

TÍTULO:	VULNERABILIDAD DE ENDEUDADOS
AUTOR/ES:	Vecchiarelli, María de los Á.
PUBLICACIÓN:	Profesional y Empresaria (D&G)
TOMO/BOLETÍN:	XXII
PÁGINA:	-
MES:	Agosto
AÑO:	2021
OTROS DATOS:	-

---

**MARÍA DE LOS Á. VECCHIARELLI**

## **VULNERABILIDAD DE ENDEUDADOS**

*El endeudamiento, por sí solo, representa un grado de dependencia y sometimiento del deudor hacia el acreedor, ya que se hace a través de un contrato de adhesión con condiciones que son impuestas, y además algunas personas poseen otras causas que acrecientan su vulnerabilidad, ya sea por sus características, condición o circunstancias.*

### **I - CONSIDERACIONES PRELIMINARES**

Los pequeños comerciantes y las personas físicas son individuos con marcadas diferencias estructurales con aquellos que les otorgan préstamos, vale decir, poseen una vulnerabilidad marcada, y algunos, además por sus condiciones, circunstancias u otras causas son los que se pueden considerar como hipervulnerables.

En las transacciones financieras estas diferencias suelen ser mucho más marcadas, además de existir un gran grado de dependencia y tratarse de interrelaciones de una duración extensa en el tiempo.

*"La vulnerabilidad que normalmente tienen los clientes surge de muy diversos aspectos u orígenes, entre los que observamos, entre otros:*

- Carencia de conocimientos y/o información sobre el producto y/o el servicio.
- Falta de experticia en materia:
  - Técnica.
  - Comercial.
  - Financiera.
  - Negociadora.
  - Jurídica, etc.
- Capacidad psicológica y/o emocional para administrar las situaciones por cuestiones particulares (edad, situación particular, sexo, preparación, etcétera, que son personalísimos de cada uno).
- Situación económica y/o financiera.
- Esquema de valores y de necesidades, intereses, deseos y/o necesidades personales.
- Dependencia y/o cautividad.
- Urgencias circunstanciales<sup>(1)</sup>.

Para Arias Cáu y Barocelli: *"En ese contexto de producción tecnificada y masificada, estandarización y despersonalización de las condiciones de comercialización de bienes y servicios, agresivas campañas de publicidad, moda y prácticas comerciales, masificación del crédito y situaciones de monopolio, oligopolio y poder de la 'marca', las relaciones entre quienes adquieren o utilizan bienes o servicios para satisfacer necesidades domésticas y quienes proveen bienes y servicios en el mercado se dan en un marco de desigualdad estructural, caracterizada por la debilidad y vulnerabilidad los consumidores y usuarios"*<sup>(2)</sup>.

### **II - TÉRMINOS NUCLEARES**

Recurrimos al Diccionario de la Lengua Española, de la Real Academia Española<sup>(3)</sup>, para tomar los términos que son nucleares en la cuestión de los vulnerables endeudados y los incorporamos en el cuadro 1, con sus acepciones adecuadas para nuestro análisis.

