

Consagración de los adultos mayores como consumidores hipervulnerables

Consecration of older adults as hypervulnerable consumers

Verónica Goldman*

Autora:

Dra. Verónica Goldman
Universidad Nacional de
Tucumán (UNT).

Recibido: 13/08/2025

Aceptado: 01/10/2025

Citar como:

GOLDMAN, Verónica (2025):
"Consagración de los adultos
mayores como consumidores
hipervulnerables", *Revista
Jurídica de la Facultad de
Derecho y Ciencias Sociales
UNT, Vol. 1, Núm. 1.*

Licencia:

Este trabajo se comparte bajo la
licencia de Atribución-
NoComercial-CompartirIgual
4.0 Internacional de Creative
Commons (CC BY-NC-SA 4.0):
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>



Resumen: El trabajo aborda la evolución del derecho del consumidor en Argentina, enfocándose en la consagración de los consumidores hipervulnerables, especialmente los adultos mayores. Aunque la Resolución N° 139/2020, que formalizó esta categoría, fue recientemente derogada por Disposición N° 137/2024, lo que representa una regresión, la Resolución N° 11/21 del Mercosur sigue plenamente vigente en Argentina. Esta normativa regional es crucial, ya que continúa brindando un marco de protección para los consumidores hipervulnerables, destacando explícitamente la condición de "persona mayor". El texto subraya la "triple vulnerabilidad" que enfrentan los adultos mayores en las contrataciones electrónicas debido a su edad, el entorno digital y la relación de consumo, y la necesidad de canales de atención humana. Finalmente, resalta un prometedor anteproyecto de ley de defensa del consumidor que busca una protección más activa y transversal para estos grupos. En conclusión, a pesar de los retrocesos normativos nacionales, la vigencia de la normativa del Mercosur y las iniciativas legislativas actuales aseguran que la protección de los adultos mayores como consumidores hipervulnerables seguirá siendo un eje central.

* Abogada y Procuradora egresada de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la Universidad Nacional de Tucumán (UNT). Especialista en Derecho de Daños por la misma universidad. Posgrado en Derecho del Consumidor, Prácticas Comerciales de la UNMD y Diplomada en Derecho del Consumidor por Colegio de Abogados de Tucumán y ESEADE. Jefa de Trabajos Prácticos en Derecho del Consumidor y Usuario en la Universidad San Pablo Tucumán y Auxiliar Docente en la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales (UNT). Presidenta de ACONOA (Asociación de Consumidores del Noroeste Argentino). Correo electrónico: goldmanvero@gmail.com

Palabras claves: consumidores hipervulnerables, adultos mayores, contrataciones electrónicas

Abstract: This paper discusses the evolution of consumer law in Argentina, focusing on the consecration of hyper-vulnerable consumers, particularly older adults. Although Resolution N°139/2020, which formalized this category, was recently repealed, Disposition N° 137/2024, representing a setback, Mercosur Resolution N° 11/21 remains fully in force in Argentina. This regional regulation is crucial as it continues to provide a protection framework for hyper-vulnerable consumers, explicitly highlighting the condition of "older person". The text underscores the "triple vulnerability" faced by older adults in electronic contracting due to their age, the digital environment, and the consumer relationship, and the need for human-assisted support channels. Finally, it highlights a promising draft consumer defense law that aims for more active and transversal protection for these groups. In conclusion, despite national regulatory setbacks, the continued validity of Mercosur regulations and current legislative initiatives ensure that the protection of older adults as hyper-vulnerable consumers will remain a central focus.

Keywords: hyper-vulnerable consumers, older adults, electronic contracts

I. INTRODUCCIÓN

El derecho del consumidor se distingue por su naturaleza dinámica y su constante adaptación a la realidad social. Esta rama jurídica evoluciona día a día, impulsando la modificación, sustitución y creación de nuevos institutos para responder a las necesidades de los consumidores y de las relaciones de consumo.

Un hito significativo en el derecho del consumidor argentino fue la formalización de la categoría de “consumidores hipervulnerables” mediante la Resolución N° 139/2020 de la Secretaría de Comercio Interior, dictada el 27 de mayo de 2020. Aunque la doctrina ya venía analizando este subtipo de consumidores y algunos jueces lo reconocían en sus sentencias, esta resolución confirió al instituto una fuerza normativa que exige a los operadores del derecho y a los auxiliares de justicia una nueva perspectiva al abordar casos que involucren a este tipo de consumidores. Sin embargo, esta resolución fue derogada por la Disposición N° 137/2024 publicada a fines de mayo de 2024. Esta nueva disposición se centra en la creación de un procedimiento especial para aquellos consumidores que se encuentren en una situación de “vulnerabilidad y/o desventaja”. Esto implica que la autoridad de aplicación identificará estos casos para darles un tratamiento prioritario.

