

Título: El sobreendeudamiento del consumidor y la Responsabilidad del Estado.

Autor: Abog. María José Ortiz Zárate

Publicado en: Revista del Colegio Público de Abogados Ushuaia- N° 1- Año 2017

## **El sobreendeudamiento del consumidor y la Responsabilidad del Estado**

Por María José Ortiz Zarate<sup>1</sup>

*Dedicado a mis padres, quienes me transmitieron los valores del esfuerzo, el sacrificio y el amor por mi hermosa ciudad natal, Ushuaia; José y Carolina; y a mi compañero incondicional, Pablo.*

Sumario: 1. Introducción 2. Contratos de crédito 3. La publicidad 4. El valor económico de la confianza 5. La responsabilidad del proveedor 6. El control del Estado y su responsabilidad 7. El pagaré de consumo 8. El órgano jurisdiccional 9. Palabras finales

### **1. Introducción**

El plan de la presente publicación, consiste en el análisis jurídico-social de una extendida y repetida problemática económico general, con fuente en las relaciones de consumo que surgen de la actividad financiera de préstamos de sumas de dinero, considerando que en los hechos, el actual análisis que se efectúa de dichas prácticas se centra sólo en la conducta del consumidor, dando por resultado un cuadro absolutamente incompleto, dado que la conducta desplegada por algunos proveedores constituye también un elemento determinante en la generación del problema del sobreendeudamiento.

### **2. Contratos de crédito**

Desde un punto de vista específico, la expresión “contratos de crédito” se refiere a aquellos cuyo objeto consiste en la entrega de una suma de dinero o en efectuar un pago por cuenta de la otra parte.<sup>2</sup>

Cuando nos referimos a “Contratos de crédito”, se comprende aquellos contratos en los cuales una parte le otorga crédito a la otra parte, sea entregándole una cantidad de dinero o de otros bienes fungibles (caso del mutuo), o bien obligándose a tener a disposición del otro contratante una cierta cantidad de dinero, por un plazo

---

<sup>1</sup> Abogada, procuradora y notaria, graduada en la Universidad Empresarial Blas Pascal en la Ciudad de Córdoba (2009 y 2012). Mediadora de la Fundación Libra (2015). Diplomada en Defensa de Consumidor y Defensa de la Competencia de la Escuela Superior de Economía y Administración de Empresas (ESEADE) de Buenos Aires (2016). Ex Subdirectora General de Comercio del Ministerio de Economía de la Provincia (2011/2016). Responsable a cargo de la redacción y sanción de la Ley Provincial 962 de procedimiento administrativo para la Defensa de Consumidores y Usuarios en la Provincia de Tierra del Fuego (2014), representante provincial del Consejo Federal del Consumo (COFEDEC), y ex Delegada de la Asociación de Consumidores "Usuarios y Consumidores Unidos" en Tierra del Fuego (2016-2017). Actualmente es Asesora Legal Independiente del Estudio Jurídico Ortiz Zárate, y Directora General de Asuntos Jurídicos de la Secretaría de Comercio de la provincia.

<sup>2</sup> FARINA, Juan “Contratos Comerciales Modernos. Modalidades de contratación empresarial.” Editorial ASTREA. Año 2005. Tomo II, pág. 50.

estipulado, (contrato de apertura de crédito), o a efectuar pagos a terceros por cuenta de la otra parte, sea comprometiéndose a pagar cheques del cliente sin provisión de fondos hasta una suma determinada (autorización para girar en descubierto), y todos aquellos supuestos en los que una entidad sea financiera o no, coloca a disposición del cliente, dinero, bienes u otros valores. En todos los casos, el beneficiario del crédito se obliga a restituir las cantidades de dinero, valores o bienes fungibles, y a pagar los intereses convenidos.

Entendiendo así que la variedad de formas que adopta este tipo de contrataciones es diversa, nos ocuparemos en desarrollar el marco legal aplicable en especial a los contratos que tienen por objeto los préstamos dinerarios.

Comenzaré por invocar en primer lugar, las prescripciones del artículo 19 de la Ley Nacional N° 24.240 de Defensa del Consumidor, que establece las obligaciones del proveedor en la prestación de servicios, y en particular, del artículo 36 que regula los requisitos que deben consignar los contratos de adhesión a la hora de celebrar operaciones de crédito.

