



TRABAJO FINAL DE GRADUACION

**ANALISIS DE LAS CLAUSULAS ABUSIVAS DE LOS
CONTRATOS DE ADHESION DE PLAN DE AHORRO PARA LA
ADQUISICION DE UN VEHICULO 0KM.**

Sánchez Liliana Cecilia.-

Universidad Empresarial Siglo XXI

Abogacía

2018

Agradecimientos

Que difícil resulta expresar lo que significa para mí poder haber llegado a la meta de mi sueño y explicar con palabras la satisfacción que me da terminar una etapa de mi vida de inmenso sacrificio.

Elegir esta carrera y formarme como profesional significó un gran compromiso conmigo misma, con mi familia, mis amigos, y la gente que me rodea. Me costó muchísimo, fueron miles las noches que no dormí, fueron muchos los cumpleaños a los que no puede ir y es más difícil aun cuando hay que trabajar todos los días, con lo cual hay que dividir el tiempo para poder encontrar horas de estudio.

Hubo momentos que me costaron más que otros, pero siempre encontraba una contención o un apoyo de mis seres queridos que me hacían recuperar la energía y concentrarme en mi objetivo... "El recibirme".

Agradezco profundamente a mis padres por ser incondicionales, por estar en todo momento y por enseñarme que en la vida con esfuerzo todo llega.

A mi pareja, que sin el este sueño no se hubiese cumplido, ya que fue el precursor de que retomara mis estudios, fue el que soportó mi mal humor en época de exámenes y el que rescindió muchas veces sus actividades por acompañarme.

Por ultimo quiero agradecer a mis hermanos, amigos, compañeros de trabajo, por amoldarse a mis tiempos, por encontrar en ellos un consejo, incentivándome siempre a seguir adelante.

Haber llegado a la meta después de tanto sacrificio, significa una superación para conmigo misma, significa el fin de una etapa y el comienzo de otra, significa que cuando hay dedicación, compromiso, y constancia los sueños llegan y se cumplen.

Resumen

El presente trabajo pretende explicar en qué supuestos se torna procedente la aplicación del artículo 37 de la ley de defensa del consumidor, correspondiente a las cláusulas abusivas, en los contratos de adhesión de plan de ahorro para la compra de un vehículo 0km.

Para ello investigare las cláusulas que considero que son abusivas en relación a los contratos de adhesión de plan de ahorro, es decir ciertas cláusulas que deberían ser revisadas y/o redactadas nuevamente a los fines de estipular obligaciones y derechos de manera equivalente tanto para el proveedor como para el consumidor.

A modo enunciativo, puedo hablar de la cláusula del cálculo del monto de la cuota, de los plazos de entrega del vehículo, de los requisitos crediticios, y su vinculación directa con la ley de defensa del consumidor, ya sea en el art. Nº 4 del deber de información, así como el art. 7 en relación a la oferta y el art. 8 bis en relación al trato digno.

Asimismo analizare las opiniones de prestigiosos juristas, se mencionará los distintos fallos en los cuales se encuentra contemplada dicha situación, así como la importancia de la instancia administrativa previo a la etapa judicial.

Palabras Claves: Contratos de adhesión de plan de ahorro - Ley de defensa del consumidor- cláusulas abusivas.

Abstract

The present work tries to explain in what assumptions the application of the article 37 of the law of defense of the consumer, corresponding to the abusive clauses, becomes in the contracts of adhesion of saving plan for the purchase of a vehicle 0km.

For this I will investigate the clauses that I consider to be abusive in relation to the adhesion contracts of the savings plan, that is to say certain clauses that should be revised and / or rewritten for the purpose of stipulating obligations and rights in an equivalent manner for the supplier as for the consumer.

By way of example, I can speak of the clause of the calculation of the amount of the quota, of the terms of delivery of the vehicle, of the credit requirements, and its direct connection with the law of consumer protection, either in art. No. 4 of the duty of information, as well as art. 7 in relation to the offer and art. 8 bis in relation to dignified treatment.

Likewise, I will analyze the opinions of prestigious jurists, mentioning the different rulings in which this situation is contemplated, as well as the importance of the administrative instance prior to the judicial stage.

Keywords: Accession agreements of savings plan - Law of consumer protection - abusive clauses.

Índice

<u>Introducción</u>	7
<u>Capítulo 1: Nociones generales</u>	10
1. Contratos de adhesión.....	11
1.1. La regulación en el código civil y comercial de la nación.....	15
1.2. Interpretación de los contratos por adhesión.....	16
2. Cláusulas abusivas.....	17
2.1. La regulación en la ley 24.240 de defensa del consumidor.....	19
2.2. La regulación en el código civil y comercial de la nación.....	21
<u>Capítulo 2: Contratos de adhesión de plan de ahorro</u>	24
1. Que es un contrato de adhesión de plan de ahorro.....	26
1.1. En que consiste el procedimiento para la adquisición de un vehículo 0km.....	28
1.2. Cual es el rol del suscriptor.....	30
<u>Capítulo 3: Clausulas que componen los contratos de adhesión de plan de ahorro</u>	32
1. Calculo del monto de la cuota.....	33
2. Adjudicaciones.....	37
3. Plazo de entrega de la unidad.....	39
4. Requisitos crediticios.....	42
5. Discontinuación del modelo ahorrado.....	44
6. Seguro de vida (deceso del titular).....	46
7. Contratación de seguro del automotor.....	49
8. Calculo del reintegro.....	50
<u>Capítulo 4: La incidencia de la ley de defensa del consumidor</u>	54
1. La importancia del art. 4 de la ley de defensa del consumidor.....	56
2. La importancia del art. 7 de la ley de defensa del consumidor.....	60

3.La importancia del art. 8 bis de la ley de defensa del consumidor.....	61
<u>Capítulo 5: Jurisprudencia Nacional/ Provincial</u>	64
1.Análisis de fallos al respecto.....	66
1.1 La importancia de la instancia administrativa previa a la instancia Judicial.....	69
<u>Conclusión</u>	74
<u>Bibliografía</u>	78

Introducción

El presente trabajo se desarrollará en el área del Derecho Privado III (Contratos) y Derecho Privado VIII (Daños), investigando en qué supuestos se torna procedente la aplicación del artículo 37 de la ley de defensa del consumidor en los contratos de adhesión de plan de ahorro para la adquisición de un vehículo 0km.

El artículo 37 de la ley 24.240 de defensa del consumidor es el que regula las cláusulas abusivas. Son aquellas que tienen por propósito provocar una desnaturalización de las obligaciones o limitar la responsabilidad por daños, las que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte, así como aquellas que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor. Dicha normativa consumeril ha sido incorporada al código civil y comercial de la Nación Argentina, en el Libro Tercero, Derechos Personales, Título III, Contratos de Consumo.

El efecto que tienen es regular las cláusulas de los contratos, en especial en aquellos que contienen cláusulas predispuestas, en los cuales el consumidor se adhiere a los fines de adquirir un determinado bien o servicio. Una vez que dicho contrato es consentido por el suscriptor se confecciona la relación de consumo compuesta por el proveedor del bien o servicio y el consumidor, o más precisamente llamado profano, quien se adhiere a las cláusulas predispuestas de dicho contrato.

La cuestión de esta problemática comienza con la confección del contrato, ya que es realizado por la parte experta en el tema, colocando al consumidor en una posición inferior frente al proveedor al desconocer de esta cuestión, es decir, la parte que confecciona el contrato de adhesión de plan de ahorro adquiere una posición dominante sobre el consumidor.

Es por ello que analizaré las cláusulas que considero abusivas, así como el fundamento de porque lo son, y que daños y/o perjuicios pueden provocar hacia el profano.

Para ello, formulé el objetivo general y los objetivos específicos, relacionados puntualmente al análisis de las cláusulas que considero que poseen características abusivas.

Por lo que puedo proceder a mencionar: el cálculo del monto de la cuota que se debe abonar mensualmente, así como a partir de qué momento comienza a computarse el plazo de entrega de la unidad, las exigencias de los requisitos crediticios en la presentación de la carpeta de créditos, la discontinuación del modelo ahorrado, cómo y cuándo se realiza el cálculo del reintegro del dinero aportado, ya sea por baja, rescisión y/o finalización del plan.

Elegí esta problemática porque en la actualidad, es la modalidad de contratación elegida por la mayoría de la sociedad, porque permite la posibilidad de comprar un vehículo financiado con integraciones de poco dinero a través de la suscripción de un contrato con cláusulas predispuestas, las cuales están estipuladas en las condiciones generales de contratación y por lo que el consumidor una vez suscripto al plan no puede rechazarlas, encontrándose obligado al mismo hasta tanto finalice el plan de ahorro.

A los efectos de cumplir con los objetivos propuestos recurriré a un marco metodológico, de tipo descriptivo con tendencia correlacional, ya que en primer término pretendo realizar una descripción del tema elegido, manifestando las opiniones de los autores leídos, para darle un marco introductorio a lo que va a ser la investigación.

El método a utilizar, será de tipo cualitativo, el cual consiste en efectuar la recolección de datos e información del tema sin medición numérica ni estadísticas. Seleccionando de manera minuciosa el material que se ajuste a nuestra problemática y analizarla, para poder arribar a la respuesta que se pretende.

En cuanto a la justificación y relevancia del problema, es de suma importancia que el consumidor en forma previa a la adhesión, pueda leer detenidamente el contrato, interiorizarse e informarse en que consiste esta modalidad de contratación, así como tomar conocimiento de las condiciones a las cuales se encontrará obligado hasta tanto finalice el plan.

Para cumplir con los objetivos generales desarrollaré los capítulos del Trabajo Final de Grado de la siguiente manera: El capítulo I, tendrá una finalidad introductoria y en el mismo se hará referencia a

los conceptos básicos de dicha problemática, como el concepto de contratos de adhesión, cláusulas abusivas, la regulación en la ley 24.240 de defensa del consumidor, así como en el código civil y comercial de la nación.

En el capítulo II introduciéndonos en el tema, realizaré una explicación en relación a que es un contrato de adhesión de plan de ahorro, en que consiste su procedimiento, y cuál es el rol del suscriptor dentro de la relación de consumo.

En el capítulo III, explicaré cuales son las cláusulas que según lo leído e investigado podrían llegar a provocar daños y perjuicios en el consumidor, pudiendo llegar a calificar dichas cláusulas en abusivas.

En el capítulo IV, ya con un conocimiento certero en la temática, manifestaré la relación del problema de investigación con la variable de la incidencia del art. 4 del deber de información, así como la incidencia del art. 7 y 8 bis de la Ley 24.240 de defensa del consumidor.

Por último, en el capítulo V, hablaré de la jurisprudencia nacional y provincial relacionada con la temática, analizando la pluralidad de fallos que surjan con respecto al problema de investigación, y la importancia de la instancia administrativa previa a la instancia judicial.

Para finalizar realizaré las conclusiones en relación a los temas que voy a tratar en cada capítulo.

Por lo tanto, adelanto aquí lo que se intenta demostrar con este trabajo, es la aplicación del artículo 37 de la ley de defensa del consumidor en los contratos de adhesión de plan de ahorro en ciertas cláusulas que lo componen, es decir, intentar lograr con este trabajo, determinar que cláusulas provocan un desequilibrio en la relación de consumo, el cual deviene en un daño y/o perjuicio hacia el consumidor. Pretendiendo proponer la redacción integra de estas cláusulas, otorgando derechos y obligaciones de manera equilibrada para las partes, como en un contrato paritario, pero a través de la modalidad de adhesión.

Capítulo I: Nociones Generales

Introducción

Para dar inicio al trabajo de investigación en el presente capítulo, en primer término comenzaré a manifestar de manera introductoria el concepto de contrato de adhesión, para qué se utiliza y cuáles son sus características, hablaré de su regulación e interpretación en el código civil y comercial de la nación. Se pretende que el lector pueda dilucidar cuando se encuentra frente a un contrato de adhesión y cuáles son los beneficios de contratar a través de esta modalidad.

Asimismo explicaré acerca de las cláusulas abusivas, cuál es su definición, cuando estamos frente a una de ellas, como es su regulación tanto en la ley 24.240 de defensa del consumidor, como en el código civil y comercial de la nación. Es decir, lo que se pretende expresar al lector en el presente, es la explicación de cómo se encuentra compuesta la estructura de los contratos de cláusulas predispuestas, como así también la definición de cláusulas abusivas estipulada por la legislación vigente. Luego de ello, una vez que dichos conceptos se encuentren claros y definidos, comenzaré a manifestar acerca del problema de investigación.

1. Contratos de adhesión.

Los días en que los contratos de consumo se firmaban luego de intensas negociaciones y discusiones y regateos de precio han llegado a su fin. Los contratos de consumo no se negocian; ni siquiera se leen. ¿Cuántos lectores de este trabajo habrán leído el contrato cuando compraron su último teléfono celular? (Shina, 2016, pág. 155)

Los contratos de adhesión son aquellos compuestos por cláusulas predispuestas, es decir, cláusulas unilaterales, elaboradas y confeccionadas por la parte que ofrece el producto o el servicio, con lo cual el adherente solamente tiene la posibilidad de adherirse o no a dicho contrato, sin tener posibilidad alguna de discutir, contraofertar, o modificar sustancialmente las cláusulas que lo componen.

Al respecto Alterini (2015) manifiesta lo siguiente:

En los contratos de adhesión, se advierte lo siguiente: 1) la libertad de configuración queda reducida a poco o nada respecto de la parte que se adhiere; 2) el adherido se encuentra en situación de inferioridad fáctica y jurídica respecto de la parte que elaboro el contenido normativo del contrato; 3) resulta necesario establecer reglas de interpretación propias para la contratación en masa; 4) la situación se agrava cuando el predisponente presta un servicio o producto en condiciones monopólicas, encontrándose el no predisponente en una estado de necesidad, ya que no podrá darse el lujo de rechazar el contrato; 5) en la contratación masiva, en cambio, se produce un fenómeno de despersonalización, donde el consumidor es prácticamente anónimo, produciéndose la masificación.(pág. 929)

Dichos contratos deben ser impresos en idioma castellano, con letras destacadas a simple vista para una visión normal, utilizando un lenguaje que pueda ser comprendido por el consumidor, es decir sin la utilización de lenguaje técnico alguno.

A raíz de los avances tecnológicos y el perfil consumista que ha adquirido nuestro país en los últimos años, la mayoría de las relaciones comerciales se realizan a través de estos contratos debido a la rapidez en su celebración, ya que no deben negociarse las cláusulas entre las partes como en el resto de los contratos.

Los contratos con cláusulas predisuestas por los empresarios y sujetos a condiciones generales surgieron de las necesidades propias de la actividad económica, caracterizada por el volumen de las transacciones y la velocidad de circulación de los bienes y servicios durante la era industrial y sobre todo en la posindustrial. (Wajtraub, 2017, pág. 211)

Afirma (Alterini, 2015):

Así, mientras en los contratos paritarios resulta difícil conocer quién es la parte débil; por el contrario, en el contrato por adhesión y cuando además es de consumo, ello resulta sencillo puesto que siempre lo es el consumidor o usuario, también conocido como no predisponente o adherente, con lo cual a nuestro juicio- se presume *iuris et de iure* que se encuentra en desequilibrio contractual. Esta última conclusión, fuertemente defendida por la doctrina especializada, (...). (pág. 935)

Se puede mencionar distintos tipos de contratos de adhesión, entre ellos, aquellos que se utilizan en las entidades financieras para solicitar créditos prendarios, hipotecarios, aquellos para adherirse al

servicio de televisión por cable, los que se utilizan para la adhesión al servicio de telefonía celular, así como aquellos en los cuales se comercializan bienes inmuebles (casas, departamentos, etc.) y/o muebles (vehículos 0km., motos, etc.).

Por su parte, Vallespinos (1984) citado por Muguillo (2016) define:

Este contrato por adhesión como aquel en el cual el contenido contractual ha sido determinado con prelación por uno solo de los contratantes y al cual deberá adherirse el otro que desee formalizar esa relación jurídica. Estos contratos tienen como característica que su configuración interna ha sido dispuesta anticipadamente por una de las partes (predisponente), quedando la otra solo con libertad de aceptar o no, pues su libertad de debatir la configuración interna del acuerdo ha desaparecido. La unilateralidad del iter constitutivo contractual es así característica de este tipo de contratos. (pág. 64)

En la mayoría de los casos la parte que ofrece el bien o servicio, tiene como fin que el consumidor firme de inmediato dicho contrato, es por ello que insistentemente siempre lo que es ofrecido es una oportunidad que no puede perderse, que es el último día para adherirse, y millones de excusas que provocan, que ante la vulnerabilidad del consumidor en adquirir lo que se está ofreciendo, no se preste atención a las obligaciones que deberá cumplir luego de suscribirse. En la mayoría de los casos el vendedor en su afán de vender y de convencer al consumidor que debe adquirir dicho producto o servicio, se limita a informar lo justo y necesario, más aun omitiendo muchas veces cuestiones que de acuerdo con el caso concreto, en un futuro devienen en un daño o perjuicio para el profano.