El objetivo del presente trabajo es evidenciar que, a pesar de los cambios normativos, el derecho de fondo y los principios de protección siguen firmes en su propósito de equilibrar la balanza a favor de quienes más lo necesitan. Se va a analizar, de manera amplia pero concreta, la figura de los consumidores hipervulnerables. Nos centraremos especialmente en los adultos mayores, dada su particular situación de vulnerabilidad, sobre todo en el contexto de las contrataciones electrónicas y como la combinación de su condición de consumidor, la naturaleza de las contrataciones electrónicas y su edad configura

una “triple vulnerabilidad”, exponiéndolos a riesgos específicos por contrataciones y uso de la tecnología.

Se examinarán diversas prácticas comerciales empresariales, a menudo habituales, que resultan perjudiciales para los consumidores hipervulnerables. Asimismo, se analizarán las soluciones jurisprudenciales que buscan proteger y salvaguardar a esta categoría de consumidores en Argentina.

Finalmente, el trabajo analiza el anteproyecto de ley de defensa del consumidor presentado en el año 2024, que propone una protección más activa y explícita para los grupos hipervulnerables, subrayando un potencial avance en la calificación y salvaguarda de estos consumidores en el marco legal argentino frente a los desafíos impuestos por las nuevas tecnologías y las dinámicas sociales actuales.

II. EL CONCEPTO DE CONSUMIDORES HIPERVULNERABLES

El concepto de consumidor hipervulnerable, si bien ha sido objeto de desarrollo doctrinario y jurisprudencial, se refiere a aquellas personas que experimentan una situación de debilidad acentuada respecto al consumidor promedio. Alejandro Chamatropulos los define como “quienes por diversas razones están en una situación de debilidad mayor que el común de la gente”, incluyendo ejemplos como: niños, personas con discapacidad, adultos mayores, analfabetos, personas poco instruidas, extranjeros, turistas, pacientes o personas con dificultad para procrear¹.

El concepto de consumidores hipervulnerables es amplio, abierto y variable. En este sentido, se ha dicho: "consideramos que esa hipervulnerabilidad no se trata de una categoría per se o permanente, sino de la existencia de condiciones específicas que se manifiestan en un determinado tiempo y lugar, y amplían la vulnerabilidad de ciertos grupos en su rol como consumidores. En este sentido, advertimos que esa asimetría que profundiza las relaciones de consumo se sostiene a partir de las circunstancias sociales y culturales señaladas, por lo que la categoría de hipervulnerabilidad se edifica y resignifica a través de determinados aspectos dinámicos, relacionales y contextuales". Este concepto, resulta de suma importancia a la luz de lo que expondremos más adelante sobre los "nuevos consumidores en situación de vulnerabilidad agravada"².

Hay que tener en cuenta que el derecho del consumidor se centra en un desequilibrio estructural entre el consumidor y el proveedor en donde el principio protectorio de la ley busca equiparar la balanza a través de una tutela diferencia para ellos. Sin embargo, con la consagración de los consumidores hipervulnerables lo que se busca es proteger a personas que por el solo de hecho de su condición merece ser protegido con más énfasis que un consumidor propiamente dicho.

Es decir, que se trata de aquellos consumidores que presentan algún tipo de vulnerabilidad estructural más allá de la que trata de equiparar la Ley N° 24.240. Son aquellos consumidores que se le suma otra vulnerabilidad, a razón de su edad, género, condición psicofísica, nacionalidad, entre otras. Alejandro Chamatropulos,

¹ CHAMATROPULOS (2019)

² BAROCELLI (2020)

nos enseña que, en la práctica, los proveedores que se relacionen con este tipo de consumidores deberán cumplir con un estándar de conducta más alto inclusive que el exigible a cualquier proveedor ordinario. Teniendo presente esta particular asimetría que se da en este tipo de relaciones de consumo, cualquier paso en falso podría ser considerado como una violación a la obligación de trato digno y equitativo prevista en el art. 8º bis de la Ley de Defensa del Consumidor (LDC)³.

