédito para el consumo, lo cual nos llevó a confirmar la manera en la cual dicha actitud por parte del proveedor incide negativamente en las decisiones del consumidor, acarreado como consecuencia su sobreendeudamiento. La hipótesis que nos hemos planteado en el proyecto de investigación reza: "La falta de una regulación legal adecuada y suficiente en lo atinente a los contratos de crédito para el consumo, constituye una de las causales de sobreendeudamiento del consumidor, en la Argentina". Nos permitimos concluir que la hipótesis ha sido confirmada, por los fundamentos que a continuación se exponen. Ante la exigua legislación referida al régimen de créditos y financiamientos, la situación jurídica en la cual se encuentran los proveedores de bienes y servicios se torna beneficiosa, constituyendo con su conducta abusiva el marco perfecto para perfeccionar las iniquidades que a continuación se exhiben. Como contracara de una misma moneda aparecen, la publicidad abusiva y el incumplimiento del deber de información como derecho constitucionalmente amparado. La información resulta insuficiente y, en cambio, la publicidad se torna excesiva, compulsiva y hasta agresiva, plasmada a través de todos los medios de comunicación existente, dirigida a todas las clases sociales, sin distinciones etarias; tendiente a crear constantes y falsas necesidades, muy fáciles de satisfacer a través del crédito para el consumo. Por lo antes dicho hemos confirmado que el ordenamiento jurídico argentino vigente no contempla normas que regulen integralmente el fenómeno de la financiación y crédito para el consumo, derivando ello en la ausencia de herramientas idóneas para la prevención y la solución integral de las cuestiones derivadas de los endeudamientos excesivos por parte de los consumidores o usuarios, así como en los procesos a llevarse a cabo y su encuadramiento legal, en tales casos, todo lo cual constituye una de las causales más relevantes del sobreendeudamiento del consumidor. Afortunadamente con la sanción y anticipada entrada en vigencia del Código Civil y Comercial de la República Argentina, las principales causas de sobreendeudamiento de los consumidores han quedado reguladas. Claras manifestaciones de la afirmación realizada pueden ser observadas desde el Título Preliminar, especialmente en el artículo 9, Principio de buena fe; art. 10 abuso del derecho; art 11 abuso de posición dominante; Libro Tercero, título Segundo: Contratos en General, Sección 2, Contratos Celebrados por Adhesión a cláusulas generales predispuestas; Título 3; Contratos de Consumo; Relación de Consumo; Formación del consentimiento; prácticas abusivas; información y publicidad dirigida a consumidores; cláusulas abusivas, entre otros tantos artículos que han venido a dar solución a una necesidad imperante como lo es la inferioridad negocial en la cual se encontraba el consumidor en el marco de las relaciones empresariales.