Asimismo, a dichos requisitos les atribuye carácter de formalidad esencial, al sancionar con su nulidad la falta de inclusión de alguna de las estipulaciones que tienen que ver, más que nada, con la integración de los montos que deberá abonar el consumidor que suscriba o adhiera a tales operaciones.

Por su parte, pone en cabeza del Banco Central de la República Argentina, -en concordancia con lo dispuesto en el Capítulo XI de su Carta Orgánica-, la supervisión y la regulación de este tipo de actividades, y fija la competencia para entender en el conocimiento de los pleitos que se susciten como consecuencia de las mismas, en favor del consumidor.

En segundo lugar, cabe referir a aquellos recaudos que exige la Resolución N° 07/2002, operativa como norma reglamentaria de la Ley Nacional de Lealtad Comercial, que detalladamente establece la forma en la que corresponderá exhibir los precios en ocasión de ofrecer al público el servicio en cuestión.<sup>3</sup>

Así, la norma prevé que dicha exhibición además de ser clara, deberá ser previa a la contratación, indicándose el precio de contado, el monto y cantidad de cada una de las cuotas, como así también el costo financiero total, comisiones y cargos vigentes, indicándose la existencia o no de posibilidad de modificación de los parámetros y criterios establecidos para la financiación.

Por otra parte, en consideración de que nos encontramos ante contratos con prestaciones periódicas, se deberá prestar singular atención a la protección de los datos personales suministrados por el consumidor, como al consentimiento expreso que éste hubiere dado al suscribir la documentación de adhesión emitida por el proveedor del crédito, y de la documentación entregada en concepto de garantía de cumplimiento de las obligaciones asumidas.

### **3. La publicidad**

La publicidad diseñada para la colocación del crédito -más allá de su admitida finalidad persuasiva- debe proporcionar al consumidor potencial, información

---

<sup>3</sup> Resolución de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor 07/2002

Título: El sobreendeudamiento del consumidor y la Responsabilidad del Estado.

Autor: Abog. María José Ortiz Zárate

Publicado en: Revista del Colegio Público de Abogados Ushuaia- N° 1- Año 2017

transparente y comprensible; guardando correspondencia con los intereses del sujeto particular que se presenta a solicitar financiamiento.

Este deber de información precontractual, debidamente cumplido, permitirá conocer y comprender efectivamente las características del crédito que se le ofrece y las condiciones de la contratación, para así valorar la posibilidad y conveniencia de hacerlo con ese agente financiero y bajo las pautas propuestas, evaluando asimismo las exigencias que supone con relación a su capacidad de reembolso.

En cumplimiento de aquel principio, el agente financiero indagará sobre las necesidades y posibilidades del tomador del crédito, para así suministrar información necesaria y útil, a la vez que asesorar y hasta aconsejar al mismo.

El proveedor del crédito debe analizar la particular situación del deudor y ofrecerle la financiación que satisfaga sus necesidades e intereses, y de la que se deriven obligaciones que puedan ser razonablemente asumidas.

Contrariamente a lo que suele alegarse, el agente financiero es quien está en mejor situación para acceder a la información necesaria y procesarla, evaluando la situación patrimonial del interesado en acceder al crédito. Aquella información debe ser obtenida a requerimiento y del propio consumidor, así como de los registros y bases informativas de solvencia que ofrece el mercado de crédito. Esta labor previa permitirá definir un cuadro de situación y adoptar una decisión estratégica referida a la concesión o denegatoria de la solicitud.

De esta forma, los consumidores no se verán sometidos al poder casi omnímodo de éstas, a punto tal que el hombre común rara vez lee y, si lo hace, rara vez llega a comprender el contenido de los formularios que debe firmar, suponiendo que la documentación que el proveedor le entrega es auténtica.

Así, la firma comercial debita del consumidor periódicamente una suma de dinero determinada como contraprestación de la suma fija otorgada.

El problema surge en aquellos casos en que el consumidor se atrasa en los pagos, por no contar con saldo disponible en su cuenta de haberes, o bien sea por un error administrativo del banco; en tales casos, la empresa proveedora del crédito automáticamente procede al cobro ejecutivo de una suma significativamente superior a la prestación otorgada.

En ese sentido, el art. 1388 CCyC primer párrafo, dispone que “ninguna suma puede ser exigida al consumidor si no se encuentra expresamente prevista en el contrato”, circunstancia que excluye la posibilidad que en forma unilateral la proveedora, cree nuevos cargos en cabeza del consumidor, agregando la citada norma que, en ningún caso, “pueden cargarse comisiones o costos por servicios no prestados efectivamente”.