Barocelli enfatiza que “la vulnerabilidad es un presupuesto que el Derecho reconoce como merecedor de la tutela in abstracto, sin atender a ninguna situación particular a la hora de su configuración” y sin perjuicio de que “cuando, en concreto, exista alguna situación personal diferenciada de hiposuficiencia, dará lugar a la hipervulnerabilidad” y a la tutela reforzada⁴.

Sin embargo, hasta el año 2020 esta categoría de consumidores no se encontraba en nuestro derecho positivo, sino que era invención de la doctrina que la jurisprudencia había aceptado.

Finalmente, la Secretaría de Comercio Interior, en fecha 27 de mayo de 2020, dictó la Resolución N° 139/2020 cuyo artículo número primero define como consumidor hipervulnerable a aquellos consumidores que sean personas humanas y que se encuentren en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, estado físico o mental, o por circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores. En la resolución mencionada, su art. 2 establece que 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 N° 27.453;
- i) situaciones de vulnerabilidad socio-económica acreditada por alguno de los siguientes requisitos:

-Ser jubilado/a o pensionado/a o trabajador/a en relación de dependencia que perciba una remuneración bruta menor o igual a dos Salarios Mínimos Vitales y Móviles;

-Ser monotributista inscripto en una categoría cuyo ingreso anual mensualizado no supere en dos veces el Salario Mínimo Vital y Móvil;

-Ser beneficiario/a de una pensión no contributiva y percibir ingresos mensuales brutos no superiores a dos veces el Salario Mínimo Vital y Móvil;

³ CHAMATROPULOS (2024)

⁴ BAROCELLI (2020) p. 13.

- Ser beneficiario de la Asignación por Embarazo para Protección Social o la Asignación Universal por Hijo para Protección Social;
- Estar inscripto/a en el Régimen de Monotributo Social;
- Estar incorporado en el Régimen Especial de Seguridad Social para empleados del Servicio Doméstico (Ley N° 26.844);
- Estar percibiendo el seguro de desempleo;
- Ser titular de una Pensión Vitalicia a Veteranos de Guerra del Atlántico Sur (Ley N° 23.848).

Estas condiciones que nombra la resolución son solo a fines enunciativos, es decir, que, justamente, por esta flexibilidad y cotidianidad que caracteriza el derecho del consumidor podemos encontrar muchos otros consumidores hipervulnerables y no solo los que nombra la resolución.

Sin embargo, el 30 de mayo del año 2024 la Subsecretaría de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial a través de la Disposición N° 137/2024 derogó la tan bien lograda Resolución N° 139/2020, estableciendo un procedimiento diferenciado para los consumidores en situaciones vulnerables o en desventaja; que comienza con la recepción de los reclamos, que ingresan a la Autoridad de Aplicación a través del sistema Ventanilla Única Federal de Reclamos (VUF) o por correo institucional. Los casos que cumplen con los criterios de la disposición son remitidos a un área especializada para su análisis. Un equipo de trabajo compuesto por profesionales de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo es el encargado de determinar si un caso es considerado vulnerable o en desventaja, siendo esta decisión irrecurrible. Si un caso no se considera vulnerable, se remite al área correspondiente para su tratamiento convencional bajo las Leyes N° 24.240 y N° 26.993.

Una vez que un caso es considerado vulnerable, el agente designado del equipo especializado debe analizarlo detalladamente dentro de las cuarenta y ocho horas siguientes a su asignación. Si la documentación proporcionada por el consumidor es insuficiente, el agente solicitará los datos faltantes por correo o teléfono, registrando la solicitud en el sistema. Si el consumidor no responde en cinco días corridos, el reclamo se considerará desistido.

Posteriormente, el agente notifica al o a los proveedores por diversos medios como ser correo electrónico, telefónico, Trámite a Distancia (TAD) o carta documento sobre los hechos, la pretensión del consumidor y las normas presuntamente vulneradas. Se solicita al proveedor que se manifieste y, si corresponde, presente una propuesta conciliatoria favorable para el consumidor en un plazo máximo de cinco días corridos, con carácter de atención preferente. En la comunicación al proveedor, es obligatorio incluir el nombre y apellido del consumidor y mencionar su condición de consumidor vulnerable o en desventaja. Al mismo tiempo, se informa al consumidor sobre la remisión de las actuaciones al proveedor, el tratamiento prioritario y el plazo de respuesta.