#### **1. Voces clave**

<b>Término</b>	<b>Definición</b>
<b>Abusar</b>	Hacer uso excesivo, injusto o indebido de algo o de alguien.
<b>Acreedor</b>	Que tiene mérito para obtener algo. Que tiene derecho a que se le satisfaga una deuda. Que tiene acción o derecho a pedir el cumplimiento de alguna obligación.
<b>Asimetría</b>	Falta de correspondencia exacta en forma, tamaño y posición de las partes de un todo.
<b>Derecho</b>	Facultad del ser humano para hacer legítimamente lo que conduce a los fines de su vida. Facultad de hacer o exigir todo aquello que la ley o la autoridad establece en nuestro favor, o que el dueño de una co:
<b>Desvalido</b>	Desamparado, privado de ayuda y socorro.
<b>Desventaja</b>	Mengua o perjuicio que se nota por comparación de dos cosas, personas o situaciones.
<b>Diferenciar</b>	Hacer distinción, conocer la diversidad de las cosas. Hacer a alguien o algo diferente, diverso de otro.
<b>Endeudamiento</b>	Acción y efecto de endeudarse. Conjunto de obligaciones de pago contraídas por una nación, empresa o persona.
<b>Indiferencia</b>	Estado de ánimo en que no se siente inclinación ni repugnancia hacia una persona, objeto o negocio determinado.
<b>Proteger</b>	Resguardar a una persona, animal o cosa de un perjuicio o peligro, poniéndole algo encima, rodeándolo, etc. Amparar, favorecer, defender a alguien o algo.
<b>Someter</b>	Subordinar el juicio, decisión o afecto propios a los de otra persona.
<b>Usura</b>	Ganancia, fruto, utilidad o aumento que se saca de algo, especialmente cuando es excesivo. Interés ilícito que se llevaba por el dinero o el género en el contrato de mutuo o préstamo. Interés excesivo en un préstamo.
<b>Vulnerable</b>	Que puede ser herido o recibir lesión, física o moralmente.

### **III - IMPORTANCIA DE LA INFORMACIÓN Y DEL CONOCIMIENTO**

Una de las cuestiones a lo largo de toda la relación crediticia suele ser la falta de información, de advertencias y de conocimientos que sufre el deudor, y esto puede traer serias dificultades.

Cuando no se dispone de toda la información indispensable, o no se sabe claramente en qué consiste lo contratado o sus efectos, cabe la posibilidad de que aparezcan problemas en la interrelación crediticia.

Para que la información y los conocimientos aportados resulten eficaces para los actores, los mismos deben ser entendibles por ellos, ya que de no ser así se tornan inútiles.

El aspecto de la información es uno de la más importantes a la hora de considerar la vulnerabilidad, de allí que prácticamente toda la normativa de las relaciones de consumo le da un lugar preponderante, comenzando por la misma Constitución Nacional, dado que de no disponerse de ella de manera adecuada pueden producirse inconvenientes y daños.

El conocimiento y la información financiera es una de las cuestiones que marcan una gran diferencia entre los interrelacionados, dado que para los usuarios y/o consumidores es un tema que es de su máxima ignorancia y sus decisiones habitualmente se basan en si las primeras cuotas están a su alcance, pero de lo que pueda suceder de allí en más no poseen la más mínima idea, pero los acreedores sí poseen la información y conocimiento, que suelen dar muy retaceadamente a los mismos.

La información y el conocimiento es obligatorio que el acreedor los dé, pero no es solamente brindarlos, sino que los mismos deben ser accesibles y comprensibles, ya que si no se los entiende por parte del usuario no es de utilidad, de allí que la información debe cumplir al menos ciertos requisitos establecidos en la normativa<sup>(4)</sup>, como ser:

- Adecuada.
- Veraz.
- Cierta.
- Clara.
- Detallada.
- De todo lo relacionado a características esenciales.
- De las condiciones de comercialización.
- De toda circunstancia relevante.
- Gratuita.
- Claridad necesaria para su comprensión.
- Proporcionada en soporte de papel, salvo que los usuarios y/o consumidores opten expresamente por otro medio.
- Oportuna.
- Concisa.
- Fácil interpretación y/o comprensión.
- No capciosa.

- Completa.
- Exacta.
- De fácil acceso.

Además Martín nos agrega:

"...esa descripción de términos es enunciativa y que deberían agregarse algunos otros conceptos, aunque para algunos resulten redundantes, tales como:

- a) Suficiente;
- b) Individualización de los efectos Jurídicos;
- c) Aclaración o advertencia de los efectos financieros y/o económicos;
- d) Explicación de la Tecnología (uso, componentes, etc.);
- e) Prevenciones y avisos de la seguridad,
- f) Legible de (fácil lectura);
- g) Pertinentemente expuesta;
- h) Entendible para quien debe interpretarla<sup>(5)</sup>.

