

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

Rubión Editores /2022

www.librotecna.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 formal21
 - 2.1.1. El criterio formal21
 - 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.librotecna.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 Consumo37
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. Planteamiento51
2. Consentimiento contractual y situaciones típicas de vulnerabilidad ocasional o coyuntural53
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
----------------------------------	-----