Esta prohibición, surge como consecuencia del art. 726 CCyC, según el cual “no hay obligación sin causa”, siendo su expresión, producto de la reiterada conducta de algunos proveedores, de crear cargos ficticios sin sustento legal.

#### **4. El valor económico de la confianza**

Hemos visto ya cómo en este nuevo escenario de apertura económica y de mayor competitividad, coadyuvada por la integración y globalización de los mercados, la explotación de cualquier actividad hace que las empresas deban recurrir fuertemente a la confianza.

De ello se deduce que la confianza tiene un valor de lealtad para el consumidor, y es también la explicación del porqué, de la necesidad de proteger la confianza que un contratante deposita en la lealtad del otro, y si quien se sirve de ella luego la defrauda, debe establecer la reparación del daño.

El valor de la confianza como lealtad al consumidor se conecta con los aspectos antes desarrollados, es decir, con la imagen que proyecta la empresa en el mercado, y con la cual se posiciona en forma más ventajosa para competir y generar clientela, la que conforma un elemento integrante del activo de la empresa.<sup>4</sup>

El consumidor deposita su confianza en la empresa contratando en función de esa confianza y lealtad, que al verse vulnerada genera un daño moral autónomo con relación al contrato específicamente suscripto, y que, en consecuencia, está más intensamente relacionado con su "calidad de cliente" que con su calidad de contratante en particular.

Cuando un consumidor comprueba que el contrato contiene cláusulas abusivas se siente defraudado y afectado en sus sentimientos, que merecen ser reparados.

La confianza es entonces un recurso económico jurídico que se acumula como cualquier otro capital. Representa para las empresas uno de los activos más valiosos que tienen, que en muchos casos va más allá de los otros activos. De hecho, muchas empresas conocidas mundialmente concentran gran parte de su inversión en la creación y mantenimiento de una marca o empresa, como valor negocial exclusivo.

El consumidor confía y suscribe el contrato sin poder obtener toda la información (que no es de fácil acceso, ya sea porque puede ser muy costosa o porque se necesitan conocimientos profesionales para evaluarla).

En estas situaciones de fuerte asimetría de poder, el comprador queda obligado a confiar en la redacción contractual de la empresa. Es decir, sustituye los altos costos de información por confianza, que es su equivalente funcional.

Si se abusa de esta confianza mediante comportamientos oportunistas, -esto es, conductas con las que alguien despierta la confianza de otro, pero que luego la defrauda y le causa un daño-, debe repararlo.

Cuando resulte quebrada la confiabilidad que el usuario depositó en una empresa o en una marca, el Derecho Privado debe hacer funcionar los mecanismos de

---

<sup>4</sup> STIGLER, George, El economista como predicador y otros ensayos, Folio, Barcelona, 1996, vol. II, p. 113.

Título: El sobreendeudamiento del consumidor y la Responsabilidad del Estado.

Autor: Abog. María José Ortiz Zárate

Publicado en: Revista del Colegio Público de Abogados Ushuaia- N° 1- Año 2017

control judicial, fundamentalmente a través de la revisión de los contratos de adhesión y la declaración de nulidad de las cláusulas abusivas.

### **5. La responsabilidad del proveedor**

Señala Oviedo, citando a Villegas, que todo banquero tiene el deber de informarse de la situación del cliente al que haya de conceder un crédito. En nuestro país las normas reglamentarias del Banco Central prescriben la obligación de reunir la información previa, necesaria, sobre la solvencia y capacidad de pago del cliente. De modo que el otorgamiento de crédito a una persona insolvente configura una grave transgresión a disposiciones normativas y, además, una seria negligencia, cuando no dolo, en el accionar del banquero.<sup>5</sup>

A mayor abundamiento, el artículo 309 del Código Penal Argentino (modificado por Ley 26.733) tipifica: “*Artículo 309: Será reprimido con prisión de uno (1) a cuatro (4) años, multa de dos (2) a ocho (8) veces el valor de las operaciones realizadas e inhabilitación especial hasta seis (6) años, el que por cuenta propia o ajena, directa o indirectamente, realizare actividades de intermediación financiera, bajo cualquiera de sus modalidades, sin contar con autorización emitida por la autoridad de supervisión competente. En igual pena incurrirá quien capture ahorros del público en el mercado de valores o prestare servicios de intermediación para la adquisición de valores negociables, cuando no contare con la correspondiente autorización emitida por la autoridad competente. El monto mínimo de la pena se elevará a dos (2) años cuando se hubieran utilizado publicaciones periodísticas, transmisiones radiales o de televisión, internet, proyecciones cinematográficas, colocación de afiches, letreros o carteles, programas, circulares y comunicaciones impresas o cualquier otro procedimiento de difusión masiva.*”.