Uno de los principios del derecho que ha cambiado en las relaciones de consumo es que el derecho y demás información que requiere indispensablemente el usuario es que **no se presume conocida**. Y esto implica la obligación de informar y de advertir a los integrantes de la cadena de producción, prestación y/o comercialización.

Por otro lado, Sobrino, citando a Tévez, nos marca:

"...recordamos que el Deber de Información del Proveedor al Consumidor también incluye el Deber de Consejo y el Deber de Advertencia<sup>(6)</sup>, donde ineluctablemente, se le debe informar, aconsejar y advertir respecto a la normativa legal aplicable"<sup>(7)</sup>.

En este sentido, Ossola nos señala acertadamente que:

"...no nos caben dudas de es que la Buena Fe la razón de ser de la existencia de la obligación de informar del Proveedor. La conducta honesta y proba de la esencia de todos los actos jurídicos. Y la situación de asimetría negocial existente entre proveedor y consumidor impone la obligación de hacerle conocer a este último todas las circunstancias relevantes y necesarias"<sup>(8)</sup>.

"La conducta honesta y proba de la esencia de los actos jurídicos, y la situación de asimetría negocial existente entre proveedor y consumidor le impone la obligación de hacerle conocer a este último todas las circunstancias relevantes y necesarias. De allí que el proveedor está Obligado a suministrar la información al consumidor en forma cierta, clara y detallada (art. 4, L. 24240)"<sup>(9)</sup>.

La misma ley 24240 tiene aspectos de información a lo largo de todo su articulado<sup>(10)</sup>, ya que en sus artículos 4, 6, 7, 8, 9, 10, 10 bis, 10 ter, 11, 14, 15, 20, 21, 22, 23, 24, 25, 27, 28, 30 bis, 31, 32, 34, 36, 37, 38, se refiere a cuestiones que deben contener las informaciones y las constancias o los aspectos que deberían ser conocidos por los usuarios y/o consumidores.

El artículo 7 de la ley 6171 de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires es claro y establece:

**"Deber de informar del Agente. Al contactar al deudor moroso, el agente de cobranza informará su nombre completo o razón social, DNI o CUIT, y la persona humana o jurídica para quien gestiona el cobro, y luego se le brindará la información pertinente a la deuda reclamada.**

En dicha oportunidad deberá informar:

- a) Datos identificatorios de la persona humana o jurídica que reclama la deuda;**
- b) La documentación que da origen al reclamo, la cual deberá estar a disposición del deudor moroso dentro de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires;**
- c) Detalle del monto de la deuda, discriminando deuda original, intereses, costo de gestión de cobranza y otros adicionales contemplados;**
- d) Fecha a partir de la cual se incurrió en mora;**
- e) Toda información que resulte necesaria para hacer efectivo el pago a los efectos de la cancelación de la deuda reclamada".**

## **IV - VULNERABILIDAD: VULNERABLES E HIPERVULNERABLES**

Los usuarios de los servicios financieros, tal como lo son aquellas operaciones de crédito donde al deudor se lo "considera consumidor a la persona física o jurídica que adquiere o utiliza, en forma gratuita u onerosa, bienes o servicios como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social ... queda equiparado al consumidor quien, sin ser parte de una relación de consumo como consecuencia o en ocasión de ella, adquiere o utiliza bienes o servicios, en forma gratuita u onerosa, como destinatario final, en beneficio propio o de su grupo familiar o social"<sup>(11)</sup>.

La relación de consumo parte del supuesto de que los usuarios y/o consumidores están en desventaja ante la cadena de producción, prestación y/o comercialización, o sea son eminentemente vulnerables; por ello, toda la legislación que regula este tipo de interrelación tiende a su protección, y simplemente para tener una idea de ello recurrimos a lo establecido en el Código Civil y Comercial en sus artículos siguientes.

"Artículo 1094. Interpretación y prelación normativa. Las normas que regulan las relaciones de consumo deben ser aplicadas e interpretadas conforme con el principio de protección del consumidor y el de acceso al consumo sustentable.