Claramente se advierte en este tipo de contratos que existe entre las partes una desigualdad, al menos en lo formal y en su formación, ya que no encontramos una paridad (propia de los contratos paritarios o discrecionales), que hace advertir o al menos presumir una suerte de abuso contractual. (Muguillo, 2016, pág. 67)

El consumidor o el llamado profano, es quien no tiene el conocimiento del producto o del servicio ofrecido a través del contrato de adhesión, con lo cual al adherirse a dicha modalidad, adquiere un lugar de inferioridad frente al proveedor.

Explica Muguillo (2016):

No puede dejar de resaltarse que se genera en virtud del contrato por adhesión, un sometimiento de una de las partes del contrato al orden jurídico particular organizado y predispuesto por la otra de mayor peso económico, por lo cual se ve restringida la libertad de la primera a la sola facultad de conclusión del acuerdo, pues la interna del contrato viene impuesta por la parte económica fuerte. (pág. 63)

Es por ello que resulta de suma importancia que al momento de contratar el consumidor tenga acceso al contrato de adhesión en el cual se encuentran todas las condiciones generales de contratación y sus anexos, para que pueda leerlo detenidamente y determinar que lo ofrecido coincide con lo estipulado en el mismo.

Los contratos de adhesión siempre van a estar compuestos por cláusulas inamovibles, inmutables y estandarizadas las cuales van a variar de acuerdo con el producto o servicio ofrecido. A partir de la suscripción del mismo se confecciona la relación de consumo entre el consumidor y el proveedor, por lo que además de ser regulado por el código civil y comercial de la nación, también lo es bajo el amparo de la ley de defensa del consumidor.

En conclusión, es la práctica contractual más difundida en la actualidad (...), sería virtualmente imposible hacer un contrato individual para cada cliente que requiera el mismo servicio que otros veinte millones de usuarios. No se puede dejar de decir que los contratos de adhesión son imprescindibles para el tráfico masivo de bienes y servicios. (Shina, 2016, pág. 156)

1.2. La regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación.

Conforme el art.984 del Código Civil y Comercial de la Nación Argentina:

El Contrato por adhesión es aquel mediante el cual uno de los contratantes adhiere a cláusulas generales predispuestas unilateralmente, por la otra parte o por un tercero, sin que el adherente haya participado en su redacción¹.

Este tipo de contratos es una modalidad del consentimiento, en el cual la libertad contractual del adherente se limita a la autodecisión (Facultad de contratar o no) y si se trata de bienes imprescindibles solamente existe la opción de suscribirse. Es por ello que el nuevo código prevé que las cláusulas generales deben ser comprensibles, y autosuficientes, así como su redacción debe ser fácilmente legible.

Al respecto el Art. 985 del Código Civil y Comercial de la Nación Argentina, establece:

Las Clausulas generales predispuestas deben ser comprensibles y autosuficientes. La redacción debe ser clara, completa y fácilmente legible. Se tienen por no convenidas aquellas que efectúan un reenvío a textos o documentos que no se facilitan a la contraparte del predisponente, previa o simultáneamente a la conclusión del contrato. La presente disposición es aplicable a la contratación telefónica, electrónica o similar².

En relación a lo manifestado Muguillo (2016) dice:

Así, se exhiben en la norma dos características: la configuración interna del contrato es obra unilateral, o sea, producto de una sola voluntad, cual es la parte predominante que dicta la llamada “Ley del Contrato” (o de un tercero), y su contraparte o adherente carece de poder de negociación de los términos contractuales, pues no participa en su redacción. (pág. 65).

Parece razonable que los Tribunales sean más exigentes con el profesional, con quien ejerce su oficio con habitualidad, pues su cualidad hace presumir su competencia. De allí que su error se presuma inexcusable y su ignorancia, invocable. Esta última afirmación se relativiza, al tiempo que acredite una imposibilidad insuperable en informarse, o que el vicio, si ese es el tema, no era factible de ser verificado. (Stiglitz, 000/011787)

¹ Art. 984. Cód. Civil y Comercial de la Nación Argentina. Ley 26.994. Honorable Congreso de la Nación

² Art. 985. Cód. Civil y Comercial de la Nación Argentina. Ley 26.994. Honorable Congreso de la Nación

1.3. Interpretación de los contratos por adhesión.

La realidad de los hechos es que en cuanto a la interpretación de estos contratos, es viable aclarar que ambas partes se encuentran en posiciones distintas, es decir el proveedor siempre se va a encontrar en una posición superior frente al consumidor, en primer término porque es la parte que tiene conocimiento del producto o del servicio y en segundo término porque es quien redacta las condiciones de dicho contrato.

En la interpretación de estos contratos, la buena fe que legalmente es exigida a los contratantes se debe acentuar, en tanto las partes cuentan con medios desiguales en una convención que debe ser equivalente. Por ello aquel que contrata teniendo que suscribir un contrato con cláusulas predisuestas debe obtener el beneficio de una interpretación a su favor. (Muguillo, 2016, pág. 66)

Es decir al ser clara la desigualdad en este tipo de contratos, la buena fe que es exigida legalmente a los contratantes, se debe profundizar, es por ello que en lo que respecta al proveedor, al redactar las cláusulas las mismas deberán ser escritas en un lenguaje que no sea técnico, que pueda interpretarse de forma clara, que sea detallado, es decir, cláusulas que no sean sorpresivas.

En este sentido, Alterini (2015) señala:

El fundamento de esta regla radica en que, es el predisponente quien redacta, de manera exclusiva, el texto contractual satisfaciendo sus intereses económicos en desmedro de la otra parte, por lo cual en caso de duda debe interpretarse a favor del adherente, en virtud que ha carecido de libertad de configuración. La regla, en cuanto suministra esta directiva de interpretación contra proferente, importa una aplicación del principio de buena fe, imponiendo una sanción a quien ha infringido el deber de expresar su declaración comprensiblemente. En otros términos, si existiera duda de los diferentes significados que tuviera una cláusula predisuesta inserta en un contrato tipo, ante la dificultad, debe interpretarse en contra de aquella parte que las escribió o redactó, de modo unilateral. (pág. 933)

Existen casos en que luego de la celebración de la operación comercial, el vendedor no le entrega al consumidor el ejemplar del contrato que le pertenece, con lo cual muchas veces el profano no tiene conocimiento legítimo del producto que está adquiriendo, con el agravante de que la

adquisición de un vehículo a través de la modalidad de plan de ahorro, tiene un procedimiento a seguir. Por ello se expresa desde vieja data que en los contratos por adhesión rige el principio “contra preferentem”, es decir, en contra del predisponente o autor de las cláusulas uniformes, directiva válida a la luz del principio de buena fe determinado por el art. 961 del CCC. (Muguillo, 2016, pág. 66)

Es por ello luego de haber suscripto el contrato, comienzan a suscitarse situaciones en las cuales el consumidor comienza a plantearse determinadas cláusulas que no fueron tomadas en cuenta al momento de contratar, que claramente son imposibles de cumplir por parte del consumidor, siendo estas ambiguas, no legibles y que de una u otra manera perjudican al consumidor, estas son las llamadas Cláusulas Abusivas.

2. Cláusulas Abusivas.

2.1. Definición.

De la información recaba de distintos autores, puedo manifestar que las cláusulas abusivas son aquellas que provocan un desequilibrio entre las partes que componen la relación contractual, toda vez que el proveedor cuya posición es superior a la del consumidor, se aprovecha del conocimiento de la modalidad contractual como del producto ofrecido, encontrándose el consumidor en una posición débil y vulnerable frente a este.

Tal como lo expresan Tinti y Calderón (2017):

Por cláusula abusiva debe entenderse aquella convención hecha dentro de un contrato que de algún modo desnaturaliza la relación de equivalencia de los derechos y obligaciones entre proveedor y consumidor. Se trata a nuestro criterio de un pacto que sobredimensiona, sobreeleva de manera desproporcionada y sin justificativo en la contraprestación, la situación contractual de una de las partes. (pàg.170)

En consecuencia, nos encontramos con una cláusula abusiva, frente aquellas prácticas comerciales que importan una desventaja comparativa para el consumidor, ya sea porque se ve afectada su capacidad de

discernimiento para ejercer la elección del producto o servicio a adquirir o por las particularidades a través de las cuales el proveedor oferta sus productos. (Tambussi, 2015, pág. 63)

Comenzando a incorporar dicho supuesto al tema del presente trabajo, puedo mencionar como cláusula abusiva con respecto a su redacción, aquellas relacionadas con el cálculo del monto de la cuota, ya que nunca es claro cómo se procede a calcular el monto a abonar, así como la exigencia de presentación de una carpeta de créditos (garantes), sin advertir previamente por parte del acreedor prendario cuales son los requisitos crediticios necesarios para garantizar la prenda del vehículo, información que permite al suscriptor determinar si cumple con las condiciones exigidas o no.

También puedo mencionar como cláusula abusiva con respecto a su aplicación, el tema de los plazos para la entrega, porque nunca es claro a partir de qué momento comienza el cálculo de los días, ni mucho menos cuando finaliza, ya que puede ser interpretado desde la puesta a disposición por parte de la administradora al concesionario o de la puesta a disposición de la administradora hasta la entrega efectiva de la unidad, y aquí tenemos el problema en relación a la mora, porque en la mayoría de los casos los cálculos de la administradora difieren con los del adjudicatario.

Barocelli (2016) dice al respecto:

La problemática de las llamadas cláusulas abusivas es una derivación del instituto del abuso del derecho en materia contractual. En este sentido, el carácter de abusivo de cierta cláusula puede surgir de ella misma o de su combinación con otra. Asimismo, el análisis sobre la abusividad de una cláusula puede analizarse teniendo en cuenta su redacción (Visión Estática) o su aplicación (Visión Dinámica). (Barocelli, 2016)

Las cláusulas que componen los contratos de adhesión de plan de ahorro, pueden ser sorpresivas, ambiguas, ilegibles, o claras, lo que las destacan es que son confeccionadas en menoscabo del consumidor.

Son sorpresivas las que se presentan cuando los efectos que de ellas se derivan, resultarían, además de desfavorables, notoriamente inesperadas para un cliente común. En término de Stiglitz, “se trata de cláusulas tan insólitas que el adherente no contaba con su existencia”.

Son Cláusulas (...) claras aquellas en la que el predisponente casi con descaro, presenta fehacientemente y sin ocultarlo un efecto abusivo.

Hay ambigüedad cuando una cláusula admite más de una interpretación y también cuando existen cláusulas insuficientemente destacadas, ya sea porque algunos conceptos no están correctamente definidos o expresados; o cuando la cláusula contradice la información que previamente se había proporcionado al co-contratante por medio de agentes, publicidad, folletos explicativos, etc.

Por ultimo encontramos a las cláusulas ilegibles. Entendemos por legibilidad, siguiendo a Stiglitz, la posibilidad real y efectiva de poder leer fácilmente lo escrito, la ilegibilidad constituye otra causal de impugnación, a fin de evitar que los caracteres impresos de manera indescifrable o el modo como es presentado el texto dificulten (...) la toma de conciencia del texto contractual. (Barocelli, 2016)

De todo lo expuesto debe quedar en claro que el carácter más saliente de la cláusula abusiva consiste en que importa un desequilibrio significativo entre los derechos y obligaciones contenidos en las condiciones generales del contrato y debe serlo en detrimento del consumidor y apreciado al momento de la conclusión del contrato. (J, La regulación de las cláusulas abusivas en el código civil y comercial: la influencia de las normas del Derecho de consumo sobre el derecho de los contratos en general, 2015)

2.2. La Regulación en la Ley de 24.240 de Defensa del Consumidor.

El artículo 37 de la Ley de Defensa del Consumidor, manifiesta que sin perjuicio de la validez de los contratos se tendrán por no convenidas: a) Las cláusulas que desnaturalicen las obligaciones o limiten la responsabilidad por daños; b) Las cláusulas que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte; c) Las cláusulas que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor. La interpretación del contrato se hará en el sentido más favorable para el consumidor.

Cuando existan dudas sobre los alcances de su obligación, se estará a la que sea menos gravosa. En caso en que el oferente viole el deber de buena fe en la etapa previa a la conclusión del contrato o en su celebración o transgreda el deber de información o la legislación de defensa de la competencia o de lealtad comercial, el consumidor tendrá derecho a demandar la nulidad del contrato o la de una o

más cláusulas. Cuando el juez declare la nulidad parcial, simultáneamente integrará el contrato, si ello fuera necesario³.

Este artículo es el que regula el contenido en los contratos de adhesión teniendo como fin el resguardo de los derechos del consumidor, es decir este artículo es la herramienta que posee el consumidor a los fines de reclamar sus derechos cuando se encuentren vulnerados, en razón de poder dilucidar cuales son los recursos que posee para defenderse de tal situación.

En lo que respecta al tema de investigación a través de este artículo, se podrá justificar que cláusulas son consideradas abusivas en los contratos de adhesión a los fines de adquirir un vehículo Okm., las cuales dependiendo del caso concreto, serán resueltas por los juristas en relación a su valoración en particular.

El fundamento de las cláusulas abusivas se basa en la necesidad de proteger a una parte contratante contra la otra ante el abuso que esta última puede cometer al imponer un contrato cuyo contenido es negociable y que, por lo tanto, no puede ser más que aceptado en forma global por la parte contraria o rechazado. (Picasso & Vazquez Ferreyra, 2009, pág. 483/484)

Es decir que lo regulado en dicho artículo, claramente estipula que se debe tener en cuenta para determinar la existencia de una cláusula abusiva, lo que debería realizarse al momento de confeccionar el contrato de adhesión.

Las Cláusulas abusivas en materia de relaciones de consumo receptadas por el art. 37 de la Ley de Defensa del Consumidor, persiguen como finalidad la equiparación de una situación de desequilibrio o simetría contractual, existente entre el proveedor y el consumidor o usuario. En el marco de la relación de consumo se configura un vínculo jurídico entre un sujeto profesional (Proveedor) que goza de una posición dominante dentro de la relación, y un profano (Consumidor) que se presenta en una situación de inferioridad jurídica, por ende, el sistema de protección del consumidor pretende equiparar esas marcadas desigualdades. (J, La regulacion de las clausulas abusivas en el codigo civil y comercial: la influencia de las normas del Derecho de Consumidro sobre el Derecho de los contratos en general , 2015)

³ Art. 37. Derecho del Consumidor. Ley 24.240 de defensa del consumidor Comentada

Lo que se debe tener en cuenta es que no existe una enunciación objetiva de lo que es una cláusula abusiva, la legislación la estipula en relación a conductas de disparidad, desequilibrio, desnaturalización, diferenciación de posiciones, pero no enuncia requisitos o cualidades para poder diferenciarla a simple vista.

2.3. La Regulación en el Código Civil Y Comercial de la Nación.

En el Código Civil y Comercial de la Nación, las cláusulas abusivas se encuentran reguladas en el artículo 1119, el cual manifiesta que: Es abusiva la cláusula que, habiendo sido o no negociada individualmente tiene por objeto o por efecto provocar un desequilibrio significativo entre los derechos y obligaciones de las partes, en perjuicio del consumidor⁴.

Como surge del artículo comentado, el juez deberá analizar todos los derechos y obligaciones atribuidos a las partes en el contrato, para poder evaluar en forma contextualizada la existencia de un desequilibrio en perjuicio del consumidor. Para analizar si existe este desequilibrio, debe evaluarse que derechos y obligaciones hubiera aceptado un contratante razonable y de buena fe en un contrato negociado libremente y en condiciones de paridad. (Rivera & Medina, 2015, pág. 773)

Desde un punto de vista práctico, el desequilibrio lo encontramos desde el momento de la suscripción del contrato, ya que el profesional siempre se va a encontrar en un lugar de ventaja frente al profano, porque es quien tiene el conocimiento e información del producto o servicio ofrecido, es decir desde un primer momento este desequilibrio va a existir, pero dependerá del caso en concreto de en cuanto se encuentren vulnerados los derechos y obligaciones del consumidor.