### **6. El control del Estado y su responsabilidad**

Los cambios operados en la vida económica, la dinámica impuesta por la nueva tecnología y la expansión de los mercados, exigen soluciones jurídicas adecuadas, acordes con el moderno mundo financiero y bursátil.

En la actualidad pueden reconocerse operadores financieros que ofrecen abiertamente sus actividades al público consumidor sin contar con las exigencias que el Estado a través del BCRA, IGJ, AFIP, RPAC, -entre otros- establecen como indispensables para ejercer la actividad.

El comercio electrónico ofrece una variedad infinita de propuestas de préstamos de dinero, sin dar si quiera cumplimiento a la autorización para funcionar provista por el organismo público que corresponda, desconociendo el consumidor si la empresa cuenta con el capital mínimo adecuado para operar, el sector del mercado en el que

---

<sup>5</sup> OVIEDO, “Comentario sobre crédito bancario abusivo” JA, 1989-IV-730.

opera, la factibilidad y demás condiciones que se presupone se encuentran cumplidas por el control efectivo que el Estado de Derecho garantiza.

Cuando una persona confía en una empresa, lo hace con la seguridad de que el Estado monitorea y controla lo que ocurre en el mercado y que las empresas cumplen con todos los requisitos que impone la ley, desde la forma de manufacturar un producto (fármacos, alimentos, etc.) hasta su comercialización adecuada por contralor "confiable".

Ante la falta de otros indicadores y alertas, el consumidor, en general, que no tiene la información necesaria sobre la situación del *modus operandi* de las empresas, ni la capacidad de análisis de la misma, supone (confía) que el Estado le permite operar y que además controla su funcionamiento.

El sistema económico privado confiere confianza y seguridad al consumidor, porque está garantizado estructuralmente desde el Estado mismo a través de las más variadas funciones.

Un sistema económico empresarial privado, que opera fundamentalmente en base a la confianza, requiere de una vigilancia estricta a los efectos de crear y mantener la confianza en las empresas; ello con una doble función: por un lado, para dotar de una mejor protección a los intereses de los usuarios y, por el otro, para proteger a todo el sistema, porque el incumplimiento de una empresa de las obligaciones con sus consumidores puede llevar a una desconfianza generalizada respecto de otras entidades del sistema, es decir, la crisis de una empresa puede arrastrar al sistema a una crisis o desconfianza generalizada.

La estructura de contratación que crean las empresas, en concreto y en una relación jurídica en particular, introducen elementos que refuerzan la apariencia de confianza en concreto, constituyen fuentes motivadoras de mayor credibilidad y seguridad jurídica, como ya hemos visto.

Todos estos factores generados por las empresas llevan a "causar" en el consumidor o usuario la creencia de un adecuado funcionamiento de todo el sistema económico, de forma eficiente y segura, así como en particular para cada sector de la economía y cada empresa en particular.

El Estado, como ejecutor del poder de policía, debe ser garante de la seguridad jurídica contractual del sistema, situándose en una posición de aval frente a los consumidores en general, quienes confían en estos dispositivos de seguridad atribuidos constitucionalmente al Estado.

El control del sistema económico es entonces generador de confianza y ello legitima la responsabilidad del Estado, que se conexas con esa posición de garantía, derivada de su régimen jurídico constitucional.

La realidad cotidiana nos demuestra que las funciones a cargo del ente rector del sistema, el Estado, son deficientes, y en un sinnúmero de casos, no se realizan.

Esta falta de control de los contratos de adhesión convierte al sistema en absolutamente inseguro, e implica mayores riesgos para los consumidores y usuarios; es así que estos deben soportar frecuentemente los perjuicios derivados de cláusulas abusivas que fijan elevadas tasas de interés y diversos tipos de cargos y comisiones por los servicios que consumen. Estas situaciones se repiten constantemente y constituyen

Título: El sobreendeudamiento del consumidor y la Responsabilidad del Estado.

Autor: Abog. María José Ortiz Zárate

Publicado en: Revista del Colegio Público de Abogados Ushuaia- N° 1- Año 2017

una importante causa de daños económicos a los consumidores, pero fundamentalmente le defraudan la confianza depositada (daño moral).