En caso de duda sobre la interpretación de este Código o las leyes especiales, prevalece la más favorable al consumidor"<sup>(12)</sup>.

"Artículo 1095. Interpretación del contrato de consumo. El contrato se interpreta en el sentido más favorable para el consumidor. Cuando existen dudas sobre los alcances de su obligación, se adopta la que sea menos gravosa".

La hipervulnerabilidad la define la resolución 139/2020 de la Secretaría de Comercio, que en su artículo 2 establece:

"A los efectos de la presente medida podrán constituir causas de hipervulnerabilidad, entre otras, las siguientes condiciones:

- a) reclamos que involucren derechos o intereses de niños, niñas y adolescentes;
- b) ser personas pertenecientes al colectivo LGBT+ (lesbianas, gays, bisexuales y transgénero);
- c) ser personas mayores de 70 años;
- d) ser personas con discapacidad conforme certificado que así lo acredite;
- e) la condición de persona migrante o turista;
- f) la pertenencia a comunidades de pueblos originarios;
- g) ruralidad;
- h) residencia en barrios populares conforme ley 27453<sup>(13)</sup>;
- i) situaciones de vulnerabilidad socio-económica acreditada por alguno de los siguientes requisitos:
  1. Ser Jubilado/a o Pensionado/a o Trabajador/a en Relación de Dependencia que perciba una remuneración bruta menor o igual a dos (2) Salarios Mínimos Vitales y Móviles;
  2. Ser Monotributista inscripto en una categoría cuyo ingreso anual mensualizado no supere en dos (2) veces el Salario Mínimo Vital y Móvil;
  3. Ser Beneficiario/a de una Pensión No Contributiva y percibir ingresos mensuales brutos no superiores a dos (2) veces el Salario Mínimo Vital y Móvil;
  4. Ser beneficiario/a de la Asignación por Embarazo para Protección Social o la Asignación Universal por Hijo para Protección Social;
  5. Estar inscripto/a en el Régimen de Monotributo Social;
  6. Estar incorporado/a en el Régimen Especial de Seguridad Social para empleados del Servicio Doméstico (L. 26844);
  7. Estar percibiendo el seguro de desempleo;
  8. Ser titular de una Pensión Vitalicia a Veteranos de Guerra del Atlántico Sur (L. 23848<sup>(14)</sup>)".

En este sentido, el Mercado Común del Sur (MERCOSUR) ha resuelto un conjunto de principios, que incluimos en el cuadro 2<sup>(15)</sup>, para las relaciones de consumo, dentro de las que está el tema del endeudamiento.

## 2. Principios de Santa Fe

### Principios del Mercosur para las Relaciones de Consumo

1. **Principios de progresividad y no regresión.** Los Estados parte adoptarían medidas apropiadas para lograr progresivamente la plena efectividad de los principios.
2. **Principio de orden público de protección.** El sistema de protección del consumidor es de orden público;
3. **Principio de acceso al consumo.** El sistema de protección del consumidor busca garantizar el acceso al consumo de productos y servicios.
4. **Principio de transparencia de los mercados.** El sistema de protección del consumidor contribuye al logro de la transparencia de los mercados.
5. **Principio de consumo sustentable.** El sistema de protección del consumidor impulsa el consumo y la producción sustentables, en función de los principios de desarrollo sustentable.
6. **Principio de protección especial para consumidores en situación vulnerable y de desventaja.** El sistema de protección del consumidor debe brindar protección especial a los consumidores en situación vulnerable y de desventaja.
7. **Principio de respeto de la dignidad de la persona humana.** Los proveedores, en su actuación en el mercado, deben reconocer y respetar la dignidad de la persona humana.
8. **Principio de prevención de riesgos.** Los proveedores actuarán preventivamente cuando exista probabilidad razonable de una amenaza a la salud o a la seguridad de los consumidores.
9. **Principio antidiscriminatorio.** El sistema de protección del consumidor implementa las acciones conducentes para alcanzar el objetivo de no discriminación.
10. **Principio de buena fe.** El sistema de protección al consumidor se asienta en la buena fe de las partes intervinientes en el contrato;
11. **Principio de Información.** Los proveedores deben suministrar a los consumidores información clara, veraz y suficiente que les permita tomar decisiones informadas.
12. **Principio de armonización.** Resulta fundamental armonizar los intereses de los participantes de las relaciones de consumo, haciendo prevalecer los intereses de los consumidores.
13. **Principio de reparación integral.** El sistema de protección al consumidor debe asegurar a este una reparación integral en caso de daño.
14. **Principio de equiparación de derechos.** Los Estados parte deben esforzarse por fomentar la confianza en el comercio electrónico, mediante la aplicación de los principios de protección del consumidor.

