

# ÍNDICE

## **Vulnerabilidad y Capacidad. Estudios sobre vulnerabilidad y capacidad jurídica en el derecho común y de consumo**

Coordinadoras: Erika Isler Soto y Daniela Jarufe Contreras

Rubicón Editores /2022

[www.librotecnia.cl](http://www.librotecnia.cl)

**PRESENTACIÓN.....13**

## **¿QUIÉNES SON VULNERABLES? REVISIÓN DE ALGUNOS MODELOS DE DETERMINACIÓN DE LA VULNERABILIDAD**

*Erika Isler Soto* ..... 17

1. Desigualdad, justicia, vulnerabilidad y reglas especiales.....17
2. ¿Cómo se determina la vulnerabilidad? .....21
  - 2.1. La vulnerabilidad en un sentido formal .....21
    - 2.1.1. El criterio formal .....21
    - 2.1.2. Ventajas y desventajas del sistema formal..... 25
  - 2.2. La determinación valorativa de la vulnerabilidad..... 27
  - 2.3. Matices y atenuantes..... 29
3. Reflexiones finales.....31

**REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS. ....32**

[www.librotecnia.cl](http://www.librotecnia.cl)

**VULNERABILIDAD Y CONSUMO: ¿TIENE SENTIDO DISTINGUIR ENTRE CONSUMIDORES VULNERABLES Y NO VULNERABLES?**

*Sara Fernandes Garcia y Jorge Morais Carvalho* ..... 35

1. Introducción..... 36
2. Fundamentos del Derecho del Consumo .....37
3. Crisis pandémica y vulnerabilidad ..... 38
4. Consumidor vulnerable en la Directiva 2005/29/CE.....41
5. Consumidor vulnerable: ¿conceptualización o deconstrucción?..... 44
6. Conclusión: ¿tiene sentido la distinción entre consumidores vulnerables y no vulnerables? ..... 47

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS ..... 49

**EL DÉFICIT DEL CONSENTIMIENTO COMO DETERMINANTE DE VULNERABILIDAD**

*Carlos Martínez de Aguirre* ..... 51

1. Planteamiento .....51
2. Consentimiento contractual y situaciones típicas de vulnerabilidad ocasional o coyuntural .....53
3. Consentimiento contractual y situaciones típicas de vulnerabilidad estructural ..... 56
4. Consentimiento contractual y déficit de consentimiento en las relaciones de consumo: la situación de vulnerabilidad de los consumidores. .... 59
5. La vulnerabilidad agravada o hipervulnerabilidad: de nuevo el caso de los consumidores..... 63
6. Reflexiones finales..... 67

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....69

## **EL CONCEPTO DE CONSUMIDOR HIPERVULNERABLE EN LA LEGISLACIÓN ARGENTINA**

<i>Walter Fernando Krieger</i> .....	73
1. El concepto de consumidor hipervulnerable .....	73
2. Requisitos del consumidor “hipervulnerable” y alcances del concepto.....	75
3. Las normas que establecen la categoría de “consumidor hipervulnerable” en el derecho Argentino.....	77
4. Conclusiones .....	80
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	81

## **LA PROTECCIÓN DE LOS CONSUMIDORES HIPERVULNERABLES EN EL ÁMBITO UNIVERSAL Y SU PROYECCIÓN EN ARGENTINA Y EN EL MERCOSUR**

<i>Sergio Sebastián Barocelli</i> .....	83
1. Relaciones de consumo: vulnerabilidad e hipervulnerabilidad .....	84
2. La protección de los consumidores hipervulnerables en el ámbito universal.....	85
3. La protección de los consumidores hipervulnerables en el derecho interno de los Estados miembros del MERCOSUR....	86
4. La protección de los consumidores hipervulnerables en la Resolución N° 139/2.020 de la Secretaría de Comercio Interior de Argentina.....	88
5. La protección de los consumidores hipervulnerables en la Resolución N° 11/GMC/2021 del MERCOSUR.....	93
6. A modo de conclusión.....	95
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	97

**EL CONSENTIMIENTO Y LA DISCAPACIDAD INTELECTUAL  
EN LAS RELACIONES DE CONSUMO: FLEXIBILIZACIÓN  
DE LAS NORMAS DEL DERECHO COMÚN E  
INCORPORACIÓN TÁCITA DE LOS PRINCIPIOS DE LA CIDPD**

<i>Daniela Jarufe Contreras</i> .....	99
1. Introducción.....	100
2. La regulación de la capacidad y consentimiento de las personas con discapacidad intelectual en el derecho común y de consumo.....	101
3. La Convención Internacional sobre los Derechos de las Personas con Discapacidad y su incidencia en el ámbito del Derecho común y de consumo.....	104
4. Conclusiones .....	112
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	113

**NIÑOS Y ADOLESCENTES COMO CONSUMIDORES  
VULNERABLES EN LA LEY SOBRE GARANTÍAS  
Y PROTECCIÓN INTEGRAL DE SUS DERECHOS**

<i>Marcela Acuña San Martín</i> .....	117
1. Introducción.....	117
2. La categoría del niño como consumidor .....	119
3. Ley de garantías y protección integral de los derechos de la niñez y adolescencia.....	127
4. Protección y defensa de los niños y adolescentes como consumidores y usuarios.....	129
5. Bienes, productos o servicios comercializados para el uso o el consumo de niños, niñas o adolescentes .....	130
6. La publicidad dirigida a niños y adolescentes .....	134
7. Deberes públicos y privados correlativos a los derechos de los niños en el ámbito del consumo en la Ley de Garantías.....	140

8. Valoración conclusiva .....	142
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	144

**CONSUMIDOR MENOR DE EDAD:  
VULNERABILIDADES EN UN ENTORNO DIGITAL**

<i>Rute Couto</i> .....	149
1. Introducción.....	149
2. Los menores de edad como consumidores hipervulnerables...	151
3. Prácticas comerciales dirigidas a menores en el entorno digital .....	152
4. Reflexión final.....	156

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	157
----------------------------------	-----

**EL CONSUMIDOR PROMEDIO ¿UN ESTÁNDAR  
APLICABLE A LAS PERSONAS MAYORES DADA SU  
CALIDAD DE CONSUMIDORES HIPERVULNERABLES?**

<i>Ruperto Pinochet Olave</i> .....	159
1. Introducción.....	159
2. La determinación de estándares de conducta en el derecho y su utilidad: el buen padre de familia y el consumidor promedio.....	162
3. Las personas mayores como consumidores hipervulnerables...	166
4. Conclusiones.....	169

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS .....	171
----------------------------------	-----