Las gestiones y posibles audiencias se realizan principalmente a través de intercambios de correos electrónicos, así como por teléfono o videollamada, o cualquier otro medio que el profesional a cargo considere idóneo para resolver el

conflicto. El procedimiento conciliatorio tiene una duración máxima de diez días hábiles desde la notificación a las partes, aunque este plazo puede ser prorrogado.

En caso de alcanzarse un acuerdo favorable, este se formaliza en un documento enviado por correo electrónico al consumidor o su representante para que exprese su consentimiento por esa misma vía. Si el acuerdo es aceptado por el consumidor, el reclamo se formaliza y se remite a la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo para su homologación.

Sin embargo, si no es posible llegar a un acuerdo conciliatorio, la intervención de la administración cesará y el consumidor podrá utilizar otras vías para reclamar.

No cabe dudas que es un cambio de paradigma y una regresión la derogación de la Resolución N° 139/2020, ya que esta podría aplicarse tanto en el ámbito administrativo como judicial y especifica claramente quienes deben ser considerados consumidores hipervulnerables o que por alguna condición socioeconómica deber tener un tratamiento diferenciado a otros tipos de consumidores. Si bien la nueva disposición especifica un procedimiento diferenciado, solamente es para el proceso administrativo dentro del órgano de aplicación y totalmente subjetivo la aplicación de hipervulnerabilidad al consumidor reclamante.

Es importante resaltar la definición de hipervulnerables no desapareció con la derogación de la Resolución N° 139/2020 sino que existe la Resolución N° 11/21 del Grupo Mercado Común del Mercosur, que a través de la Resolución N° 1095/2021 de la Secretaría de Comercio Interior de la Nación la incorporó al ordenamiento argentino. Dicha resolución tiene como objetivo principal armonizar y fortalecer la protección de los consumidores en situación de hipervulnerabilidad dentro del bloque regional. Esta normativa es de vital importancia, ya que le da protección a esta categoría de consumidores y la desarrollaremos seguidamente con más profundidad.

III. IMPORTANCIA DE LA RESOLUCION N° 11/21 DEL MERCOSUR

La protección del consumidor en el Mercosur tuvo una gran evolución a lo largo del tiempo sus inicios fueron a través del Grupo de Mercado Común (GMC), bajo de la Comisión de Estudios sobre Derecho del Consumidor, instituida en 1993. Esta comisión, integrada por ministros de economía, relaciones exteriores y justicia de los Estados partes, sentó las bases para el desarrollo de una política de protección. En un primer momento, las resoluciones del GMC protegían al consumidor de manera indirecta, centrándose en la salud, metrología y seguridad de los productos.

Sin embargo, el punto de inflexión del Mercosur respecto a la protección de los consumidores estuvo dada por la transformación de la Comisión de Estudios sobre Derecho del Consumidor por en el Comité Técnico N° 7 de “Defensa del Consumidor” en 1994. A partir de entonces, se empezaron a aprobar normas de derecho derivado específicamente destinadas a la protección de los consumidores en las relaciones de consumo. Una de las más importantes es la Resolución N°

124/96, que abarcaba derechos básicos como la protección de la vida y la salud frente a productos y servicios peligrosos, educación y divulgación sobre el consumo adecuado, información suficiente y veraz sobre productos y servicios, protección contra la publicidad engañosa y métodos comerciales desleales, prevención y resarcimiento de daños morales y patrimoniales, acceso a la justicia mediante procedimientos ágiles, derecho de asociación para la defensa del consumidor, entre otras temáticas.

El avance continuó con normas que abordaron desafíos comerciales modernos. La Resolución N° 42/1998 estableció que las garantías contractuales deben ser por escrito, estandarizadas, en el idioma del país de consumo y de fácil comprensión. Para enfrentar el auge del comercio electrónico, la Resolución N° 21/2004 dispuso que los proveedores deben garantizar información clara, precisa y de fácil acceso sobre el proveedor, el producto y las transacciones, fortaleciendo la confianza en Internet. La Resolución N° 34/2011 sustituyó a una norma anterior y definió de manera precisa lo que se entiende por consumidor, proveedor y relación de consumo en el contexto del Mercosur.

Finalmente, la Resolución N° 11/21 resalta la importancia de ampliar la protección de los consumidores hipervulnerables, es decir, personas físicas con vulnerabilidad agravada, desfavorecidas o en desventaja en razón de su edad, estado físico o mental, o circunstancias sociales, económicas, étnicas o culturales. Esta normativa define al consumidor hipervulnerable como una persona física con vulnerabilidad agravada, desfavorecida o en desventaja debido a su edad, estado físico o mental, o por circunstancias sociales, económicas, étnicas o culturales que dificulten el pleno ejercicio de sus derechos en el acto de consumo.