## V - COBRANZA

Ya sea que la cobranza de deudas en mora la realicen los acreedores que otorgaron el crédito o le sean encargadas a terceros, esta es una de las cuestiones más angustiosas que sufren los deudores, ya que, en general, si no pudieron cumplir con sus compromisos, por ello ya tienen una gran carga negativa en sus emociones y obviamente, si bien los prestamistas tienen todo su derecho, esto agrava la situación. Esto suele ser muy agravante de la situación de vulnerabilidad.

Lamentablemente en estas cobranzas, especialmente en los casos en que se les encargan a terceros ajenos al acreedor original, quienes plantea las reclamaciones de las deudas en mora suelen actuar:

- Acosando de alguna manera al deudor.
- Generalmente requiriendo cifras mayores a lo realmente adeudado.
- No brindando información de la composición de lo adeudado ni sus orígenes.
- En muchas ocasiones, sin contar con un poder para cobrar y para otorgar el libre deuda.
- Amenazado alguna forma de actuar judicialmente.

Este accionar entendemos que de alguna forma viola la buena fe de los deudores y en muchos casos puede llegar a ser hasta ilegal.

En este sentido Navas señala:

"En la mayoría de estas prácticas, el consumidor, por lo general, se encuentra en una situación de conocimiento parcial, incompleto, defectuoso, etc., respecto a los conceptos que adeuda con motivo de ese préstamo y que por diferentes motivos no pudo afrontar en tiempo y forma, generando una situación de mora por la cual el proveedor resuelve encomendar la gestión a un tercero (que puede ser un estudio jurídico o una consultora que se tiene por objeto dicha actividad) y éste se limita (en el 90%) de los casos a intimidar al usuario a que cancele el pago del préstamo y de no hacerlo en el tiempo que se le impone, se iniciará sin más las acciones legales con la traba de embargos y demás medidas cautelares, generando así un temor y una situación de angustia en la persona del usuario, que resulta innecesaria y que se puede evitar, brindando una información completa sobre el estado de su deuda sin tener que recurrir a palabras o actitudes intimidatorias, insisto, innecesarias (sin entrar a discutir claro está sobre la legitimidad o no para realizarlas); lo cierto es que este tipo de conductas provocan una situación de angustia en la persona del consumidor y pienso (y me permito adelantar mi opinión al respecto) que con una información adecuada, ello se podría evitar"<sup>(16)</sup>.

"...causando con esta conducta acosadora en la persona del consumidor un desgaste físico, mental y emocional. Estas actitudes persecutorias hacia el consumidor no resultan ser compatibles con el derecho a una información sobre la situación de su deuda, sino además configuran un incumplimiento de parte del proveedor al derecho a un trato digno"<sup>(17)</sup>.

Esta cuestión de la cobranza extrajudicial de deudas está legislado en las normas nacionales genéricas de defensa y protección de los usuarios y/o consumidores<sup>(18)</sup> y además en la Ciudad Autónoma de Buenos Aires<sup>(19)</sup> tenemos un ley especial para este tema. Esta normativa surgió como una necesidad para evitar este tipo de excesos.