Si quien tiene a su cargo la obligación de proporcionar seguridad (el Estado) no lo hace, porque no controla la eficiencia y seguridad de los contratos y no aplica las sanciones que correspondan en caso de irregularidades, es evidente que estamos frente a una situación de traslado de riesgos hacia los usuarios y consumidores, que la Constitución Nacional sanciona.

La confianza, entonces, otorga efectos especiales a determinadas situaciones jurídicas, haciendo nacer en cabeza de quien sugiera determinada apariencia (las empresas) obligaciones específicas, conforme a las expectativas creadas que causen daños, los cuales deben ser reparados, especialmente el daño moral por el obrar desleal.

El Estado también debe ser responsable por la causalidad por omisión en el cumplimiento de sus obligaciones específicas.

De esta manera, y acorde con la lógica de investigación y propuesta, la protección de la confianza del consumidor en las empresas, en una economía de mercado, constituye un centro de atribución autónomo y objetivo de responsabilidad, que tiene operatividad y autonomía propia. Su quebrantamiento constituye fundamento suficiente para el nacimiento de la reparación, abriendo así un camino más en los hechos fuentes generadores de daños, incorporándose a la sistemática que proponemos de la teoría general de reparación de daños.

Tanto el Estado como las empresas son responsables objetiva y solidariamente por la reparación del daño, conforme lo establecido por la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, artículo 40, reformado por ley 24.999, en cuanto establece la responsabilidad objetiva y solidaria de todos los integrantes de la cadena de fabricación y comercialización de los bienes y servicios que se materialicen con cláusulas abusivas.

### **7. El pagaré de consumo.**

Es de práctica de este tipo de entidades, reemplazar el instrumento regulado por el art. 36 LDC, por un pagaré, el cual permite la promoción de un juicio ejecutivo violando el marco tuitivo del consumidor.

En tal sentido la jurisprudencia ha expresado que: “Debe concluirse que el pagaré que se pretende ejecutar instrumenta una relación de consumo, pues, si bien la ejecutante rechaza tal extremo debido a que no es un banco, entidad financiera, ni prestamista, no aporta ningún elemento para demostrar el destino que tuvo el dinero prestado”. (CNCom. Sala E, 20/3/2013 “Medinas Francisco Enrique c/Gamarra Fernando Adrián s/Ejecutivo”. LL 2013-D, 299)

Asimismo otro fallo concluyó que: “Corresponde confirmar la resolución de grado en la cual el juez decidió declarar oficiosamente su incompetencia para conocer en una ejecución de un título cambiario entre dos particulares, dirigida contra un

deudor residente fuera de esta jurisdicción y en la que el actor se desempeña como prestamista. La solución resulta operativa para el caso, en tanto prescindiendo de su naturaleza, la sola calidad de las partes hace inferir que subyace una relación de consumo en los términos previstos en la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor (conf. CnCom, en pleno, 29/6/11, "Autoconvocatoria a plenario s/competencia del fueron comercial en los supuestos de ejecución de títulos cambiarios en que se invoquen involucrados derechos de consumidores"). (En el caso, se juzgó operativa la normativa y la calidad de prestamista del actor por haber promovido 50 juicios ejecutivos ante el fuero comercial, desde el año 1991).<sup>6</sup>

Si bien es cierto que, la actual tendencia lleva a promover la protección de los derechos del consumidor, ello no debe significar que hayan dejado de tener vigencia los distintos procedimientos establecidos por la ley ritual y que se admita debatir en el ámbito del juicio ejecutivo cuestiones que hacen a la causa de la obligación.

Siendo que ello implicaría desvirtuar la esencia de dicho juicio, cuya finalidad es proteger la celeridad del tráfico comercial y la seguridad en las transacciones instrumentadas en los títulos ejecutorios, se deberán crear soluciones o herramientas jurídicas o al menos indagar, en aquellos casos en los cuales el actor adquiera el carácter de proveedor en los términos del artículo 2 de la Ley de Defensa del Consumidor.