La Resolución establece que la presunción de hipervulnerabilidad no es absoluta, sino que debe evaluarse en cada caso concreto, considerando las circunstancias personales, el tiempo y el lugar. Esto significa que, si bien existen categorías que pueden indicar hipervulnerabilidad, la autoridad debe analizar la situación particular del consumidor. Entre las causas enunciativas de hipervulnerabilidad, se destaca explícitamente la condición de "persona mayor conforme a la Convención Interamericana sobre la Protección de los Derechos Humanos de las Personas Mayores", lo que subraya la importancia regional de proteger a este grupo. Esto implica que la edad, por sí misma, es un factor relevante para considerar una mayor necesidad de protección.

La normativa insta a los Estados Partes del Mercosur a incorporar estas directrices en sus ordenamientos jurídicos nacionales. Busca promover medidas específicas, como la protección contra publicidad y ofertas engañosas o abusivas dirigidas a consumidores hipervulnerables, la salvaguarda de sus datos e intimidad, y el diseño de procedimientos administrativos y judiciales más eficaces y expeditos para garantizar los derechos de estos consumidores especialmente vulnerables. El objetivo es asegurar que la protección no sea solo teórica, sino que se traduzca en acciones concretas y adaptadas a las necesidades de los grupos más desfavorecidos.

La derogación de la Resolución N° 139/2020 implica una gran regresión de los derechos de los consumidores, sin embargo, la Resolución N° 11/21 del

Mercosur sigue vigente en nuestro ordenamiento normativo a través de la Resolución N°1095/2021 de la Secretaría de Comercio Interior de la Nación, por lo que se puede seguir aplicando este concepto tan importante para proteger a esta categoría de consumidores.

IV. ADULTOS MAYORES COMO CONSUMIDORES HIPERVULNERABLES

La Corte Interamericana de Derechos Humanos en el caso “Poblete Vilches y otros Vs. Chile” en el año 2018, determinó dos tipos de obligaciones para los Estados. La primera de ellas, una obligación negativa de no discriminar bajo preceptos y lineamientos arbitrarios. La segunda, una obligación positiva que requiere equilibrar la balanza a favor de aquellos grupos que históricamente han sido vulnerables, o que por una situación de riesgo podrían ser pasibles de tratos discriminatorios. Dijo el tribunal que “...la adopción de medidas positivas se acentúa en relación con la protección de personas en situación de vulnerabilidad o en situación de riesgo, quienes deben tener garantizado el acceso a los servicios médicos de salud en vía de igualdad”⁵.

En consonancia con esta perspectiva internacional, Argentina dio un paso fundamental en noviembre de 2022, cuando la Cámara de Diputados de la Nación otorgó jerarquía constitucional a la Convención Interamericana sobre la Protección de Derechos Humanos de las Personas Mayores. Esta medida se concretó en los términos del artículo 75 inciso 22 de la Constitución Nacional, a través de la promulgación de la Ley N° 27.700, complementando así la Ley N° 27.360.

La Convención, en su artículo 2, define al adulto mayor como toda persona de 60 años o más, a menos que la legislación interna establezca una edad base diferente, no superior a los 65 años. Su objetivo primordial es promover, proteger y asegurar el reconocimiento, pleno goce y ejercicio, en condiciones de igualdad, de todos los derechos humanos y libertades fundamentales de las personas mayores, contribuyendo a su plena inclusión, integración y participación en la sociedad.

Al realizar una interpretación integral con la mencionada Resolución N° 139/2020 de la Secretaría de Comercio Interior y la mencionada Convención, resulta evidente que los adultos mayores gozan de una amplia protección jurídica, la cual comienza a reflejarse de manera creciente en la jurisprudencia de nuestro país.