Y al respecto de esto Martín nos marca:

"En síntesis, la regulación de las cobranzas extrajudiciales procura ordenar las interrelaciones entre los involucrados para que:

- Se realicen con un trato digno de los afectados.
- Exista una información clara sobre lo adeudado, los conceptos reclamados, la forma de determinación y de cancelación efectiva, la validez de la representatividad de los cobradores, etcétera.
- Se conozca los actores intervinientes y que asuman su responsabilidad.
- No existen abusos y/o excesos.
- No haya apremios antijurídicos.
- Se evite cobrar conceptos no contratados, no solicitados o prescriptos, o en demasía.
- Las liquidaciones resulten claras y con todos los componentes especificados y sin rubros indebidos.
- No poseer una apariencia que no corresponde.
- Las acciones que sean antijurídicas reciban sanciones adecuadas"<sup>(20)</sup>.

## **VI - CONSIDERACIONES FINALES**

---

En general, los deudores tienen una gran vulnerabilidad en transacciones crediticias debido a que:

- Suelen tener una marcada necesidad para tener que involucrarse en un crédito.
- No tienen conocimientos financieros, jurídicos, comerciales suficientes para poder tener un panorama estimado de aquello en que se están metiendo.
- Las condiciones las imponen los acreedores.
- Están expuestos a sucesos económicos a los que son ajenos.
- No poseen recursos extraordinarios.
- Dependen de otros.
- El crédito suele ser una cuestión conexas con una transacción de mucha relevancia.
- Los acreedores brindan facilidades aun a aquellos que no tienen posibilidades de endeudarse razonablemente.

Entendemos que, debido a la gran vulnerabilidad que estructuralmente tienen los deudores, la responsabilidad de los acreedores adquiere mayor preponderancia.

La protección de los vulnerables es una cuestión de Derechos Humanos, por lo que son de aplicación las normas internacionales que nuestro país incluyó con jerarquía constitucional según el artículo 75, inciso 22), de la Constitución Nacional.

Es sumamente claro que las normas no buscan de ninguna forma que los deudores morosos no cancelen sus deudas o que no se hagan cargo de sus compromisos, lo que buscan es evitar:

- hostigamiento,
- situaciones humillantes o vergonzantes,
- prácticas desmedidas,
- persecuciones,
- trato indigno,
- inclusión de importes desmedidos.

## **VII - BIBLIOGRAFÍA**

---

- Álvarez Larrondo, Federico M. (Director y coautor); Rodríguez, Gonzalo M. (Coordinador y coautor) y otros: "Manual del Derecho del Consumo. Fundamentos, constitucionalización, Código Civil y Comercial, consumo sustentable, contratos,

cláusulas abusivas, procesos administrativos provinciales, COPREC, responsabilidad, daños punitivos, proceso de consumo, aeronavegación, derecho penal de consumo, prescripción” - Ed. Erreius - Buenos Aires - 2017.

- Barocelli, Sergio S. (Coord.): “Impactos del nuevo Código Civil y Comercial en el Derecho del Consumidor. Diálogos y perspectivas a la luz de sus principios” - Facultad de Derecho de la Universidad de Buenos Aires - 2016.

- Fiorilli, Osvaldo J.: “El consumidor como sujeto jurídicamente tutelado” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - octubre/2015.

- Kukva, Vanesa E.:

- “El deber de información en la contratación electrónica” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - abril/2019.

- “El abuso de la posición dominante en el derecho Comercial” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - julio/2019.

- Martín, Miguel Á.:

- “La protección de los usuarios y/o consumidores en el mercado digital” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - julio/2018.

- “Deber de Información en las Relaciones de Consumo” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - abril/2019.

- “Obligación de Informar en las Relaciones de Consumo” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - junio/2019.

- “Información y conocimiento en la interrelación de consumo” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - noviembre/2019.

- “Cobranzas extrajudiciales y abusividad” - ERREPAR - D&G (Profesional y Empresaria) - T. XX - N° 240 - setiembre/2019.

- “Cobranzas extrajudiciales: regulación en la CABA” - ERREPAR - D&G (Profesional y Empresaria) - T. XXI - N° 245 - febrero/2020.