Por su parte, LORENZETTI (2009), citado en Shina (2016), explica que:

La terminología que se utiliza para designar las cláusulas que favorecen desmedidamente a una de las partes en perjuicio de la otra y del mandato de buena fe puede adoptar distintas coloraciones, pero en general indica siempre que, mediante la utilización de ciertos recursos técnicos como las cláusulas de las

⁴ Art. 1119 Cód. Civil Y Comercial de la Nación Argentina. Ley 26.994. Honorable Congreso de la Nación

condiciones generales negociables, una de las partes se procura una situación de privilegio en caso de litigio. (pág. 157)

Al respecto Santos Ballesteros (2005), citado en Barocelli (2016) manifiesta:

No todas las condiciones generales ni las cláusulas impuestas por un contratante unilateralmente ostentan, por si mismas, la condición de abusivas, que solo lo serán en la medida en que involucren facultades o atribuciones que, en general, desmejoren la situación del contratante más débil, o que limiten el ejercicio de las acciones para hacer efectivo las prestaciones estipuladas a su favor, o que restrinjan el reconocimiento de las indemnizaciones a que tiene derecho por incumplimiento de la parte predisponente. (...). Por otra parte, la pre redacción de las cláusulas abusivas constituye un comportamiento típicamente contrario a la buena fe. (Barocelli, 2016)

Conclusión

Luego de todo lo expuesto en este capítulo, puedo decir que los contratos de adhesión surgen a los fines de agilizar la negociaciones, ya que a través de la confección de cláusulas generales se agilizan los procesos al momento de contratar, por lo que no hay cláusulas a negociar por parte de las partes, sino la simple adhesión de quien contrata. Comercialmente es la modalidad utilizada por excelencia, ya sea en suscripciones de créditos prendarios o préstamos personales en lo que respecta a los bancos, adhesión a servicios de televisión por cable, adhesión a servicios de telefonía celular, adhesión a tarjetas de créditos, así como adhesión a la compra de vehículos 0km.

Dentro del mercado consumista en el cual nos encontramos inmersos en la actualidad, es claro que esta modalidad contractual no puede desaparecer, por que agiliza las operaciones comerciales en beneficio de ambas partes, el proveedor en relación a la venta y el consumidor ante la posibilidad de adquirir el producto. Es conveniente que el profano tenga la posibilidad de leer de forma previa los contratos de cláusulas predispuestas, para poder entender las condiciones a las cuales se encontrará obligado a cumplir a los fines de obtener el producto que se pretende.

Considero que son contratos prácticos y simples a la hora de celebrar una operación comercial, pero se encuentran confeccionados de manera tal, que luego de leer una carilla, resultan tediosos y extensos, lo que provoca en la mayoría de los casos la falta de lectura por parte del consumidor, el cual ansioso por contratar y adquirir el producto o servicio deseado no presenta interés en leer las cláusulas por las cuales se encontrará obligado.

Capítulo 2: Contratos de adhesión de Plan de ahorro

Introducción

En el presente capítulo explicaré que es un contrato de adhesión de plan de ahorro, en que consiste el procedimiento para la adquisición de un vehículo 0km. y cuáles son los beneficios que tiene el suscriptor al adquirir un vehículo a través de esta modalidad.

Este tipo de contratación surge en el año 1960 en nuestro país, y año tras año su crecimiento a logrado posicionarla en el mercado de manera tal que a raíz de la condición inflacionaria que sufre la

Argentina, hoy en día es el modelo de contratación más elegido por la sociedad, porque permite la posibilidad de acceder a un vehículo 0km. con integraciones de dinero inferiores a las necesarias para adquirir un automóvil de manera convencional.

La modalidad consiste en la suscripción de un contrato con cláusulas predispuestas, por lo que a los fines de adquirir un vehículo 0km, es menester cumplir con una serie de requisitos que estipula dicho contrato.

Para ello, el consumidor debe suscribirse a un plan de ahorro al cual se lo identifica con un número de grupo y orden, luego el adherente se encuentra en condiciones de poder adjudicar el vehículo lo que se puede realizar por sorteo o licitación. Una vez obtenida la calidad de adjudicatario, se debe realizar el pedido de la unidad conjuntamente con la presentación de la carpeta de créditos y a partir de dicho momento comienzan los plazos para el arribo de la unidad y la documentación a la concesionaria. Procediendo a realizar la inscripción de la unidad en el Registro del automotor, finalizando con la entrega efectiva del vehículo.

En la mayoría de los casos en este tipo de modalidad contractual no se realiza una explicación exhaustiva del procedimiento completo, ya que el vendedor de planes de ahorro para conquistar al consumidor, hace hincapié en que con sumas mínimas de dinero se puede retirar un vehículo, o que con entrega asegurada en una determinada cuota se obtiene la unidad, es decir pretende lograr la vulneración de la voluntad del consumidor para que decida realizar la operación comercial de inmediato.

En conclusión, en el presente capítulo realizaré una explicación detallada de esta modalidad contractual, cómo y en que consiste el procedimiento, y cuáles son las ventajas de adquirir un vehículo a través de esta modalidad.

1. ¿Qué es un Contrato de Adhesión de Plan de Ahorro?

El contrato de adhesión de plan de ahorro, es aquel utilizado para la compra de un bien mueble, a través de un sistema de ahorro previo, administrado por empresas no bancarias, mediante las cuales los consumidores aportan cuotas periódicas antes de la adquisición del bien.

Tiene por objeto hacer posible la adjudicación en propiedad de un bien mueble, prendable y asegurable para cada adherente. Cada suscriptor es incluido en un grupo, que es el que se forma por el conjunto de suscriptores que habiendo elegido un mismo plan aportan a sus cuotas para la formación de un fondo común destinado a la adquisición de bienes muebles.

Cada grupo se constituye con un número de suscriptores igual al doble del total de meses de duración del plan. El adherente participará de los planes con la única y exclusiva finalidad de obtener la adjudicación prevista del bien en un todo de acuerdo con las condiciones generales de contratación.

El valor del bien mueble ahorrado se divide en cuotas, las cuales no son fijas, ya que se encuentran sujetas a valor móvil, esto quiere decir que al aumentar el precio del bien ahorrado aumenta la cuota, con lo cual mes a mes el pago de las cuotas es variable, es decir nunca se va a abonar el mismo costo. Este valor será determinado por el fabricante nacional o representante exclusivo en el país del fabricante exportador al momento de constituirse cada grupo.

Al respecto, Junyent Bas (2017) expresa:

Este tipo de contratación tiene como finalidad la acumulación de capital, de manera tal que la empresa vendedora se hace de los fondos en forma inmediata y puede ir entregando el producto de que se trate, en la medida que los suscriptores sigan abonando nuevas cuotas y, por ende, la cadena o círculo de capitalización permitirá la adquisición de los bienes. (pág. 140)

Las partes que componen esta modalidad de contratación son las siguientes: a) la administradora, b) el fabricante, c) el vendedor y d) el consumidor.

La administradora del plan de ahorro, es la sociedad que ejerce los derechos y asume las obligaciones contenidas en las condiciones generales con motivo de la administración del sistema dentro de cada grupo y hasta la total liquidación de cada uno de ellos. Es quien tiene a cargo la

redacción del contrato, la cual se realiza a través de una solicitud de adhesión, que contiene cláusulas predispuestas, unilaterales, que no permiten discusión alguna por la parte contratante.

El fabricante es quien fábrica y/o comercializa el bien tipo, es quien junto con la administradora son solidariamente responsables por el cumplimiento de las condiciones estipuladas en el contrato de adhesión.

El vendedor es quien se encarga de ofrecer y/o vender el producto, siendo intermediario entre la administradora y el suscriptor.

Por último el consumidor, es la persona de existencia física o jurídica que decide suscribirse a un plan de ahorro a los fines de adquirir un vehículo 0km.

El sistema de plan de ahorro, es la modalidad elegida en la actualidad para la adquisición de vehículos 0km., y el fundamento lo podemos encontrar conforme las manifestaciones de Gustavino (1988) citado por Junyent Bas, Garzino y Junyet (2017), quien afirma que la contratación por sistemas de ahorro para la compra de bienes determinados se ha difundido de manera sorprendente y la ventaja del ahorro es que la empresa cobra y luego entrega el bien, con lo que se altera sustancialmente el ciclo económico, disminuyendo los riesgos. (pág. 137)

“Así, si bien existe voluntad por parte del adherente de realizar el acto negocial, no existe libertad en cuanto a la configuración del contenido del contrato, por lo que debe tomar o dejar las cláusulas pre redactada sin poder modificarlas” (Picasso & Vazquez Ferreyra, 2009, pág. 482)

1.1 En que consiste el procedimiento para la adquisición de vehículo 0km.

El adherente debe suscribirse al plan de ahorro, a través de un contrato que es confeccionado por la administradora, para ello deberá firmar el contrato de adhesión, consintiendo todas las cláusulas que lo componen. Una vez suscripto, el plan de ahorro adquiere un número de grupo y número de

orden, cifra que le va a otorgar una identificación a dicho plan, y que es el conjunto que se constituye con tantos adherentes como cantidad de cuotas tiene cada plan multiplicada por dos.

Cuando el plan adquiere número de grupo y orden, el adherente se encuentra en condición de adjudicar, lo cual se puede realizar a través de dos procedimientos, sorteo y licitación. Cada mes se adjudican dos unidades por grupo, la primera se realiza por sorteo, la cual se encuentra librada al azar y la otra es a través de licitación que es el aporte de dinero dentro de cada grupo, resultando ganador el mejor postor.

Luego de ello, al encontrarse adjudicada la unidad, es el momento de realizar el pedido del vehículo, solicitando el mismo vehículo ahorrado u optando por la posibilidad de solicitar cambio de modelo, el cual va a depender de los modelos que disponga la administradora. De elegir esta opción condicionará al adjudicatario abonar la diferencia por el modelo solicitado, dinero que deberá ser aportado en el momento en que se realiza el pedido de la unidad, como así también la aceptación de un plazo de 60 días adicionales a los estipulados por contrato. Asimismo en dicha oportunidad deberá presentarse una carpeta de créditos, requisito que es determinado por contrato y que es condición esencial para poder pedir el vehículo.

Las garantías que sean solicitadas con la presentación de dicha carpeta dependerán de la deuda prendaria que posea la unidad al momento de pedir el vehículo, con lo cual nunca es posible determinar cuáles serán los requisitos crediticios para poder pedir el vehículo, colocando al consumidor en una situación de incertidumbre al momento de suscribirse, ya que no se encuentra estipulado de manera objetiva cuáles serán las condiciones crediticias que el suscriptor deberá cumplir.

Luego de presentada y aprobada la carpeta crediticia comienzan a correr los plazos para el arribo del vehículo y la documentación al concesionario, quien será el encargado de realizar la entrega de la unidad. Si el modelo a retirar es el mismo al ahorrado el plazo de entrega generalmente ronda entre los 50 y 60 días dependiendo de la marca del vehículo comercializado, y en el caso en que se

solicite un vehículo diferente al ahorrado se deberán anexar al plazo mencionado precedentemente 60 días adicionales.

Una vez que el vehículo y la documentación arriban a la concesionaria, se procederá a iniciar el trámite de pantentamiento de la unidad, es decir la inscripción en el Registro del automotor que corresponda, finalizando con la entrega efectiva del vehículo. Queda claro que la obligación de la administradora es entregar el vehículo y la documentación en los plazos comprometidos, pero como el vehículo es necesario que se encuentre inscripto para ser retirado, es aquí donde la responsabilidad en la diligencia del trámite, depende pura y exclusivamente de la concesionaria interviniente.

Dentro de esta modalidad de contratación surge una serie de contratos concatenados, o como se los denomina actualmente “conexados” o conexos, los que suscitan habitualmente conflicto en la relación contractual nacida entre el consumidor y la sociedad administradora del plan de ahorro. (M. B. J., 2018)

Al respecto Shina (2016) expresa:

“Es cierto que los contratos no se leen, pero también es real que los contenidos de esos contratos son incomprensibles para los usuarios; millones y millones de personas usan y pagan un servicio del que no saben absolutamente nada” (pág. 155).

Analizando lo manifestado Wajntraub (2017) dice:

De ello debemos deducir que hay una parte que busca una satisfacción, y que otra que intenta satisfacerla mediante un encadenamiento contractual. El consumidor desconoce las particularidades de la trama interna de estos complejos contractuales, y a fin de alcanzar el resultado anhelado, les es indistinto. (pág. 224)

1.2 El rol del Suscriptor.

El Suscriptor es la persona de existencia física o jurídica que se obliga mediante la suscripción de la solicitud, a dar cumplimiento a las obligaciones y requisitos contenidos en las condiciones generales de contratación. Este deberá cumplir con todas las disposiciones que solicita la

administradora para poder adquirir la unidad, ya sea realizar el pago mensual de las cuotas a término ya que el cumplimiento de dicha obligación permite que el suscriptor se encuentre en condición de licitar la unidad, así como en el caso de resultar adjudicado, deberá realizar el pedido del vehículo, presentar la carpeta de créditos, pagar el cambio de modelo en caso de solicitarlo, etc.

El suscriptor es quien decidió suscribirse al plan de ahorro con la ilusión de poder adquirir un vehículo 0km, es quien se encuentra comprometido a cumplir con una obligación de pago mensualmente con respecto a las cuotas, (...) no es un interdicto ni necesita un tutor que decida por él, pero es un sujeto protegido, en la inteligencia legislativa y constitucional de la necesidad de amparar al más débil (que también debe actuar de buena fe) en el marco de la relación de consumo. (Tambussi, 2015, pág. 81)

Al respecto Luft, (2015) manifiesta:

Sin duda el mayor aporte de la Ley 24.240 ha sido el principio “pro consumidor” declarado en el art. 3 que establece que “en caso de duda, se estará siempre la interpretación más favorable para el consumidor”. De este principio general protectorio derivan reglas particulares para su aplicación como la irrenunciabilidad de derechos, y el de indemnidad (el consumidor no debe sufrir perjuicio materiales ni morales en la relación de consumo). Los mismos cumplen una función fundadora de la norma: informar y propulsan al legislador, permitiendo llenar vacíos legislativos e inducen la interpretación en el sentido más favorable para el consumidor y la aplicación de la ley en igual sentido. (Enrique, 2016)

Conclusión.

De lo expresado en el presente, se entiende que esta modalidad contractual es la que ofrece el mercado a los fines de permitirle al consumidor obtener un bien acorde al nivel de vida elegido, es

decir es la modalidad de compra ideal para aquellas personas que no cuentan con una suma de dinero para pagar la totalidad de un vehículo.

Lo más grave de esta modalidad contractual es la capacidad que tienen los proveedores y/o vendedores para hipnotizar al consumidor logrando la operación comercial, sin permitirles una lectura previa y detenida de las condiciones a las cuales se encontrará obligado, hasta tanto finalice el plan de ahorro.

Pero por otro lado tenemos al consumidor que ante la necesidad de adquirir un vehículo 0km., consiente este tipo de modalidad de compra en todos sus términos, sin entender que es el gran perjudicado, porque en la práctica son muy pocas las personas que comprenden como es el procedimiento de plan de ahorro, ya que el resto de los consumidores, entienden que con el solo hecho de suscribirse al plan de ahorro los hace poseedores de un vehículo 0km, porque piensan que pagan cuotas fijas, o lo más común creen que el vehículo puede ser retirado sin la presentación de un garante que garantice la deuda prendaria.

Por lo tanto, en virtud de todo lo expresado, es correcto decir que esta modalidad de contratación es atractiva para el consumidor que no cuenta con el efectivo necesario para comprar un vehículo 0km., siendo la posibilidad y oportunidad para aquel que no puede acceder al financiamiento de un banco o para aquel que de acuerdo a sus ingresos tiene acceso a formas de pago acotadas, es decir poder pagar un bien de la envergadura de un vehículo 0km. a través de cuotas mensuales.

Capítulo 3: Clausulas que componen los contratos de adhesión de plan de ahorro

Introducción

En razón de lo manifestado en los capítulos anteriores, y teniendo el lector un conocimiento en relación a esta modalidad contractual, en el presente capítulo explicaré de manera clara y minuciosa, algunas de las cláusulas que componen el contrato de adhesión de plan de ahorro para la adquisición de un vehículo 0km.

Como bien he mencionado, estos contratos son confeccionados de manera estándar por todas las marcas de automotores por igual, pueden variar en relación a los días de cómputo de plazo para la entrega de la unidad, así como la forma de hacer efectivo el reintegro cuando el plan ha finalizado, pero para todo lo demás la modalidad contractual es la misma.

En este capítulo manifestaré la problemática que se investiga en este trabajo, y es claramente expresar y/o detallar cuales son las cláusulas que considero abusivas. Para ello presentaré la justificación acorde a la temática, la cual ha sido construida a partir de la lectura de distintos autores, así como a través del análisis de distintos fallos. Con lo cual a los fines de que dicha explicación sea entendida por el lector, en primer término pretendo manifestar el contenido real de las cláusulas, luego expresaré como funcionan en la práctica y por último justificaré porque considero que son abusivas.

1. Cálculo del monto de la cuota.

La cuota pura del plan de ahorro, se calcula al dividir el valor básico de la unidad reajutable vigente a la fecha de pago, por la cantidad de meses de duración del plan pactados al momento de la suscripción. Dichas cuotas son emitidas y cobradas por la administradora de manera mensual.

Los pagos son efectuados en las entidades bancarias o extra bancarias designadas al efecto por la administradora, utilizando los talones de pago o su equivalente si utilizare otro medio de pago autorizado. De no recibir el suscriptor el talón impreso para abonar la cuota mensual, antes de su vencimiento, esto no lo eximirá de su obligación de pagar en término la cuota comprometida debiendo requerir la información correspondiente a la administradora o en el concesionario o agente autorizado.