## 8. El órgano jurisdiccional

Algunos tribunales han ido más allá de la mera declaración de incompetencia y se han analizado plenamente la causa de la obligación de los pagarés traídos a la ejecución. Así se ha rechazado la ejecución de pagarés que instrumentaban la venta a crédito en virtud de que el ejecutante no acompañó el instrumento regulado por el art. 36 LDC. "Habiéndose librado pagarés en infracción a la Ley de defensa del consumidor, cuya observancia resulta obligatoria atento su carácter de orden público, debe mantenerse la decisión del juez de primera instancias y rechazar la ejecución deducida (art. 18, 42 t cctes. de la Constitución nacional; 15, 38 y cctes. de la Constitución Provincial; 8 y cctes. Del Pacto de San José de Costa Rica; 163 inc. 5, 521, inc. 5, 542, inc. 4. 529 del CPC; 21, 953,1071,1198 y cctes. Código Civil; 42 y cctes. de la ley 25.065; 18 y cctes. del dec. ley 5965/63; 1,2,3,36,53,65 y cctes. de la ley 24.240 - modif. por ley 26.361-, 212 y cctes. y arts. 208, 450, 451, 452, 463 inc. 2 y 3 y cctes. y ap. 5 del título preliminar del Código de Comercio)" (C. Apelaciones Mar del Plata, Sala III "Carlos Giudice SA c/Ferreira, Marcos de la Cruz s/Cobro Ejecutivo", 6/11/2012, E.D. 251-298).

Que, asimismo, la omisión del legislador en dar respuesta específica a la problemática del consumidor sobreendeudado no podría nunca ir en contra de este grupo desaventajado, pues si la aplicación de la única herramienta normativa (propia quiebra con rehabilitación al año) que les permite un "nuevo comienzo" ("fresh start" en la terminología concursalista norteamericana) se les niega, la otra opción los perpetúa en una situación de padecimiento que el sistema de orden público protectorio de los consumidores no podría permitir, tal como destacan en su voto conjunto los Dres. Lorenzetti y Zaffaroni en la causa Rinaldi (CSN 15/03/07, L. L., 2007-B, 413; art. 42 CN; arts. 1; 3 y 65 Ley 24240).

---

<sup>6</sup> CNCom. Sala D, Rodríguez Blanco Eduardo Tomás c/Espíndola Manuel y otros/Ejecutivo"24/8/2011,Fuente:<http://www.pjn.gov.ar/Publicaciones/00021/00057213.pdf>

Título: El sobreendeudamiento del consumidor y la Responsabilidad del Estado.

Autor: Abog. María José Ortiz Zárate

Publicado en: Revista del Colegio Público de Abogados Ushuaia- N° 1- Año 2017

Repartir miserias y dejar a un agente fuera del circuito económico no parece ser la mejor manera de lograr una rehabilitación, ni al mercado. (ver en tal sentido, "El nuevo sujeto concursal", Anchával, Hugo Alberto, en L. L. 2010-F, 1079, en especial el apartado "I. El consumidor y el crédito").

### **9. Palabras finales**

No quedan dudas respecto a que en la actualidad el usuario de servicios financieros encuentra plena protección en la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor y su integración con las demás normas del ordenamiento jurídico. Pero lo que también debe quedar perfectamente en claro es que la actividad crediticia en general es esencial para la marcha de la economía.

De ahí que no debe perderse de vista que las entidades crediticias tienen espíritu de lucro y que el mismo es plenamente legítimo.

Así, se debe instar a la consagración de un régimen de responsabilidad derivado del otorgamiento abusivo del crédito, siguiendo los criterios de los modelos que han sentado ya las bases de una regulación al efecto, como es el caso de algunas provincias del país y cuando se concede crédito a quien no podrá devolverlo, la respuesta no debe ser la condena del deudor a la exclusión social y la impunidad absoluta del acreedor, sino que su responsabilidad debe traducirse en un proceder ajustado al estándar del buen banquero.

Me persuade la convicción de que son principalmente los dadores de crédito, por su carácter profesional y prevalente en el mercado, los que deben tomar la iniciativa en la adopción de medidas que contribuyan a mejorar el funcionamiento de la operatoria.

No debe dejarse de lado asimismo, que existen deberes para ambas partes y que si el consumidor incurre en comportamientos contrarios a la buena fe que debe presidir las relaciones contractuales, será el juez quien evaluará el saneamiento de éstas.

El problema se presenta en los abusos, y es allí donde el operador jurídico debe echar mano de las nuevas herramientas que el Derecho tiene para la tutela de quienes como regla general son la parte más débil de la relación: los usuarios del sistema.<sup>7</sup>

---

<sup>7</sup> SCHVARTZ, Liliana. "Derecho del Consumidor según la ley 24.240 y el Código Civil y Comercial" Ed. García Alonso. Año 2005. pág. 102.