- “Cobranzas extrajudiciales: Responsabilidad de los actores” - ERREPAR - D&G (Profesional y Empresaria) - T. XXI - N° 246 - marzo/2020.

- Martín, Miguel Á. y Vecchiarelli, María de los Á.: “Influencia de la comunicación y la publicidad confusa y engañosa” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - setiembre/2015

- Martín, Miguel Á., Vecchiarelli y otros: “Usuarios y consumidores: su protección” - Ed. Master - Ts. 1 a 9 - 2020.

- Sisterna, María de las M.: “La persona con discapacidad: el consumidor hipervulnerable en la época del consumo” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - mayo/2015.

- Reichmann Tavares, Rebecca: “Transversalización de género: una estrategia para la transformación” - ONU - Organización de las Naciones Unidas, Mujeres Brasil y Cono Sur - Ente para la Igualdad de Género y Empoderamiento de las Mujeres.

- Tambussi, Carlos E.: “La aplicación inmediata de la norma más favorable al consumidor” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - mayo/2016.

- Vecchiarelli, María de los Á.:

- “Sanciones en consumo” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - Bs. As. - noviembre/2019.

- “Vulnerabilidad de los clientes” - ERREPAR - D&G (Profesional y Empresaria) - T. XXI- N° 255 - diciembre/2020.

- “Vulnerabilidad de los clientes” - ERREPAR - D&G (Profesional y Empresaria) - T. XXI - N° 258 - marzo/2021.

---

## Notas:

(1) Vecchiarelli, María de los Á.: “Vulnerabilidad del Cliente” - ERREPAR - D&G (Profesional y Empresaria) - T. XXII - N° 255 - diciembre/2020 - pág. 800

(2) Arias Cáu, Esteban J. y Barocelli, Sergio S.: “Necesaria acreditación de una relación de consumo para los daños punitivos” - LL - 5/9/2014

(3) <https://dle.rae.es>

(4) Contenida explícitamente en la Constitución Nacional, el Código Civil y Comercial, la ley de defensa del consumidor y las Directrices de la Naciones Unidas para la Protección de los Usuarios y/o Consumidores, y que además está contenida en otras leyes, decretos, resoluciones y disposiciones

(5) Martín, Miguel Á.: “Obligación de Informar en las Relaciones de Consumo” - Erreius - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - agosto/2019

(6) Tévez, Alejandra: “El deber de advertencia en las relaciones de consumo” - Diario LL - 5/5/2015

(7) Sobrino, Waldo: “Seguros y el Código Civil y Comercial” - T. I - Capítulo IX.1): “El ‘Deber de Información: y su relación con el ‘Deber de Prevención’, el ‘Deber de Precaución’, el ‘Deber de Consejo’ y el ‘Deber de Advertencia’” - LL - julio/2016 - págs. 445/88

(8) Ossola, Federico A.: “Capítulo IV La Obligación de Informar” - pág. 232, en Álvarez Larrondo, Federico M. (Dir.) Rodríguez, Gonzalo M. (Coord.): “Manual del Derecho del Consumidor” - Ed. Errepar - Buenos Aires - 2018 - pág. 241

(9) Oportunamente citado, página 232

(10) No detallamos sus textos aquí por una cuestión de extensión

(11) Según se establece en los arts. 1, ley de defensa del consumidor, y 1092, CCyCo.

(12) Esto es la esencia de lo que se conoce como el diálogo de las fuentes

(13) Ley de declaración de interés público del régimen de integración socio urbana de los barrios populares identificados en el Registro Nacional de Barrios Populares en proceso de integración urbana (RENABAP)

(14) Ley de pensiones vitalicias a los ex-soldados combatientes conscriptos que participaron en efectivas acciones bélicas de combate, en el conflicto del Atlántico Sur y civiles que se encontraban cumpliendo funciones en los lugares en los cuales se desarrollaron estas