Cuando el suscriptor se encuentra en estado ahorrista, la falta de cumplimiento en término, forma, o en monto de los pagos, a cargo del adherente por tres (3) meses consecutivos o alternados, facultará a la administradora a declarar resuelta de pleno derecho la solicitud de adhesión. Cuando el suscriptor se encuentra en estado de adjudicatario, la falta de pago de una cuota, producirá la caducidad de los plazos otorgados para el pago de las restantes cuotas, haciendo exigible el total pendiente de pago, según valor móvil vigente al momento de pago, más un interés compensatorio y punitivo en favor del grupo.

Las cuotas no son fijas, se encuentran sujetas a valor móvil, esto significa que al aumentar el vehículo aumenta la cuota, el suscriptor todos los meses abona montos diferentes, y es dable aclararlo porque la mayoría de los suscriptores entienden que es un plan financiado 100%, sin interés y en cuotas fijas. Las cuotas se encuentran compuestas por los siguientes conceptos: a) cuota pura, b) importe de gastos administrativos, c) importe de seguro de vida colectivo si correspondiere y d) gastos de entrega en el supuesto que se incluyera en la cuota, ya que algunas administradoras lo incluyen. Es decir, existen algunas administradoras que incluyen este importe en la cuota, por lo que la prima a abonar mensualmente es mayor pero al momento de retirar la unidad el importe a abonar es accesible.

Junyent Bas, Garzino y Junyet (2017) dicen:

En una palabra, si bien es cierto que el precio lo define unilateralmente la fábrica, este debe adecuarse a los valores oficiales y/o de lista en la que el rodado en cuestión se comercializa en las operaciones comunes de compra-venta al momento de la adjudicación o licitación del vehículo, por lo que la variación del precio no debe ser caprichosa, pues, entonces si sería abusiva, sino que debe corresponderse con los valores oficiales. (pàg.152)

Durante la vigencia del plan el suscriptor podrá cancelar anticipadamente la totalidad de las cuotas del contrato en función de la cantidad de cuotas puras a vencer, más las cuotas vencidas que se encuentren total o parcialmente impagas al momento de la cancelación total, a lo valores vigentes en el grupo al momento del efectivo pago.

Asimismo, el suscriptor podrá cancelar anticipadamente parte de las cuotas, para ello se aplicará el mismo procedimiento para la cancelación total de cuotas, pero en este caso el pago anticipado se aplicara primero a cancelar las cuotas vencidas que se encuentren total o parcialmente impagas al momento de la cancelación anticipada y el monto restante se aplicara a cancelar las ultimas cuotas puras del contrato. La cancelación anticipada de cuotas durante el periodo de ahorro, no da derecho al suscriptor a obtener con anticipación la entrega del vehículo.

En la práctica ningún suscriptor controla detalladamente si los porcentajes informados en el contrato suscrito coincide con el cálculo del monto de cuota a abonar, y es aquí en el cual el adherente se encuentra en una situación de inferioridad frente al proveedor, ya que al haber adquirido una obligación de pago deberá abonar mensualmente las cuotas sin contar con una explicación detallada y precisa del importe que está abonando.

Claramente esta cláusula deviene en abusiva, desde el momento en que el adherente nunca tiene conocimiento de donde surge el monto real abonar, así como el cálculo de todos los conceptos que componen la cuota, y sobre que parámetros surgen las variaciones mensuales de las mismas.

Al respecto Junyent Bas, Garzino y Junyet (2017) expresan que:

La administradora no establece el precio del rodado de manera potestativa, sino que este depende de la fábrica y por ende, la cuota no puede ser fija, por el propio sistema de que se trata, sino que se va adecuando a las variaciones del mercado, en la medida que esta actualización no sea abusiva de conformidad a los precios medios del mercado para el tipo de modelo de que se trate. (pág. 152)

Esta cláusula es abusiva porque en el comprobante de pago se encuentran discriminados los conceptos que la componen, pero la realidad es que nada dice de donde surgen los montos que son cobrados por la administradora, porque no es claro por parte del fabricante cuales son los parámetros o de donde surge el valor que se tiene en cuenta para el cálculo de la prima.

Es decir no se encuentra especificado como es el cálculo de la cuota, más allá que en el contrato se encuentran informados los porcentajes a abonar por cada concepto, lo ideal sería es que dichos

porcentajes se encuentren calculados con los conceptos abonar, para brindar mayor información al suscriptor de que está abonando lo correcto.

Es por ello que mes a mes el suscriptor se encuentra en un estado de incertidumbre por no saber el monto a abonar en la cuota, porque a raíz de la situación inflacionaria que sufre nuestro país, esta modalidad realiza aumentos de manera exacerbadas en relación a las cuotas, provocando que algunos suscriptores desistan de abonar el plan por no poder afrontar la obligación de pago, provocando la rescisión del mismo y la privación del dinero aportado ya que es reintegrado por la administradora al momento de finalizar el plan.

En razón de lo expuesto, claramente la presente cláusula deviene en abusiva, es decir es procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor porque no es lógico que el suscriptor tenga la incertidumbre de saber cuánto va a ser el costo que deberá abonar, como tampoco es lógico que no se informe de manera correcta como se calculan los conceptos que componen la cuota, y esto es lo que ejemplifica el desequilibrio de la relación contractual, el proveedor impone un precio sin detalles claros, sin cálculos detallados y el consumidor debe abonarlos, ya que de lo contrario incumple con su obligación de pago, con la posibilidad de rescisión del plan y por ende la frustración de adquirir el vehículo en alguna oportunidad, así como de recuperar el dinero aportado en tiempo y forma.

Debería ser pertinente que el cálculo del monto de la cuota se encuentre referenciado bajo algún indicador, a los fines de que el consumidor pueda controlar si está abonando lo correcto, más aun que se exprese de manera clara en las cuotas como es el cálculo de todos los conceptos que la componen, ya sea gastos administrativos, seguro de vida, diferimientos, impuesto ley 25.413, gastos de sellado, etc.

2. Adjudicaciones.

La adjudicación de la unidad se realiza a través de un acto mensual con los fondos de cada grupo, en la sede social de la administradora, o en el lugar a designar por parte de la misma. El acto de adjudicación se realiza los días quince (15) de cada mes, realizándose de acuerdo con las posibilidades financieras de cada grupo. De existir fondos para un solo automotor, la adjudicación se realizara por sorteo, de existir fondos para más de un automotor, el primero se adjudicará por sorteo y el resto por licitación.

La adjudicación por licitación, es una integración de dinero que permite realizar la cancelación de cuotas, por lo que a mayor oferta de licitación, mayor va a ser las posibilidades de ganarla, es decir la licitación es aquel procedimiento que se encuentra sujeto al mejor postor.

Podrán ser adjudicatarios únicamente aquellos adherentes que no tengan deuda pendiente respecto del grupo, por lo que es condición para poder participar del acto de adjudicación encontrarse al día con el pago de las cuotas. El acto de adjudicación, haya o no concurrentes, se hará ante escribano publico designado por la administradora, quien labrará el acta respectiva, la que suscribirá conjuntamente con el apoderado de la administradora y el representante de la Inspección General de Justicia si concurriere.

La adjudicación es el momento a partir del cual cambia la condición del suscriptor, dejando este de tener la calidad de ahorrista⁵ para convertirse en adjudicatario, siendo esta condición la que le permite realizar el pedido de la unidad, por lo que una vez adquirido este estado, el adjudicatario se encuentra en circunstancias de solicitar el vehículo, es decir realizar el pedido de la unidad, pudiendo solicitar el modelo ahorrado o solicitar cambio de modelo, por una unidad distinta a la ahorrada.-

En la práctica, la mayoría de los suscriptores entienden que todos los meses pueden presentarse a licitar, situación que no es real, ya que depende de las posibilidades financieras de cada grupo, es

⁵ Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D(CNCom)(SalaD), “Del Valle, Pedro c Plan Rombo S.A. de Ahorro para fines determinados y otro s/ordinario, en la LEY 11/01/2018, 11/01/2018,3-LA LEY2018-A, 129_RCCyC 2018 (febrero), 02/02/2018, 220_LA LEY 15/03/2018, 4, con nota de Jonathan M. Brodsky; LA LEY 22/03/2018, 6, con nota de Franco Raschetti, AR/JUR/86166/2017.

decir que si el grupo al cual pertenece un adherente no logra reunir los fondos suficientes entre todos los ahorristas que lo componen, no habrá vehículo para adjudicar.

Si bien es una cláusula importante dentro del contrato, si se analiza detenidamente, entendemos que el suscriptor se encuentra dentro de una sociedad de ahorro compuesta por ahorristas los cuales realizan aportes para lograr adjudicar una unidad, con lo cual la adjudicación se realizará dependiendo de las posibilidades financieras del grupo, entendiéndose que esta condición no depende de la administradora, por lo que no debería considerarse abusiva esta cláusula, ya que lo que le interesa al fabricante, a la administradora y a la concesionaria es entregar vehículos.

Pero es cierto que resulta improcedente que si un adherente, el cual se encuentra al día con el pago de sus cuotas y posee dinero para presentarse en la oferta de licitación, quede imposibilitado de hacerlo porque el grupo no cuenta con los fondos suficientes para adjudicar un vehículo por licitación⁶, así como el suscriptor que se encuentra a la espera de ser ganador del sorteo. No resulta procedente la aplicación del art. 37 en esta cláusula, porque esta situación no depende directamente del proveedor, con lo cual no existiría ningún abuso de posición frente al consumidor.

Se debería poner énfasis en esta posibilidad al momento de la contratación, a los fines que el suscriptor comprenda que la posibilidad de adjudicar puede no darse todos los meses. Asimismo la sociedad de ahorro como administradora de los grupos debería organizar y controlar a estos de determinada manera a los fines que el suscriptor todos los meses tenga la posibilidad de adjudicar aunque sea una sola unidad.

3. Plazo de entrega de la unidad.

Es muy común en esta modalidad contractual no informar de manera correcta al consumidor a partir de qué momento comienza a computarse el plazo de entrega de la unidad, ya que muchas

⁶ Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Resistencia, sala I (CCivComResistencia) (Sala I), “Feu, Sergio G. c/Mas Automotores S.A. y/o q. r.r., en LLLitoral 2009 (agosto).771, AR/JUR/10822/2009.

personas creen que con solo suscribirse al plan de ahorro da comienzo al principio de ejecución de los plazos para la entrega del vehículo.

Algunas administradoras, informan que los días comienzan a contarse desde la fecha de recepción de la nota de pedido de la unidad, y otras desde la recepción de la carpeta de créditos, es decir cuando el adjudicatario haya cumplido todos los requisitos establecidos en las condiciones generales, por lo que tendrá por cumplida su obligación.

Entre los requisitos establecidos se encuentra la presentación de la carpeta de créditos, que es condición menester para realizar el pedido del vehículo, por lo que existen casos en que el suscriptor realiza el pedido del vehículo sin presentar la carpeta de créditos, ya que el vehículo no tiene prenda, o presenta la carpeta y es rechazada por distintas cuestiones por parte de la administradora, y el adjudicatario no queriendo entender que es condición sine qua non la presentación de dicha carpeta, hace caso omiso a esto, entendiéndolo que el pedido se encuentra en curso y comienza a contar los días para la entrega de la unidad.

Los plazos para la entrega de la unidad se establecen por contrato entre los 50 y 60 días dependiendo de la administradora, siempre y cuando el modelo a retirar sea el ahorrado; ahora bien si el suscriptor desea retirar un modelo distinto al ahorrado, además de abonar la diferencia de precio que corresponda, deberá firmar una extensión de 60 días adicionales al plazo establecido por contrato. Esta extensión de plazo en la mayoría de los casos es advertida al momento de realizar el pedido de la unidad, por lo que ante la necesidad del adjudicatario de retirar el modelo deseado este firma dicha extensión, colocándose en una posición de inferioridad frente al proveedor, todo ello a los fines de poder obtener el vehículo deseado.

Encuentro Abusiva esta cláusula, en relación a que conforme lo estipulan los contratos de suscripción de planes de ahorro, la administradora podrá pactar con el adjudicatario un plazo de entrega adicional que no podrá exceder los sesenta (60) días adicionales sobre el plazo original, en los casos que existieren dificultades objetivas de fabricación o importación del bien elegido y le será

comunicado al adjudicatario de modo fehaciente en el momento de completar la solicitud del pedido del bien al realizar la elección del bien distinto. En la práctica esta cláusula no es válida, ya que siempre que el adjudicatario decida elegir un vehículo distinto al ahorrado deberá firmar el plazo adicional de entrega de sesenta (60) días, es decir que esta situación no es porque existe alguna dificultad objetiva de fabricación o importación, sino que es de manera obligatoria siempre que se elija un cambio de modelo. Por lo que resulta abusiva que la administradora, imponga al adjudicatario un plazo adicional por solicitar un vehículo distinto al ahorrado, mientras este no posea ninguna de las dificultades enunciadas precedentemente.

Otro punto a tener en cuenta en esta cláusula es la finalización del plazo, si bien todo los contratos de adhesión de plan de ahorro, cuentan con una cláusula de mora en caso que el vehículo y la documentación no lleguen dentro de los plazos estipulados⁷, es muy difícil dilucidar la demora en la entrega.

Los contratos de adhesión de plan de ahorro, no son claros en relación a la finalización de los plazos de entrega, porque los mismos establecen que los plazos finalizan desde el vencimiento del plazo contractual hasta la entrega efectiva del mismo⁸. Pero la cuestión es, si el cálculo se realiza hasta entrega del vehículo y la documentación a la concesionaria o al cliente, y esta cláusula se puede analizar desde dos puntos de vista, por un lado la puesta a disposición de la concesionaria porque como son vehículos que son enviados sin registrar, es necesario realizar el patentamiento de los mismos, por lo que se puede entender que el plazo es hasta la puesta a disposición de la concesionaria para que se suscriba la documentación pertinente a los fines de realizar el patentamiento de la unidad. Desde otro punto de vista la entrega efectiva es cuando el vehículo y la documentación son entregados al titular registral, que es quien firmo oportunamente el contrato con la administradora.

⁷ Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala B(CNCom)(SalaB), “ Callejo, Diego A. c Volkswagen S.A. de Ahorro p/f determinados y otro s/Sumarísimo, en la Ley 30/10/2017, 10-LA LEY2017-E,639-RCyS2017-XII,130, AR/JUR/46123/2017

⁸ Cámara Nacional de apelaciones en lo Comercial, Sala C (CNCom) (SalaC), “Fernández, Héctor O. c/Volkswagen S.A. de Ahorro para Fines Determinados y otros s/sumarísimo, en La Ley Online, AR/JUR/4078/2015.-

Lo que resulta abusivo en esta cuestión es que el suscriptor no tiene acceso a conocer la fecha exacta en que el vehículo y la unidad arriban a la concesionaria, por lo que si esta no es diligente en informar al adherente que se encuentra el vehículo y la documentación disponible a los fines de realizar el patentamiento, es el suscriptor quien debe absorber esos días de demora, sin ser resarcido por la administradora.

En conclusión, resulta procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor en esta cláusula, porque no es estipulado de manera clara cuando comienza el plazo, ni cuando finaliza, tampoco se encuentra estipulado de manera correcta la extensión del plazo, ya que el contrato solamente lo estipula en caso de que existiese alguna dificultad objetiva del vehículo a solicitar, tampoco la cláusula expresa que si en el caso en que la administradora discontinúe el modelo ahorrado, el suscriptor deba absorber una extensión de plazo del nuevo modelo, es decir son bastantes las aristas que hacen que esta cláusula sea abusiva.

Es una clausula ambigua, en la cual no se explica de manera clara los supuestos manifestados precedentemente, restringe de manera exacerbada los derechos del consumidor y limita la responsabilidad del proveedor por los daños ocasionados.

Es una clausula desencadenante de innumerables demandas judiciales por aquel consumidor que se encuentra esperando el tan ansiado vehículo 0km., el cual para una persona de clase baja o media baja resulta un esfuerzo y una verdadera ilusión familiar. Pienso en las familias que aportan sus ahorros, hasta su vehículo usado o moto a los fines de poder adquirir el automóvil, y las cuales se pasan meses esperando la entrega de la unidad, desencadenándose la privación de uso, ya que el automóvil es un bien de extrema necesidad, el daño moral, por los múltiples reclamos iniciados sin respuesta, los sinsabores, angustia o perturbaciones en el estado anímico, el daño material, ya que al no contar con el vehículo se deben incurrir en gastos no pensados, que perjudican la situación económica; y por último el famoso daño punitivo, la desidia y la falta de interés que tienen los proveedores frente al cumplimiento de sus obligaciones, especulando con la paciencia del consumidor en su propio

beneficio, es decir de todos los casos posibles, cuántos son los consumidores que ingresan en un litigio por este tipo de conflicto.

De alguna forma u otra las empresas deben responder por sobrepasar los derechos del consumidor, procurando igualar al más débil con el más fuerte en la relación consumeril, otorgándoles un remedio a los fines de hacer valer sus derechos.