(15) La R. (MERCOSUR/GMC/RES) 36/2019, desarrollada en la República Argentina en la Ciudad de Santa Fe, el 15/7/2019, y que en su art. 1 establece: *"Se reconoce la vulnerabilidad estructural de los consumidores en el mercado. El sistema de protección del consumidor se integra con las normas internacionales y nacionales, y tiene el objetivo de tutelar al consumidor..."*

(16) Navas, Sebastián I.: "El derecho del consumidor y usuario a una información veraz y completa en la gestión de cobro (de préstamos, deudas por tarjetas de créditos y otros pasivos)" - Erreius online - Revista Temas de Derecho Comercial, Empresarial y del Consumidor - febrero/2017 - pág. 1.

(17) Oportunamente citado en nota (15), páginas 1 y 2

(18) La legislación nacional, sin establecer una normativa específica para las agencias de cobranzas extrajudiciales, es comprensiva de la actividad, ya que sus principios nucleares son similares, pero especialmente la misma ley porteña se refiere a ellos, directa o indirectamente, ya que comprende:

- Constitución Nacional (arts. 14, 16, 17, 18, 42 y 43, entre otros).

- Ley de Defensa del Consumidor en todo su articulado pero especialmente sus artículos 4, 8 bis, 10 bis, 10 ter, 10 quater, 26, 35, 36, 37, 38, 40, 40 bis, entre otros.

- Código Civil y Comercial en sus Título Preliminar, Capítulo I - Derecho (arts. 1 y 2), Capítulos 2 - Ley (arts. 6° y 7°), Capítulo 3 - Ejercicio de los derechos (arts. 9, 10, 11, 12), Libro Primero - Parte general, Título I, Capítulo 2 - Principios generales, Sección 3ª - Restricciones a la capacidad, Parágrafo 1° - Principios comunes [art. 31, inc. d)], Libro Tercero - Derechos personales, Título I - Obligaciones en general, Capítulo I - Disposiciones generales (arts. 724 a 735), Capítulo 2 - Acciones y garantía común de los acreedores, Sección 1ª - Acción directa (arts. 736 a 738), Sección 2ª - Acción subrogatoria (arts. 739 a 742) Capítulo 3 - Clases de obligaciones, Sección 1° - Obligaciones de dar, Parágrafo 6° - Obligaciones de dar dinero (arts. 765 a 772), Título III - Contratos de consumo, Capítulo 1 - Relación de consumo (arts. 1092 a 1095), Capítulo 2 - Formación del consentimiento, Sección 1ª - Prácticas abusivas (arts. 1096 a 1099), Sección 2ª - Información y publicidad dirigida a consumidores (art. 1100), Capítulo 4 - Cláusulas abusivas (arts. 1117 a 1122), Capítulo 20 - Mutuo (arts. 1525 a 1532), Título V - Otras fuentes de las obligaciones, Capítulo I - Responsabilidad civil, Sección 1ª - Disposiciones generales (arts. 1708 y 1709), Sección 2ª - Función preventiva y punición excesiva (arts. 1710 a 1715), Sección 3ª - Función resarcitoria (arts. 1716, 1717, 1721 a 1736), Sección 4ª - Daño resarcible (arts. 1737 a 1748), Sección 5ª - Responsabilidad directa (arts. 1749 a 1752), Sección 6ª - Responsabilidad por el hecho de terceros (art. 1753 a 1756, entre otros).

- R. 9/2004 de la Secretaría de Coordinación Técnica, en la parte que se refiere a los "Contratos de consumo... de servicios financieros y/o bancarios".

- R. 53/2003, de la Secretaría de la Competencia, la Desregulación y la Defensa del Consumidor, referida a las cláusulas que no podrán ser incluidas en los contratos de consumo, por ser opuestas al art. 37 de la ley de defensa del consumidor

(19) L. 6171 de la CABA

(20) Martín, Miguel Á.: "Cobranzas extrajudiciales y abusividad" - ERREPAR - D&G (Profesional y Empresaria) - T. XX - N° 240 - setiembre/2019 - pág. 984