Es claro que el plazo forma parte de los elementos accidentales de un contrato, con lo cual esta cláusula no puede ser declarada nula, ni anularse, la misma debe ser redactada de manera tal que explique de forma cierta, clara y detallada cual es el comienzo de los plazos de entrega, así como la finalización. Asimismo debería aclarar que la firma de la extensión del plazo sea cuando realmente existe alguna dificultad objetiva de la unidad y no en todos los casos en que se elija un modelo distinto al ahorrado. Por último se debería no permitir que el adjudicatario deba absorber una extensión de plazo por la discontinuación del modelo ahorrado, suspensión que es realizada de pleno derecho por la administradora sin notificación alguna.

Es decir lo que se pretende al analizar esta cláusula es finalizar con estas prácticas abusivas, procurando que la relación consumeril sea concretada en beneficio de todas las partes y no solamente del proveedor.

4. Requisitos Crediticios.

En todos los contratos de adhesión de plan de ahorro se encuentra expresada la presentación de una carpeta de créditos en los casos que el vehículo sea retirado con prenda, para que los que sean presentados como garantes, valga la redundancia, otorguen garantía de pago a la administradora en caso que el titular del vehículo no cumpla con su obligación.

Es de destacar que cuando se realiza la operación comercial, generalmente el vendedor omite informar que a los fines de poder adquirir la unidad es necesario la presentación de una carpeta de créditos, por lo que cuando llega el momento de pedir la unidad y se les solicita la presentación de

dicha carpeta, es cuando surgen los conflictos de los consumidores, por no tener la posibilidad de demostrar ingresos, o porque los ingresos no son suficientes para garantizar la deuda prendaria, o porque se encuentran registrados en entidades como Seven o Veraz por tener antecedentes crediticios negativos.

La gravedad de dicha cláusula es que la administradora no informa expresamente cuales son los montos mínimos exigidos para poder garantizar una deuda prendaria, o cuales son los parámetros objetivos a evaluar, así como en el caso de los trabajadores independientes a partir de que condición de monotributo es aceptable para cubrir la unidad en garantía.

Lo que se cuestiona de este artículo particularmente es que no se encuentra definido cuál sería el parámetro crediticio a solicitar por la administradora, por lo que en este punto nos encontramos claramente frente a un supuesto de cláusula abusiva, ya que si estuviesen estipuladas cuales son las condiciones que el adherente debe presentar para poder retirar el vehículo, el suscriptor tendría la opción de elegir si se suscribe o no al plan de ahorro dependiendo de sus posibilidades, y no como es en la práctica, donde muchas personas se suscriben sin saber si van a poder cumplir con los requisitos crediticios que la administradora decida.

Esta cláusula provoca que el suscriptor desista del plan de ahorro, por no contar con los requisitos crediticios, con la imposibilidad de poder retirar la unidad, frustración, enojo, y la pérdida del dinero aportado, ya que el mismo será reintegrado en el momento de finalización del plan de ahorro, es decir en la cuota número 84.

Es procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor en esta cláusula, porque no se encuentra especificado de manera objetiva cuales son los requisitos a cumplir a los fines de poder completar dicha carpeta, si bien es cierto que dichas condiciones dependen de la deuda prendaria del automóvil al momento de realizar el pedido de la unidad, debería informarse en el contrato los parámetros que la administradora solicitará a los fines de cumplir con ciertos requisitos, de esta manera no limitaríamos los derechos del consumidor, ya que, al encontrarse notificado de los

parámetros a tener en cuenta por parte de la administradora con respecto a la presentación de dicha carpeta, podrían discernir si cumplen o no con cierto requisito y en base a eso suscribirse al plan de ahorro. Puede que el suscriptor tenga conocimiento que debe presentar una carpeta crediticia pero no la certeza si cumple con los requisitos que solicita la administradora, y esto hace que el suscriptor deba pagar una multa por la caída de la adjudicación, además de la frustración por no poder solicitar el vehículo, como así también la pérdida del dinero aportado, por que como informe ut-supra, el reintegro se realiza al momento de la finalización del plan.

5. Discontinuación del modelo ahorrado.

La discontinuación del modelo se produce cuando el fabricante del bien tipo le notifica a la administradora que la unidad ahorrada no se encuentra disponible, es decir que va a dejar de fabricarse, discontinuándose por un nuevo modelo o una nueva versión, supuesto que se encuentra estipulado por contrato. Se encuentra estipulado que el fabricante deberá informar a la administradora, a la Inspección General de Justicia y a los adherentes de manera fehaciente de la discontinuación del vehículo dentro del plazo de 30 días corridos de haber sido notificada al respecto, siempre y cuando el precio de la nueva versión o nuevo modelo implique un aumento superior al 20 % del precio vigente de la versión o modelo del bien tipo, todo ello a los fines de que el suscriptor decida si acepta o no la nueva versión o nuevo modelo.

En el caso que la diferencia de precio entre el vehículo ahorrado y la nueva versión o modelo no supere el 20% mencionado precedentemente, la discontinuación se realizara de pleno de derecho, por lo que el adherente recién se dará por notificado cuando reciba la cuota a abonar. El incremento que surja del modelo anteriormente ahorrado con el actual, se va a prorratear en la cantidad de cuotas que resten por pagar por parte del adherente, por lo que cuanto mayor sea la cantidad de cuotas por pagar, menor va a ser la diferencia que deba afrontar el adherente.

La cuestión abusiva, es que el suscriptor tenga que retirar un vehículo distinto por el cual suscribió oportunamente con la administradora del plan, y más allá que se encuentre contemplado contractualmente, el consumidor debe desistir de la unidad por la cual había decidido suscribirse, debiendo hacerse cargo del pago del cambio de modelo y soportar la extensión de días por dicho cambio. Pero lo que realmente resulta abusivo es que si el adherente se encuentra en condición de ahorrista, a pocas cuotas de que su plan finalice, la diferencia de cambio de modelo se encontrará prorrateada en muy pocas cuotas, incrementando de manera exorbitante la cuota mensual a abonar.

Indirectamente la administradora está obligando a los suscriptores que retiren el vehículo que ellos creen conveniente, debiendo absorber por completo el consumidor todo lo que conlleva a la discontinuación del vehículo.

Resulta procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor en relación a esta cláusula, por la desnaturalización de la relación contractual, es decir el suscriptor de una plan de ahorro, de acuerdo a sus ingresos, nivel de vida y condiciones decidió suscribirse a determinado plan de ahorro, estimando la posibilidad de pago de determinada suma de dinero por el vehículo elegido, por lo tanto que la administradora decida discontinuar el vehículo ahorrado por otra de mayor valor o con equipamientos distintos a los pensados, desnaturaliza lo que el consumidor había decidido adquirir al momento de la celebración contractual.

Asimismo, es abusiva porque el adherente no tiene oportunidad de decidir si está de acuerdo o no con el cambio de modelo ahorrado, imponiéndole la administradora un modelo distinto por el cual el suscriptor había tenido la ilusión de adquirir, incrementando el valor de la cuota a abonar mensualmente y por último en caso de hacerse cargo de todas estas obligaciones que no eran por las cuales había contratado, deba soportar una extensión del plazo de días para la entrega de la unidad.

Considero entonces que puede resultar lógico que el modelo pueda discontinuarse, ya sea porque dejo de fabricarse, porque no es un modelo muy solicitado, porque es fabricado en el exterior cuyos costos son muy caros, pero también considero pertinente que en todos los casos en donde se

realice la discontinuación de la unidad, se le debería notificar esta situación al adherente a los fines de que decida si se encuentra de acuerdo con dicha discontinuación, es decir el cambio de modelo, la modificación del importe de las cuotas y los días adicionales para solicitarlo, y en el caso de no estar de acuerdo, realizar la liquidación del plan en ese mismo momento, reintegrando el dinero aportado por el consumidor.

Hago hincapié en la notificación porque en la práctica esto no sucede, y por qué el aumento que se realiza al momento de discontinuar la unidad nunca supera el 20% pero al transcurrir las cuotas la diferencia es notable y hasta a veces resulta una burla que un consumidor que retiró un vehículo con equipamiento mínimo y base este pagando una cuota de un vehículo de gama superior.

En virtud de lo expuesto digo que, si esta cláusula es redactada de manera tal que el adherente en todos los casos pueda elegir y decidir si acepta o no la discontinuación, lograría una situación de paridad para ambas partes.

6. Seguro de vida (deceso del Titular).

La firma de la solicitud de adhesión por parte del adherente, implica la aceptación para que sea incluido en la póliza de seguro de vida colectivo contratada por la administradora, con vigencia durante todo el lapso del plan y por el valor móvil del bien tipo. Los gastos y prima de seguro estarán a cargo del adherente, quien deberá cancelar mensualmente la prima conjuntamente con la cuota del plan de ahorro para tener derecho a la cobertura. La falta de pago de la prima del seguro no dará derecho a reclamo de la indemnización del mismo, por lo que el adherente debe estar al día en el pago de las cuotas para tener derecho a la cobertura del seguro.

La cobertura individual de cada suscriptor entrará en vigencia a partir del pago de la primera cuota del plan de ahorro, luego de que el suscriptor se encuentre agrupado, es decir que tenga asignado un número de grupo y orden. Mientras el titular se encuentre suscripto hasta que el plan agrupe, llega

a producirse el deceso del mismo, el seguro de vida no brindara cobertura por no haber abonado la primera cuota a la administradora.

Ahora bien si el suscriptor abono la primera cuota, en caso de fallecimiento del titular del plan de ahorro, los herederos deberán presentar dentro del plazo de treinta días corridos la documentación que acredita el deceso. La falta de presentación en término de la documentación los hace responsables de las diferencias que pudiesen existir entre el valor móvil del bien tipo y la indemnización que abone la aseguradora⁹.

En el caso que el titular del vehículo haya retirado la unidad y haya fallecido, los herederos del causante deberán presentar la documentación correspondiente a la administradora, es decir certificado de defunción, dictamen médico, declaratoria de herederos, a los fines de que la administradora cobre el dinero del seguro, para aplicarlo a la cancelación de cuotas puras a vencer y las cuotas vencidas con anterioridad al fallecimiento y reintegre en caso de existir el saldo remanente a los herederos.

En caso de muerte de un suscriptor no adjudicatario, la administradora, se presentara en la próxima licitación en representación de los herederos, ofreciendo el pago de todas las cuotas puras pendientes del plan, así como la cancelación de las cuotas comerciales impagas, devengadas con anterioridad al fallecimiento del adherente¹⁰. En lo que respecta a los gastos de patentamiento de la unidad deberá ser absorbido por los herederos del causante.

La cobertura del seguro concluye en los casos de mora de más de una cuota, extinción total de la deuda o cancelación total de las cuotas comerciales de ahorro o por rescisión de la solicitud o renuncia del titular del plan. Esta cobertura del seguro de vida es para personas físicas de hasta 65 años de edad.

Asimismo es dable aclarar que en las cláusulas del contrato en relación al seguro de vida, se informa que en caso que el adherente sufra una enfermedad preexistente, ante el fallecimiento del

⁹ Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Azul, Sala II(CCivyComAzul)(SalaiI), “Plan Rombo S. A. de ahorro para fines determinados c. Sucesores de V.G.C.R.E. S/ ejecución prendaria, en la Ley online: AR/JUR/107847/2016

¹⁰ Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D, “Podestá Osvaldo Héctor y otro c/Volkswagen S.A. de Ahorro para fines determinados s/Ordinario”, en MJ/JU-M_104321-AR.-

mismo, la cobertura de seguro será nula. La póliza del seguro de vida excluye de manera expresa a las enfermedades preexistentes, estableciendo que no cubrirá el fallecimiento, entendiéndose como enfermedad preexistente aquella padecida por el asegurado y conocida por el mismo al momento de solicitar su inclusión en el seguro y que luego produjera directa o indirectamente la muerte.

Es decir cuando el asegurado padezca una enfermedad por la que haya sido objeto de controles y/o diagnósticos y/o consultas médicas y/o tratamientos durante el transcurso de los dos años anteriores a la fecha de incorporación del asegurado a la póliza. Dicha enfermedad deberá ser desencadenante del fallecimiento, base de este o deberá tener conexión principal con él¹¹. Dentro de los riesgos no cubiertos, tenemos el suicidio voluntario, participación como conductor o integrante de competencias deportivas, de pericia, velocidad o trabajo en actividades riesgosas.

Esta cláusula al igual que la cláusula de las adjudicaciones, no resulta abusiva, pero si es poco clara, ya que en la mayoría de los contratos no se encuentran claros los pasos a seguir por parte de los herederos en caso de fallecimiento del titular del plan de ahorro, así como, si hay que notificar a la administradora o a la compañía de seguros con la gravedad de que hay plazos estipulados para hacerlo, por lo que al no cumplirlos, pierden de pleno derecho la posibilidad de reclamar dicho seguro, con el agravante que los familiares del causante se encuentran en una situación de desconsuelo, pena y tristeza frente a la pérdida sufrida.

Luego de haberla analizado puntualmente, determiné que no encuadra en un supuesto de aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor, si debería resultar un poco más clara o expedita a los fines de informar a los herederos a quienes se debe notificar, de qué manera y que documentación deben adjuntar, así como la concesionaria que administre el plan del causante brindar el asesoramiento correspondiente a los fines de hacer efectivo el cobro del seguro de vida.

¹¹ Cámara 6° de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Córdoba(C6aCivyComCordoba), “M.G.M.D. y otros c. Circulo de Inversores S.A. s/ordinario-cumplimiento/resolución de contrato, en LA LEY, AR/JUR/98927/2017

7. Contratación del seguro del automotor.

La contratación del seguro del automotor debe realizarse al momento de retirar la unidad, es decir el vehículo debe ser retirado de la concesionaria asegurada, ya que al poseer un contrato de prenda con registro, la administradora contrata un bróker de seguros el cual pondrá a disposición cinco compañías aseguradoras para que el consumidor solicite a elección la que más le convenga.

La cuota del seguro es abonada conjuntamente con la cuota del plan de ahorro mensualmente, por lo que ante la falta de pago de la cuota de la unidad, indefectiblemente provoca que el vehículo pierda la cobertura de seguro, es decir que si dicha unidad llega a colisionar, la compañía aseguradora no brindara cobertura a la misma.

Al igual que la cláusula anterior, luego de analizarla detenidamente, puedo determinar que no es abusiva, porque en definitiva no imponen un seguro, sino que otorga la opción de elegir entre cinco compañías aseguradoras, y si bien el consumidor no tiene la posibilidad de elegir la compañía de su agrado o más aun permitir que el seguro sea contratado a través de su productor de seguros, la administradora no obliga de manera arbitraria una determinada compañía de seguros. Debemos tener en cuenta que la administradora lo que pretende es asegurarse que el vehículo va a tener cobertura, ya que hasta tanto no se cancele la deuda prendaria, esta es la acreedora del automóvil.

No resulta procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor en esta cláusula, no encuentro restricción a los derechos del consumidor, pero estimo pertinente que se debería informar cuáles son las compañías con las que la administradora trabaja, a los fines de discernir solo el consumidor si se encuentra de acuerdo con estas o de lo contrario optar por la comercialización de otra marca de planes de ahorro, las cuales trabajen con las compañías de seguros de su agrado o no consentir la operación comercial.

8. Calculo del reintegro.

Los planes de ahorro cerrados se dividen en cuotas, durante el transcurso de dichas cuotas, el adherente puede optar por rescindir el contrato, solicitar la baja, o seguir abonando las cuotas sin necesidad de adjudicar el vehículo.

El cálculo del reintegro se realiza cuando el plan finaliza, es decir en la cuota N° 84, el cálculo se realizara de acuerdo a la condición en que dicho plan se encuentre, ya que si el plan fue rescindido al momento de liquidar el dinero aportado la administradora realiza un descuento del 2% en concepto de multa por haber rescindido el plan¹², si el adherente de manera fehaciente hubiese solicitado a la administradora la baja del plan, la administradora realiza un descuento del 4% en concepto de multa al momento de la liquidación del grupo.

En la práctica, la gran mayoría de los suscriptores abandonan el pago de cuotas por motivos económicos, o porque lo ofrecido por el vendedor no condice con lo realmente contratado, o porque al momento de la presentación de garantes no tienen como demostrar ingresos o por distintas cuestiones que explique precedentemente que hacen insostenible que el adherente continúe con su obligación de pago.

En razón de lo expuesto Shina (2016) dice:

A nuestro modo de ver, esta facultad de continuar un contrato a la fuerza es el golpe de gracia al ya debilitado principio de la autonomía de la voluntad. Porque se obliga a continuar un contrato bajo condiciones objetivamente distintas de las que de manera originaria había propuesto el proveedor. (pág. 178)

Si bien el reintegro se realizará conforme a los importes actualizados, la mayoría de las veces es mínima la suma que recibe el adherente al momento de la liquidación del plan, ya que si abandono el plan en las primeras cuotas, se le descuenta los conceptos de multas, diferimientos, impuestos, etc. En el caso que el plan finalice y el suscriptor se encuentre en calidad de ahorrista y su plan al día, tendrá la opción de elegir la liquidación del dinero o la adjudicación del vehículo.

¹² Camara Nacional de Apelaciones en lo Comercial Sala D, "Minaya de Clerici, Evangelina c. Plan Rombo S.A. s/Ordinario, en La Ley Online, AR/JUR/76287/2011.-

Lo abusivo que engloba esta cláusula es que el reintegro del dinero aportado se otorga al finalizar el plan, es decir en la cuota N° 84, por lo que el adherente se encuentra obligado a que finalice dicho plan para obtener el dinero aportado, es decir esperar siete (7) años para recuperar el dinero, privándolo a este de poder utilizar dicho capital. En esta cláusula es procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor, toda vez que provoca un gran desequilibrio con los derechos del consumidor, porque priva al suscriptor de poder utilizar el dinero aportado en el plan de ahorro, es decir obliga al suscriptor a encontrarse ligado al plan de ahorro durante siete (7) años.

Resulta irrisorio tener que esperar siete años para recuperar un dinero, que en primer término nunca va a ser reintegrado en su totalidad, por toda la serie de deducciones que realiza la administradora, y por qué más allá que el dinero se encuentre actualizado no habilita la posibilidad de poder adquirir un vehículo 0km.

Esta cláusula se la encuentra reflejada en todas las restantes, porque si el consumidor se encuentra afectado por el tema del cálculo de la cuota, deja de pagar y recupera al momento de la liquidación, porque si no está de acuerdo con la discontinuación de la unidad, deja de pagar y el reintegro de lo abonado lo recibe en la finalización del plan, porque si no puede cumplir con la carpeta crediticia, deja de pagar y recupera el haber neto en la finalización del plan, es decir que frente a cualquier desistimiento que realice el consumidor con respecto al plan deberá esperar arbitrariamente 84 cuotas para poder recuperar parte de su dinero, por consiguiente es claro que esta cláusula importa una renuncia y restricción de los derechos del consumidor, así como una limitación de la responsabilidad por daños por parte del proveedor, porque hasta que el consumidor cobre su dinero, la administradora utiliza estas sumas de dinero a su manera, por lo que es notable y claro que esta cláusula es íntegramente abusiva.

Lo que propongo con este clausula no es solicitar la nulidad, sino que sea redactada de manera tal que ante la imposibilidad del suscriptor de cumplir con los requisitos de esta modalidad contractual, se pueda a partir de cierta cuota, solicitar el reintegro y no mantenerlo cautivo durante siete años para

recuperar el dinero aportado, de esta manera, lograríamos beneficiar aquellos grupos que están compuestos por ahorristas que rescindieron sus planes y por los cuales se les hace difícil reunir los fondos para adjudicar.

Conclusión.

Sin dudas considero que es el capítulo que me permitió explicar cuál es el problema de investigación elegido para este trabajo, es decir determinar en qué supuestos es procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor en los contratos de adhesión de plan de ahorro. Si bien estos contratos se encuentran compuestos entre veintisiete y treinta tres cláusulas dependiendo de la marca que los comercializa, las cláusulas que explique precedentemente se encuentran inmersas en todos y son de suma importancia porque son protagonistas de esta modalidad contractual y son primordiales en este procedimiento.

Es cierto que los contratos de adhesión de plan de ahorro para la adquisición de un vehículo 0km. son imprescindibles y oportunos para las personas que no tienen capacidad de ahorro, porque les brinda la posibilidad de acceder a la compra de un automóvil, pero también es cierto que las cláusulas que componen dichos contratos suelen ser abusivas.

Es por ello que considero que no deberían decretarse estos contratos como nulos, es decir lo que se pretende con esta investigación, es continuar implementando esta modalidad de contrato por adhesión, ya que en la forma en que vivimos en la actualidad sería imposible confeccionar un contrato paritario por cada cliente que decida adquirir un vehículo 0km., por lo que el formato de contratación sirve porque es práctico y porque agiliza las operaciones.

Que las cláusulas manifestadas, no existan, tampoco lo veo viable, porque son el hilo conductor de este procedimiento, son primordiales pero lo que se pretende, es determinar cuáles cláusulas son abusivas, pero no a los fines de solicitar su nulidad, sino a los fines de redactarlas de manera igualitaria para ambas partes, para que no exista disparidad de derechos y obligaciones, porque en definitiva como

expresado en capítulos anteriores, es la modalidad de contratación por excelencia, porque las circunstancias sociales, políticas y económicas por las cuales atraviesa nuestro país hacen que sea la más elegida y porque así como otorga posibilidades al consumidor, otorga beneficios al proveedor, por lo que considero que dichas cláusulas deberían ser revisadas a los fines de finalizar con las prácticas abusivas.

Capítulo 4: Los contratos de adhesión de plan de ahorro y la Ley de Defensa del Consumidor

Introducción.

Luego de haberse manifestado en el capítulo anterior las cláusulas que considero abusivas, en el presente capítulo pretendo relacionar dichas cláusulas con la incidencia de la Ley de Defensa del Consumidor deteniéndonos en el artículo N° 4 en relación al deber de información que debe tener el proveedor hacia el consumidor, artículo importantísimo dentro de la relación consumeril, ya que la

información brindada al consumidor debe acompañarlo durante todo el camino de la relación de consumo, es decir desde que se suscribe al plan de ahorro, durante el transcurso del pedido de la unidad, y hasta la entrega efectiva del vehículo. El deber de información es lo que permite a los consumidores realizar o no la operación comercial, es decir que mientras más características, condiciones y requisitos conozcan sobre el producto que están por adquirir, su voluntad no se encontrará vulnerada.

El artículo N° 7 con respecto a la oferta, es el cual se debe tener en cuenta al momento de contratar porque de acuerdo en la forma en que se ofrezca el producto, de las cualidades que posea y de los descuentos y/o bonificaciones de la oferta, van a condicionar la decisión del consumidor en consentir la propuesta comercial.

Por último hare mención al artículo N° 8 bis en relación al trato digno que deben tener el proveedor y/o vendedor hacia los consumidores, es un artículo que en la práctica cuesta de cumplir, porque una vez suscripto el adherente al plan de ahorro, la importancia hacia el consumidor cambia, porque claramente el vendedor que realizo la venta de ese plan de ahorro, ya cobro la comisión por lo que si el suscriptor tiene alguna duda o inconveniente, la atención no es la misma que antes de la suscripción. Lo tenemos también en el caso de las consultas telefónicas donde la mayoría de las veces se juega con la paciencia del consumidor, porque nunca pueden comunicarse con el área correspondiente o porque si se comunican, brindan respuestas aisladas a los problemas y/o controversias que pueda estar atravesando el suscriptor.

Si bien podemos mencionar otros artículos de la ley de defensa del consumidor en relación a esta temática, tales como la publicidad engañosa, incumplimiento de la obligación y contenido del documento de venta, considerando según mí criterio que los artículos elegidos ocupan gran importancia dentro del problema de investigación trabajado.

1. La importancia del Artículo N° 4 de la Ley de Defensa Del Consumidor.

El presente artículo manifiesta lo siguiente: Información¹³. El proveedor está obligado a suministrar al consumidor en forma cierta, clara y detallada todo lo relacionado con las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización. La información debe ser siempre gratuita para el consumidor y proporcionada en el soporte que el proveedor determine, salvo que el consumidor opte por el soporte físico. En caso de no encontrarse determinado el soporte, este deberá ser electrónico.

Claramente se puede apreciar que es un artículo de suma importancia ya que a partir de la forma en que el vendedor y/o proveedor suministre la información, es decir, explicando las características esenciales de los bienes y servicios que provee, y las condiciones de su comercialización, lograra el consentimiento o no del consumidor a los fines de concretar la relación de consumo.

Es por ello que tanto la Ley de Defensa del Consumidor como el Código Civil y Comercial, hacen hincapié en lo importante que es que la información sea vertida con la claridad necesaria, que permita su comprensión, a los fines de no vulnerar la voluntad del consumidor al momento de contratar.

En relación al deber de información Wajntraub (2017) dice: “Desde el punto de vista de la dogmática jurídica, siendo el contrato un acto jurídico, debe ser voluntario, y para que exista voluntariedad debe existir discernimiento, intención y libertad, la existencia de un desnivel informativo afecta los tres elementos” (pàg.42).

Al momento de celebrar la operación comercial el vendedor debe informar al consumidor el producto que está ofreciendo, explicar que es un plan de ahorro, en que consiste esta modalidad de contratación, que es y cómo se realiza la adjudicación, como se confecciona el pedido de la unidad y lo más importante, informarle al consumidor que, si los vehículos a retirar se encuentran prendados es condición necesaria la presentación de garantes a los fines de que garanticen la deuda a la administradora.

¹³ Art 4 Derecho del Consumidor. Ley 24.240 de defensa del consumidor Comentada.

Esto quiere decir que el vendedor, es tan responsable como el proveedor dentro de la cadena de consumo, ya que en su afán de vender, omite todo tipo de explicación que genere duda y/o disconformidad con el producto.

Mencionando nuevamente a Wajtraub (2017), el mismo expresa que:

El fundamento del deber de información está dado por la desigualdad que presupone que solo una de las partes se encuentra informada sobre un hecho que puede gravitar o ejercer influencia sobre el consentimiento de la otra, de tal modo que el contrato no hubiera llegado a perfeccionarse o lo habría sido en condiciones más favorables. La protección en favor del consumidor o profano se sustenta en una suerte de presunción de ignorancia legítima, lo que justifica la minuciosa regulación legal del deber de informar a cargo del proveedor. (pág.43)

Ahora bien, entendiendo que es el vendedor quien logra que el consumidor se adhiera a este tipo de contratación, no podemos dejar de responsabilizar a la administradora quien es la encargada de redactar el contrato, el cual es proporcionado al suscriptor al momento de realizar la operación comercial, pero ante el apuro y engaño del vendedor para que el consumidor firme dicho documento, en la mayoría de los casos no leen detenidamente las condiciones del mismo, como así tampoco las obligaciones que comienzan a partir de la firma. La información es la obligación que posee el proveedor y/o vendedor a los fines de presentar el producto que se está ofreciendo con todas las condiciones y características que lo componen.

Es de destacar que tal como manifiesta Gheri (2016):

El art. 4 establece la obligación de las empresas de proporcionar información¹⁴ y a realizarlo de una manera determinada y con un contenido preciso, no cumplir con esta obligación es una manifestación de abuso de posición dominante. El art. 5 y 6 establecen la seguridad de los bienes y servicios que las empresas presentan en el mercado, el incumplimiento de esta norma, es precisamente otra muestra de abuso de posición dominante. Las diferentes formulaciones de publicidad engañosa, fraudulenta, etc.- art. 7 y 8 – que

¹⁴ Cámara de apelaciones en lo Civil y Comercial de Corrientes, Sala IV “Bar, María Concepción c. Plan Rombo S.A. y/o Renault Argentina S.A. (ex. Ciadía S.A.) Y/o Centro Automotores S.A.” S/rescisión de contrato, en LA LEY, AR/JUR/332/2016.)

confunden al usuario y consumidor sobre cualquiera de las características del bien o servicio o sus aplicaciones o sus modalidades de adquisición, etc., son muestras de ese abuso de posición dominante. (Alberto, 2016)

Y es en este artículo en donde se puede demostrar que tan importante es la información en una operación comercial, tal como lo señalan Tinti Y Calderón (2017):

“El deber de informar aparece entonces como un elemento que busca colocar en una situación de equilibrio a los contratantes, apuntalando de tal modo la importante misión de equidad que cumple el deber de informar” (pàg.45).

El cumplimiento de este deber de informar, pretende poner al consumidor a la misma altura del proveedor, conociendo el producto que está adquiriendo, entendiendo cuales son los derechos y obligaciones que va a tener con respecto al producto adquirido, para poder decidir suscribirse o no sin encontrarse engañado.

Por lo tanto Schwartz (2016) dice:

La información que debe suministrar el proveedor, debe ser también completa, es decir, abarcar todos los aspectos del negocio jurídico de que se trate, a fin de que el consumidor cuente con la totalidad de los elementos necesarios a los efectos de tomar la decisión de contratar o no contratar. El deber de informar no es un deber que solamente se desarrolla en la etapa precontractual, sino que debe plasmarse de modo tal que siempre este a disposición del consumidor formando parte del plexo contractual que el proveedor normalmente dispone. (pàg.74)

Lo que se pretende con esto es que el proceso de venta se realice en la ámbito de la buena fe, que lo ofrecido coincida con el producto que se pretende vender, y que se informe detenidamente en que consiste esta modalidad de compra, que como mencione anteriormente no es fácil de comprender, ya que tiene una serie de pasos que son indispensables de cumplimiento para garantizar la entrega efectiva del vehículo.

Es por ello que estoy de acuerdo con Tinti y Calderón (2017) en relación a que:

Se ha dicho que el proveedor tiene el monopolio de la información ya que es quien crea el bien o servicio a ser ofrecido, además de establecer las condiciones de comercialización y en virtud de ello, para posibilitar que el consumidor pueda tomar su decisión de manera absolutamente consiente debe contar con toda la información necesaria, la que debe ser brindada de manera completa, asequible y gratuita, fijándose un piso mínimo de la información que será reforzado por las normas aplicables a cada actividad en concreto.(p.45)

Es decir que el deber de información, permite que el consumidor tenga conocimiento del producto que está adquiriendo¹⁵, para poder consentir la operación comercial de plena conformidad, sin encontrarse manipulado por las promesas, bonificaciones y/o cualquier acto que realice el vendedor con el afán de formalizar la relación de consumo.

Y es que el fundamento de todo esto es tal como lo expresa Schwartz (2016):

El deber de información es la expresión máxima del principio de buena fe, cuya finalidad es que el destinatario del producto o servicio conozca con precisión todo aquello cuanto pueda ser capaz de influir sobre su decisión de contratar, ya que el deber de información en la contratación deviene de un instrumento de tutela de consentimiento.(pàg.75)

Es entonces el profesional proveedor quien desde esa superioridad tiene el deber de obrar con mayor prudencia y pleno conocimiento del negocio, en un comportamiento acorde con su objetivo económico, y a la vez, para coayudar tanto a la seguridad y confiabilidad del tráfico comercial como a la fidelización del cliente. (Tambussi, 2015, pág. 81)

2. La importancia del Artículo 7 de la Ley de Defensa del Consumidor.

Siguiendo con la explicación de la importancia de estos artículos en la relación de consumo, encontramos al artículo N° 7:

¹⁵ Cámara Nacional de apelaciones en lo Comercial, Sala F (CNcom)(SalaF) “Martínez Aranda, Jorge R. c. Plan Ovalo de Ahorro P/f determinados y otros” s/Ordinario, en RCYS2017-IX,176, AR/JUR/26582/2017

Oferta¹⁶. La oferta dirigida a consumidores potenciales indeterminados, obliga a quien la emite durante el tiempo en que se realice, debiendo contener la fecha precisa de comienzo y de finalización, así como también sus modalidades, condiciones o limitaciones.

La revocación de la oferta hecha pública es eficaz una vez que haya sido difundida por medios similares a los empleados para hacerla conocer.

La no efectivización de la oferta será considerada negativa o restricción injustificada de venta, pasible de las sanciones previstas en el artículo 47 de esta ley.

Es decir que la oferta realizada por el vendedor debe tener fecha de finalización, a los fines de poder validarla, los presupuestos deben efectuarse en hojas membretadas de la concesionaria que representa, debe contener el nombre del vendedor, y todo el detalle del plan de ahorro ofrecido al cliente.

Dicho presupuesto es lo que debe hacer valer el consumidor porque todo lo que diga la propuesta va a tener que ser cumplido por la concesionaria hasta que el cliente retire la unidad, por ende Tal como lo manifiesta Fernando Shina, “El art. 3º de la LDC establece que la duda siempre favorece al consumidor. Si no existiera esta norma, todas las situaciones dudosas darían lugar a largas discusiones de resultado previsible: el consumidor pagaría los platos rotos” (Shina, 2016, pág. 20)

Dicen Tinti y Calderón (2017):

Entendemos que si el proveedor no indica con claridad el plazo y limitaciones o condiciones a que se haya supeditada la oferta, esta deberá entenderse emitida en firme sin sujeción a plazo (salvo el que pudiera surgir de la naturaleza de la cosa ofertada) o condición, por lo que no podrá alegarse excusa alguna atinente al vencimiento de la oferta o la necesidad de satisfacer determinadas precondiciones frente al consumidor cuando este pretenda celebrar el contrato. (pág. 57)

Es por ello que, el vendedor debe ser cauteloso en la información que redacta en la propuesta de venta, ya que ante cualquier discordancia, el cliente va a tener la razón y más aún si hay documentación escrita que avalen sus dichos. Reitero que es de suma importancia que el vendedor al

¹⁶ Art. 7. Derecho del Consumidor. Ley 24.240 de defensa del consumidor Comentada.

momento de ofertar el producto, mencione los puntos importantes del contrato realizado por la administradora, todo ello a los fines de que en un futuro no se pueda objetar la venta realizada.

“Las empresas utilizan publicidad engañosa para traer clientes, contratos de adhesión para abaratar costos y cláusulas abusivas para incrementar sus ganancias, en abuso constante de su posición dominante” (B., 2015)

3. La importancia del Artículo 8 bis de la Ley de Defensa del Consumidor.

Si todas las partes que componen la relación de consumo, entendieran lo imprescindible que es este artículo a los fines de que el consumidor se encuentre contenido antes, durante y hasta después de celebrada la operación comercial, lograríamos una gran disminución de denuncias en organismos administrativos tales como Defensa del Consumidor, así como también evitaríamos millones de causas judiciales:

Trato digno¹⁷. Prácticas abusivas. Los proveedores deberán garantizar condiciones de atención y trato digno y equitativo a los consumidores y usuarios. Deberán abstenerse de desplegar conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias. No podrán ejercer sobre los consumidores extranjeros diferenciación alguna sobre precios, calidades técnicas o comerciales o cualquier otro aspecto relevante sobre los bienes y servicios que comercialice. Cualquier excepción a lo señalado deberá ser autorizada por la autoridad de aplicación en razones de interés general debidamente fundadas.

En los reclamos extrajudiciales de deudas, deberán abstenerse de utilizar cualquier medio que le otorgue la apariencia de reclamo judicial.

Tales conductas, además de las sanciones previstas en la presente ley, podrán ser pasibles de la multa civil establecida en el artículo 52 bis de la presente norma, sin perjuicio de otros resarcimientos

¹⁷ Art. 8 Bis. Derecho del Consumidor. Ley 24.240 de defensa del consumidor Comentada

que correspondieren al consumidor, siendo ambas penalidades extensivas solidariamente a quien actuare en nombre del proveedor.

Este artículo pretende establecer el respaldo y resguardo que debe tener el consumidor, entendido a este como la parte inexperta en relación a la adquisición de un producto que desconoce, por lo que seguramente será necesario que solicite aclaraciones y/o explicaciones en relación a la modalidad contractual adquirida.

Generalmente en la práctica este artículo es muy difícil de cumplir, porque si el consumidor necesita consultar alguna duda en relación al plan de ahorro, telefónicamente es casi imposible que pueda ser atendido por un operador que le solucione el problema planteado, lo que provoca cierto desgaste e intolerancia por parte del consumidor. Asimismo optando por presentarse personalmente en las oficinas administrativas, muchas veces se encuentran despachados, ya que el personal administrativo no logra contener ni mucho menos explicar las dudas o inconvenientes que posee el consumidor.

Por todo lo expuesto, puedo concluir con las palabras del autor Shina (2016) afirma. “Se entiende que no es un trato digno aquel que pueda resignificarse como una forma de desprecio o de discriminación por cualquier causa” (pág. 56).

Conclusión.

Luego de haber expresado la importancia de estos tres artículos durante la relación de consumo, es fácil dilucidar la responsabilidad que lleva la parte oferente del producto, es decir que importante es que el vendedor cumpla con el deber de información que estipula la Ley 24.240 de Defensa del consumidor, en relación a la información que debe suministrar al consumidor, así como brindar claridad en la oferta propuesta, y por último, que el trato digno hacia el profano sea cumplido durante toda el camino de la comercialización, conteniendo y asesorando al mismo ante cualquier situación con respecto al plan de ahorro.

Debemos entender que la calidad y claridad de la información brindada es lo que posibilita la celebración de la operación comercial, lo que en la práctica sucede de manera reducida, por eso son los conflictos que surgen con respecto a esta modalidad contractual, porque al no explicar el procedimiento de manera correcta al momento de contratar y frente a un reclamo iniciado por un consumidor derivamos toda la responsabilidad ante el contrato firmado, sin tener en cuenta las manifestaciones vertidas del vendedor, por lo que es clave a los fines de no encontrar vulnerados los derechos del consumidor el cumplimiento de estos artículos en la relación de consumo.

Capítulo 5: Jurisprudencia Nacional / Provincial

Introducción.

En el presente apartado me propongo analizar las principales cuestiones suscitadas en instancia judicial en materia de planes de ahorro, es decir del análisis de los fallos incorporados al presente trabajo, explicar algunos de ellos, en los cuales se encuentra reflejado el problema de investigación.

Uno de los casos es “Callejo, Diego A c. Volkswagen S.A. de Ahorro para fines determinados y otro”, el actor entabla demanda a los fines de reclamar la entrega de la unidad, con lo cual en este fallo ejemplificare lo manifestado en relación a la cláusula de los plazos para la entrega de la unidad.

Asimismo manifestaré acerca de los autos “Minaya de Clerici, Evangelina c/ Plan Rombo S.A. s/ordinario”, donde la suscriptora de un plan de ahorro promovió demanda procurando la restitución de las cuotas pagadas, sostuvo que el plan fue rescindido en la cuota nº 46 y no le devolvieron los fondos que había depositado, este caso es en relación al reintegro del haber neto, la finalización del plan.

También en el presente capitulo, voy hablar de cláusulas que llegando a la conclusión identifico como no abusivas, sino que son poco claras y a los fines de poder ejemplificar lo manifestado, presento el fallo, “M.G.M.D. c. Circulo de Inversores S.A. de Ahorro¹⁸ para fines determinados”, en el cual los herederos del causante interponen demanda, ya que la compañía de seguro de vida, había rechazado cubrir la deuda del fallecido, aduciendo que padecía una patología preexistente.

Se expresara también la importancia de la instancia administrativa previa a la instancia judicial, cuales son los organismos que puede recurrir el consumidor a los fines de poder ser asesorado ya sea de forma previa a la celebración de una operación comercial, o si una vez suscripto deduce que existe alguna circunstancia que lo perjudica.

En la Provincia de Córdoba, el consumidor cuenta con organismos como defensa del consumidor del Gobierno de la Provincia de Córdoba, entidad que al percibir infracción a la Ley 24.240 aplica una multa a la empresa demandada, también cuenta con defensa del consumidor de la

¹⁸ Cámara 6° de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Córdoba(C6aCivyComCordoba), “M.G.M.D. y otros c. Circulo de Inversores S.A. s/ordinario-cumplimiento/resolución de contrato, en LA LEY, AR/JUR/98927/2017

Municipalidad de Córdoba, la cual al encontrar alguna vulneración a los derechos consumeriles, remite las causas al tribunal de faltas a los fines de que la empresa responsable sea multada, además de ello cuenta con asociaciones de consumidores, que si bien no tienen la potestad estatal para multar, suelen ser representantes de los consumidores en las audiencias de conciliación.

1. Análisis de fallos al respecto.

Dentro de las principales cuestiones abordadas por la jurisprudencia, pretendo realizar una breve síntesis de casos suscitados en relación a la problemática planteada, es decir, en que supuestos es procedente la aplicación del art. 37 de la Ley de Defensa del Consumidor.

Así en la causa, “Callejo, Diego A c. Volkswagen S.A. de Ahorro para fines determinados y otro¹⁹”, en la cual una persona promovió demanda contra una administradora de un plan de ahorro solicitando que se condene al cumplimiento del contrato previo que los vinculara y el pago de daños que alego haber padecido.

La administradora, manifestó que el auto no había sido entregado por que el actor había dejado de abonar el plan de ahorro, demostrando una grave desaprensión o desinterés por los derechos del consumidor.

La Sra. Fiscal General dictamino anta la Cámara:

La primera responsabilidad de la administradora de un plan de ahorro previo, es entregar al suscriptor adjudicado el bien adquirido al fabricante. Es deber de la sociedad como mandataria de los integrantes de cada grupo, realizar las diligencias conducentes a la concreción del objeto principal y al mismo tiempo, causa final del contrato; esto es la entrega de un bien determinado por parte del ahorrista.

¹⁹ Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala B(CNCom)(SalaB), “ Callejo, Diego A. c Volkswagen S.A. de Ahorro p/f determinados y otro s/Sumarísimo, en la Ley 30/10/2017, 10-LA LEY2017-E,639-RCyS2017-XII,130, AR/JUR/46123/2017

El tribunal compartiendo lo expuesto por la Sra. Fiscal General, decidió ordenar a Volkswagen S.A. de Ahorro para fines determinados que en plazo de diez días ponga a disposición del accionante un automotor 0km. marca Volkswagen modelo Suran Cross, abone la multa en concepto de mora del art. 7 del contrato suscripto.

Este fallo ejemplifica lo manifestado en relación a los plazos de entrega de la unidad, el cual es viable como abusivo, toda vez que en primer término, el auto no fue entregado, por ende no se abonó multa alguna, más aun responsabilizando al consumidor por haber dejado de abonar el vehículo.

Este caso denota claramente la abusividad de esta cláusula, con respecto a la poca claridad en relación a los cómputos de los plazos por parte de la administradora para entregar el vehículo, así como también demuestra la falta de cumplimiento contractual por parte de esta hacia el consumidor reclamante.

Otro caso que ejemplifica lo manifestado en el capítulo tres, es el fallo “Minaya de Clerici, Evangelina c/ Plan Rombo S.A. s/ordinario”, donde la suscriptora de un plan de ahorro promovió demanda procurando la restitución de las cuotas pagadas, sostuvo que el plan fue rescindido en la cuota n° 46 y no le devolvieron los fondos que había depositado, este caso es en relación al reintegro del haber neto, en la finalización del plan.

La Administradora mediante carta documento informo que el contrato se encontraba cancelado y no existía suma alguna de dinero para serle reintegrada.

Lo que resultaba curioso era que se habían abonado ochenta y cuatro cuotas y la actora solo reclamaba el reintegro de cuarenta y seis cuotas que afirmaba haber abonado.

La realidad de los hechos es que luego de abonar la cuota n° 46, la actora había dejado de abonar las cuotas por lo que a partir de la cuota n° 49 el plan se encontraba rescindido, fue por ello que dicho plan fue abonado por una tercera persona seguramente en connivencia con algún dependiente de la concesionaria, efectuando una adjudicación, luego el pedido del vehículo y una vez facturado realizar un cesión de factura e inscribir dicho vehículo a nombre del tercero.

El tribunal resolvió, que el vehículo no había sido adjudicado y aceptado por la actora, que por lo tanto subsistía su derecho al reintegro de las cuarenta y seis cuotas abonadas de acuerdo con lo previsto en el plan de ahorro, y que consecuentemente correspondía admitir sus agravios, ordenando a restituir tales importes con más los intereses calculados a la tasa activa cobrada por el banco de la nación Argentina.

En lo que respecta a la cláusula del seguro de vida, en el fallo “M.G.M.D. c. Circulo de Inversores S.A. de Ahorro²⁰ para fines determinados”, los herederos del causante interponen demanda, ya que la compañía de seguro de vida, había rechazado cubrir la deuda del fallecido, aduciendo que padecía una patología preexistente.

En autos, la Sra. Fiscal de Cámara indico que se considera una enfermedad cuando esta haya sido objeto de controles, estudios o tratamientos en los dos últimos años posteriores a la suscripción y que será tenida en cuenta a los fines de la nulidad cuando resulte desencadenante del fallecimiento o invalidez. Por lo tanto, resulta dirimente determinar si se encuentra demostrado que el contratante, Sr. L. F. haya padecido una enfermedad preexistente que nulificara el seguro de vida a favor de sus herederas, prueba que pesaba sobre HDI seguros S.A. ya que como se trata de una causa eximente, deber ser probado por quien la alega.

Ante esta postura, el Tribunal Sostuvo:

La prueba pericial es la vía idónea para arrimar esas certezas al tribunal y precisamente, por la dificultad que representa la necesidad de evaluar circunstancias fácticas que requieren de conocimiento científicos o técnicos específicos, más allá de lo jurídico, la ley ha previsto la intervención de peritos como auxiliares del tribunal cuya experticia en el tema e imparcialidad respecto de la causa deben siempre presumirse. Dicha prueba no ha sido rendida por la parte interesada en demostrar la eximente alegada, por lo tanto, al tratarse de una carga procesal, la demandada debe soportar las consecuencias

²⁰ Cámara 6° de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Córdoba(C6aCivyComCordoba), “M.G.M.D. y otros c. Circulo de Inversores S.A. s/ordinario-cumplimiento/resolución de contrato, en LA LEY, AR/JUR/98927/2017

negativas de su omisión, que en el caso importa no poder tener por cierto que el fallecimiento de L.F. se produjo a causa de una enfermedad preexistente al contrato de seguro.

Si bien como manifesté en el capítulo tres no consideramos esta cláusula como abusiva, sino como poco clara, es importante que se encuentre estipulado en el contrato que en caso de fallecimiento del titular cuales son los pasos a seguir, y que sea claro cuál es el procedimiento, ya que podemos encontrarnos con herederos que no tengan conocimiento alguno de esta modalidad contractual.

Como este caso deben existir miles en los cuales la administradora como la compañía de seguros no hacen efectiva la cobertura que posee el titular del plan fallecido, lo cual considero que nunca es claro a quien se debe informar la muerte del causante, a quien se debe presentar la documentación que acredite el fallecimiento, si a la administradora o a la compañía de seguros.

1.1 La importancia de la instancia administrativa previa a la instancia judicial.

Para dar comienzo a este tema en primer punto es necesario aclarar que es la instancia administrativa. Esta instancia es gratuita en la cual el Gobierno pone a disposición un funcionario actuante a los fines de que represente al consumidor en ocasión de audiencia. Es una instancia conciliatoria que busca lograr encontrar una solución a los problemas planteados por el consumidor en la denuncia, la misma está compuesta por el denunciante, quien es el consumidor que inicia el reclamo, el denunciado, que es la empresa proveedora del bien o servicio y el funcionario actuante que es el profesional encargado de conducir la audiencia y quien va a determinar si existió infracción alguna a la Ley de Defensa del Consumidor.

Lo que permite esta instancia es descomprimir la instancia judicial, es decir lograr llegar a un acuerdo o resolver una controversia en esta vía extrajudicial, que en primer término como manifesté precedentemente es gratuita para el consumidor y más expeditiva que la judicial.

Conforme el Art. 42 de la Constitución Nacional:

Los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de su salud, seguridad e intereses económicos; a una información adecuada y veraz; a la libertad de elección, y a condiciones de trato equitativo y digno²¹.

Ahora bien en esta vía administrativa, los funcionarios actuantes no tienen poder de juez, es decir ellos pueden evaluar si hubo alguna violación o vulneración a los artículos de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, para lo cual en caso de comprobarse, la empresa denunciada será multada por dicha Entidad, pero lo que no puede hacer esta vía es determinar si las cláusulas de un contrato son o no abusivas u ordenar a las denunciadas a realizar determinado acto, para ello es necesario recurrir a la vía judicial. La importancia de esta vía previa a iniciar una demanda judicial, permite la posibilidad de resolver cuestiones reclamadas por un consumidor, sin que este deba incurrir en gastos, o en tiempo, que es lo que caracteriza a la vía judicial.

A modo de ejemplo enunciare la causa “Del Valle Pedro c. Plan Rombo S.A. de Ahorro para fines determinados y otro²²”, en la cual un suscriptor de plan de ahorro deduce demanda contra la concesionaria y administradora a los fines de exigir la entrega de la unidad. Lo curioso de todo esto es que el actor tenía calidad de ahorrista en el plan de su titularidad, y no de adjudicatario la cual es imprescindible a los fines de realizar el pedido del vehículo.

Si bien la sentencia admitió parcialmente la pretensión, la cámara Nacional de Apelaciones en Comercial, revoco el decisorio y rechazo la demanda.

El tribunal sostuvo:

Lo expuesto hasta aquí, permite concluir que jamás el señor Del Valle adquirió definitivamente el derecho de exigir la entrega del automotor. Antes de la promoción de la demanda, no había sido designado adjudicatario ni por licitación ni por sorteo y, contrariamente a lo que afirmo en el escrito

²¹ Art. 42. Constitución de la Nación Argentina. Ley 24.430.

²² Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D(CNCom)(SalaD), “Del Valle, Pedro c Plan Rombo S.A. de Ahorro para fines determinados y otro s/ordinario, en la LEY 11/01/2018, 11/01/2018,3-LA LEY2018-A, 129_RCCyC 2018 (febrero), 02/02/2018, 220_LA LEY 15/03/2018, 4, con nota de Jonathan M. Brodsky; LA LEY 22/03/2018, 6, con nota de Franco Raschetti, AR/JUR/86166/2017.

de demanda, ninguna cláusula contractual lo habilita a reclamar entrega alguna con el solo pago de diez cuotas.

Es decir que de haber leído el Sr. Del Valle el contrato oportunamente suscripto, podría haber dilucidado que para poder solicitar la entrega de la unidad debe tener la condición de adjudicatario y no de ahorrista. Asimismo esta causa denota claramente la importancia de la instancia administrativa, ya que ante un reclamo como este iniciado en la Dependencia de Defensa del Consumidor, se hubiese podido explicar al actor las condiciones que debiera cumplir a los fines de poder exigir la entrega de la unidad, evitando los costos y el tiempo que conlleva la instancia judicial.

Por lo que considero de suma importancia que es necesario acudir a esta vía, ante un reclamo y/o inconveniente con un producto adquirido, ya que las empresas proveedoras de bienes y servicios ante la posibilidad de ser multadas como así también publicado su actuar, la mayoría de las veces logra arreglos extrajudiciales a los fines de ahorrarse un supuesto juicio.

Conclusión.

He descripto hasta aquí cuestiones llevadas a los estrados judiciales en materia de controversias suscitadas con relación a planes de ahorro. En estas se cuestionan las cláusulas que componen los contratos de adhesión de plan de ahorro, que es una modalidad que atrae al consumidor en cuanto a la posibilidad de adquirir un vehículo 0km. de manera financiada, que es una posibilidad que permite al suscriptor adquirir un vehículo con integraciones de dinero menores a las que son necesarias para comprar un unidad bajo la modalidad directa.

A partir de los fallos manifestados se muestra realmente la afectación a los consumidores, reclamando la entrega de la unidad, el cuestionamiento de los plazos, la restitución del dinero aportado en relación a la finalización del plan, y la falta de información clara en cuanto a las situaciones de deceso del titular del plan de ahorro.

Son cuestiones que llegadas a la instancia judicial, se encuentran facultadas a reclamar los daños y perjuicios sufridos por el consumidor, ya sea daño material, daño moral, privación de uso, y daño punitivo.

También exprese la importancia de la instancia administrativa previa a la instancia judicial, la cual sigo insistiendo que en muchos casos es efectiva, ya que es la posibilidad que tiene el consumidor de encontrar un representante que escuche su reclamo, la posibilidad que alguien pueda informarle o explicarle lo que no le fue informado oportunamente, la posibilidad de encontrarse respaldado por la empresa que confió al momento de contratar, es decir es una instancia que permite solucionar la controversia planteada por el consumidor, sin incurrir en gastos de tiempo y dinero, eso sí siempre y cuando la postura de las empresas denunciadas sea conciliatoria.

Es una instancia que también tiene la tarea de ayudar y/o asesorar a los consumidores en caso negligencia o inexperiencia en este tipo de contratación, todo ello a los fines de impedir que el consumidor se encuentre obligado a condiciones que han sido confeccionadas en beneficio del proveedor, así como evitar la pérdida de dinero e ilusión de personas que se suscriben a un plan de ahorro con el sueño de acceder a un vehículo 0km.

Conclusión Final.

En el presente trabajo se ha analizado en qué supuestos se torna procedente la aplicación del artículo 37 de la ley de defensa del consumidor en los contratos de adhesión de plan de ahorro para la adquisición de un vehículo 0km.

El artículo mencionado es el que trata las cláusulas abusivas, que son aquellas que desnaturalicen las obligaciones o limitan la responsabilidad por daños; las que importen renuncia o restricción de los derechos del consumidor o amplíen los derechos de la otra parte; las que contengan cualquier precepto que imponga la inversión de la carga de la prueba en perjuicio del consumidor.

Estas cláusulas proponen beneficios para la parte predisponente, es decir al proveedor y/o vendedor de bienes o servicios, colocando al consumidor en un lugar inferior dentro de la relación de consumo. Las mismas pretenden generar desigualdad para las partes, brindándole poder al proveedor frente al profano, ya que es la parte que tiene pleno conocimiento del producto que está vendiendo, es la parte que exige al consumidor el cumplimiento de ciertos requisitos a los fines de que pueda obtener el vehículo, requisitos que muchas veces son imposibles de cumplir.

Al respecto expliqué una por una las cláusulas que considero abusivas así como las que considero que son poco claras, el cálculo del monto de la cuota donde siempre es poco precisa la manera en la cual se la calcula, los porcentajes que la componen, y cuáles son los conceptos abonados.

También expuse el tema de las adjudicaciones, en qué consisten, de qué forma se puede adjudicar la unidad, ya sea sorteo o licitación, y con respecto a esta cláusula expliqué que no la considero abusiva, ya que no depende de la administradora que haya fondos o no para poder adjudicar el vehículo, pensando que sería conveniente administrarlos de tal forma en la cual todos los meses un auto pueda ser adjudicado.

Luego hablé de los plazos de entrega, tema ambiguo si los hay, ya que como mencione a priori, nunca es claro a partir de qué momento comienza el principio de ejecución para la espera del vehículo solicitado, así como tampoco la finalización de los plazos, ya sea hasta la entrega efectiva del vehículo y la documentación a la concesionaria o al cliente, encontrándose siempre perjudicado el consumidor ante la falta de información correcta con respecto a esta cláusula, por lo que considero pertinente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor, ya que es la causal de la mayoría de los reclamos iniciados en vías administrativas, así como en las demandas judiciales.

Con respecto a los requisitos crediticios, hice hincapié en que en los contratos de adhesión de plan de ahorro solamente se menciona la presentación de una carpeta de créditos, pero no hay un parámetro objetivo donde se encuentre estipulado los requisitos solicitados, por lo que en esta cláusula también considero que es pertinente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor, porque de no cumplir con los requisitos que la administradora solicita al momento de realizar el pedido de la unidad, el consumidor pierde la oportunidad de retirar el vehículo, el dinero aportado, y además debe soportar la aplicación de una multa por parte de la administradora por no retirar la unidad, ocasionando esto una limitación de sus derechos de manera abrupta.

En relación a la discontinuación de la unidad, manifesté que es procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor porque el suscriptor se suscribe a un plan de ahorro a los fines de adquirir determinado vehículo, si ese vehículo por el cual el suscriptor se adhirió, se discontinúa o deja de fabricarse, debería el consumidor tener la oportunidad de elegir si quiere o no el nuevo modelo o versión, como así también decidir si puede absorber la diferencia en el pago de la cuota del nuevo modelo y más aún consentir la extensión del plazo, es decir una desnaturalización de la contratación celebrada.

En cuanto al seguro de vida, luego de haber analizado la cláusula, determiné que no es abusiva pero si carece de claridad, porque los herederos en la mayoría de los casos desconocen cuáles son los pasos a seguir, cuando, como y a quien hay que notificar, asumiendo de esta manera que esta cláusula debería ser extremadamente clara porque más allá de los pasos a seguir tras el fallecimiento del titular, es importante comprender la cantidad de trámites que deben cumplirse frente al deceso de una persona por parte de sus familiares, por lo que además de clara debería ser más flexible.

Con respecto a la contratación del seguro del automotor, al igual que la cláusula anterior luego de releerla, considero que no es abusiva, porque la administradora ofrece la opción de cinco compañías de seguros para que el consumidor decida cual le conviene, creo que debería encontrarse informado en el contrato cuales son las compañías con las cuales la administradora contrata para que el

consumidor tenga esta información al momento de contratar, decidiendo convencido si se suscribe o no.

Por ultimo expliqué la cláusula en relación al reintegro del dinero aportado, la cual en caso de baja, rescisión o renuncia del plan de ahorro, obliga al suscriptor a esperar hasta la finalización del plan de ahorro para poder recuperar el dinero aportado, no explicando de manera concisa al momento de reintegrar los descuentos realizados, privando al titular de plan la posibilidad de utilizar su dinero, ya que de manera arbitraria decide reintegrarlo luego de siete años de iniciado el plan de ahorro.

Al igual que la cláusula de los plazos de entrega, es una de las cláusulas más reclamadas, la cual considero que es procedente la aplicación del artículo 37 de la ley de defensa del consumidor, toda vez que la condición que el suscriptor reciba su dinero aportado luego de siete años de haber suscripto el plan de ahorro, es una restricción a sus derechos y una privación de uso del dinero aportado, el cual nunca es reintegrado en su totalidad.

Siguiendo con el desarrollo del trabajo, expliqué la importancia de la incidencia de los artículo N° 4, 7 y 8bis de la Ley 24.240, toda vez que a los fines de poder configurar la relación de consumo es necesario que los mismos sean cumplidos tanto por el vendedor como el proveedor, ya que la vulneración de cumplimiento de estos es lo que deviene a futuro en un posible reclamo extrajudicial como judicial.

Con el presente trabajo de investigación no intenté demostrar que todas las cláusulas de los contratos de adhesión de plan de ahorro para la adquisición de un vehículo 0km. son nulas, simplemente pretendí demostrar que es procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor en las cláusulas del cálculo del monto de la cuota, en los plazos de entrega de la unidad, en la discontinuación de la unidad, los requisitos crediticios así como el cálculo del reintegro, y considero que lo son porque restringen los derechos del consumidor y porque son cláusulas que desnaturalizan la obligación por la cual el consumidor decidió acceder a esta modalidad contractual.

Por lo que propongo que las mismas no sean anuladas o declaradas nulas, ya que son las protagonistas del procedimiento del plan de ahorro, siendo cláusulas necesarias a los fines de darle un formato al contrato, en virtud de ello, planteo que la redacción sea de manera tal que permita paridad entre las partes, porque insisto esta modalidad contractual no puede desaparecer ya que en la forma en que vivimos en la actualidad es necesario la utilización de estos contratos con cláusulas predispuestas, ya que permiten agilizar las operaciones comerciales, lo que resulta beneficioso para la parte que vende el producto como para la parte que lo necesita, pero también entiendo que es necesario modificar la redacción de estos contratos en particular, es decir permitir que las cláusulas que los componen no beneficien solamente al proveedor, logrando que estas impongan ciertas obligaciones en ambas partes, sin provocar desigualdad en las obligaciones asumidas, todo ello a los fines de evitar la futura producción de daños y/o perjuicios hacia el consumidor.

Que el presente trabajo no contaba con una hipótesis pero si con distintas preguntas de investigación las cuales fueron resueltas luego de la investigación realizada, ya que pude determinar en qué supuestos es procedente la aplicación del art. 37 de la Ley de defensa del consumidor en los contratos de adhesión de plan de ahorro. Asimismo expliqué por qué considero que el cálculo del monto de la cuota es una cláusula abusiva, y por ultimo expresé que la vulneración de los artículos número 4 en relación al deber de información, número 7 en relación a la oferta y numero 8 bis del trato digno de la ley de defensa del consumidor tienen incidencia en la problemática investigada.

Por todo lo analizado y según la investigación perpetrada, concluyo que es procedente la aplicación del art. 37 de la ley de defensa del consumidor, en los contratos de adhesión de plan de ahorro para la adquisición de un vehículo 0km, solamente en las cláusulas descriptas ut-supra.

Bibliografía.

1. Doctrina.

- Tinti, Guillermo Pedro y Calderón, Maximiliano R. (2017). *Derecho del Consumidor Ley 24.240 de Defensa del Consumidor Comentada*. (4ª. Ed.). Córdoba: Alveroni Ediciones.
- Junyent Bas, Francisco; Garzino, María Constanza y Rodríguez Junyet, Santiago (2017). *Cuestiones Claves de Derecho del Consumidor: A la Luz del Código Civil y Comercial*. (1ª. Ed.). Córdoba: Advocatus.
- Tambussi, Carlos E. (2015). *Incidencias del Código Civil y Comercial: Contratos de Consumo*. Buenos Aires: Hammurabi.
- Schvartz, Liliana. (2016). *Derecho del Consumidor según la Ley 24.240 y el Código Civil y Comercial*. Buenos Aires: García Alonso.
- Picasso, Sebastián y Vásquez Ferreyra, Roberto A. (2009). *Ley Defensa del Consumidor Comentada y Anotada –Tomo I- Parte General*. Buenos Aires: LA LEY.

-
- Wajntraub, Javier H. (2017). *Régimen Jurídico del Consumidor Comentado*. Buenos Aires: Culzoni Editores.
 - Muguillo, Roberto Alfredo. (2016). *Contratos Civiles y Comerciales. Parte General. Clausulas usuales de gestión empresaria según el Código Civil y Comercial*. Buenos Aires: Astrea.
 - Rivera, Julio Cesar y Medina, Graciela. (2015). *Código Civil y Comercial de la Nación Comentado (Tomo III)*. Buenos Aires: Thomson Reuters LA LEY.
 - Alterini, Jorge Horacio. (2015). *Código Civil y Comercial Comentado. Tratado Exegético. (Tomo V)*. Buenos Aires: Thomson Reuters LA LEY.
 - Shina, Fernando E. (2016). *Sistema Legal para la Defensa del Consumidor*. Buenos Aires: Astrea.
 - Peral Santiago J., *La regulación de las cláusulas abusivas en el Código Civil y Comercial: la influencia de las normas del Derecho de Consumidor sobre el Derecho de los Contratos en general*, en RCCYC 2015 (noviembre), 17/11/2015, 181).
 - Ghersi, Carlos Alberto, *El Abuso de la Posición Dominante*, en LA LEY, 2016-B, 1157.
 - Brodsky, Jonathan M., *Las obligaciones contractuales y la sujeción a los términos del acuerdo en los contratos de ahorro previo*, en La Ley Online 15/03/2018, 15/03/2018,4-LA LEY2018-B, 49, AR/DOC/353/2018.
 - Luft, Marcelo Enrique, *La aplicación inmediata del nuevo Código a los juicios sobre responsabilidad en las relaciones de consumo*, en La Ley Online 22/02/2016, 22/02/2016, 9 –LA LEY2016-A, 415, AR/DOC/4200/2015.
 - Ritto, Graciela B., *Acerca de las cláusulas abusivas y su regulación en el Código Civil y Comercial de la Nación*, en DJ21/10/2915,1, AR/DOC/2635/2015.
 - Stiglitz, Rubén S. y Stiglitz, Gabriel A., *Responsabilidad Precontractual- Deberes Secundarios de conducta- Incumplimiento del deber de información- Relevancia en los contratos de consumo*, en 00037011787.

- Barocelli, Sergio Sebastián, *La problemática de las cláusulas abusivas en las relaciones de consumo y el Código Civil y Comercial*, en RCCyC 2016(mayo), 0570572016,235, AR/DOC/900/2016.

- Plan Rombo S.A. de Ahorro para fines determinados. Recuperado el 08/07/2018 de <http://planrombo.renault.com.ar/caminoal0km/informacion>

- FCA S.A. de Ahorro para fines determinados. Recuperado el 08/07/2018 de <https://www.planesdeahorro.com.ar/descargas/plan-fiat-condiciones-contrato-adhesion.pdf>

2. Legislación.

- Código Civil y Comercial de la Nación Argentina, editorial El Güero ediciones.
- Constitución de la Nación Argentina, Art. 42.
- Ley 24240 de Defensa del Consumidor.

3. Jurisprudencia.

- Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D (CNCom) (SalaD) “Del Valle, Pedro c. Plan Rombo S.A. de Ahorro para fines determinados y otro s/ordinario”, en La Ley Online, AR/JUR/86166/2017.

- Cámara de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Resistencia, Sala I (CCvyComResistencia) (SalaI), “Feu, Sergio G. c/ Mas Automotores S.A.yy/o.q.r.r.”, en la LLLitoral 2009 (agosto), 771, AR/JUR/10822/20.

- Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala B (CNCom) (SalaB) “Callejo, Diego A. c. Volkswagen S.A. de Ahorro para fines determinados y otro s/sumarísimo”, en La Ley Online, AR/JUR/46123/2017.

- Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, sala C (CNcom) (SalaC), “Fernández, Héctor O. c/ Volkswagen S.A. de Ahorro para fines determinados y otros s/ sumarísimo”, en La Ley Online, AR/JUR/4078/2015.

-
- Cámara de Apelaciones en Civil y Comercial de Azul, Sala II (CCivyComAzul) (SalaII) “Plan Rombo S.A. de Ahorro para fines determinados c. Sucesores de V.G.C.R.E. s/ ejecución prendaria”, en La Ley Online, AR/JUR/107847/2016.
 - Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala D, “Podestá, Osvaldo Héctor y otro c7 Volkswagen S.A. Ahorro para fines determinados s/Ordinario”, en MJ-JU-M-104321-AR.
 - Cámara 6º de Apelaciones en lo Civil y Comercial de Córdoba (C6aCivyComCordoba), “M.G.M.D. y otros c. Circulo de Inversores S.A. s/ordinario”, en La Ley Online, AR/JUR/98927/2017.
 - Camara Nacional de Apelaciones en lo Comercial Sala D (CNCom)(SalaD), "Minaya de Clerici,Evangalina c. Plan Rombo S.A. s/Ordinario”, en La Ley Online, AR/JUR/76287/2011.
 - Camara de apelaciones en lo Civil y Comercial de Corrientes, Sala IV (CCivyComCorrientes)(SalaIV) “Bar, María Concepción c. Plan Rombo S.A. y/o Renault Argentina S.A. (ex. Ciadia S.A.) Y/o Centro Automotores S.A. S/rescisión de contrato”, en La Ley Online, AR/JUR/332/2016.).
 - Cámara Nacional de Apelaciones en lo Comercial, Sala F (CNCom) (SalaF) “Martínez Aranda, Jorge R. c. Plan Ovalo S.A. de ahorro p/f determinados y otros s/ordinario”, en RCyS2017-IX, 176, AR/JUR/26582/2017.