Además de lo expuesto, la protección del consumidor hipervulnerable se fundamenta principalmente en las normas y principios que rigen el derecho del consumidor. Se aplica de conformidad con el principio del “diálogo de fuentes” que establece nuestro Código Civil y Comercial de la Nación, así como los diversos tratados ratificados por el Estado (artículo 75, inciso 22 de la Constitución Nacional) y los derechos protectorios consagrados en el artículo 42 de la Constitución Nacional y el artículo 1094 del Código Civil y Comercial, entre otras disposiciones. La jurisprudencia ya aplica lo referente a consumidores hipervulnerables de adultos mayores en varios fallos. Por ejemplo, el Juzgado de Paz de Viedma a la hora de dictar una sentencia y atribuirle responsabilidad a un

⁵ Corte IDH, “Poblete Vilches y otros vs. Chile”.

banco que había intimado a un jubilado a que justifique la recepción de una suma de dinero en su cuenta, los jueces tuvieron la oportunidad de expresarse sobre el actor aludiendo que es un consumidor hipervulnerable, justificando su postura expresando que: “teniendo en cuenta que el demandante es una persona mayor de 70 años, no existen dudas de que reúne la calidad de consumidor hipervulnerable ya que a la vulnerabilidad objetiva como consumidor, se le suma la vulnerabilidad por su edad, y que la entidad bancaria demandada es proveedora en los términos de las normas que rigen la materia y en tal carácter está obligada a cumplir con todas las previsiones impuestas por la legislación vigente”⁶. Por su parte en el fallo “Reimondi, José Antonio c/ Banco Nación Argentina” de la ciudad de Bahía Blanca, en donde el consumidor fue víctima de ciberdelito, en donde a través de una medida cautelar se ordenó al banco demandado a abstenerse de efectuar los descuentos que se realizaban de su cuenta bancaria originados por un préstamo obtenido a través del servicio de homebanking, hasta tanto se dicte sentencia definitiva. La Cámara determinó que: “Respecto de la posibilidad de ocasionarse perjuicios graves de imposible reparación ulterior, el *a quo* señaló el impacto económico, cierto y verificado, que tiene el descuento de las cuotas del crédito bajo examen respecto a una persona de 66 años, jubilado, ex combatiente de Malvinas que padece serias afecciones de salud por sus actos de servicio prestados en el Conflicto Bélico del Atlántico Sur en 1982 y reviste la condición de discapacitado, que percibe haberes por un monto neto que ronda los \$40.900.” El tribunal continúa diciendo: “Bajo este marco normativo, entendió que el actor, veterano de guerra, adulto mayor y discapacitado, debe ser considerado, a los fines del art. 1 de la ley 24.240 un consumidor hipervulnerable. Frente a éste, se encuentra una institución bancaria centenaria y de enorme envergadura y de activos cuyas respuestas en el marco del proceso fueron absolutamente genéricas”⁷.

Progresivamente, la jurisprudencia argentina está receptando los marcos normativos mencionados. Lamentablemente, los adultos mayores se han convertido en un blanco frecuente de ciberdelitos, debido a su menor familiaridad con las tecnologías y su mayor propensión a compartir datos personales. Por ello, la consolidación de un microsistema protectorio para estas situaciones de vulnerabilidad agravada de los adultos mayores es un avance digno de celebración. Sorbello plantea una situación de vulnerabilidad especial en los casos de comercio electrónico, ya que allí el consumidor afronta un complejo proceso de contratación, con productos intangibles respecto de los cuales muchas veces no puede comprobar sus beneficios⁸.

⁶ M. MIGUEL ANGEL C/ BANCO PATAGONIA S.A. S/ MENOR CUANTIA (jp) (DIGITAL)”, EXPTE. M-1VI-4612-JP2021, Juzgado de Paz Viedma, fecha 10/2/22.

⁷“REIMONDI, José Antonio c/ Banco Nación Argentina s/ Ley de Defensa del consumidor”, del Juzgado Federal nro. 1 de la ciudad de Bahía Blanca en fecha 27 de mayo de 2021.

⁸ SORBELLO (2006) p. 31. En el derecho brasileño el particular grado de vulnerabilidad de los consumidores que contratan electrónicamente ha sido estudiado con mayor profundidad que en Argentina, ver al respecto CANTO (2015).

Esta brecha digital generacional los expone a riesgos específicos como el phishing, smishing, vishing y otras formas de ingeniería social, así como a los patrones oscuros (dark patterns) en el diseño de interfaces, que pueden inducirlos a decisiones no deseadas. En este contexto, la doctrina y la jurisprudencia enfatizan el deber de información agravado y la exigencia de un trato digno y equitativo por parte de los proveedores. Se hace imperativo establecer legislaciones que garanticen canales de atención humana por cualquier medio y promover el diseño universal de plataformas digitales para asegurar la autonomía y seguridad de los adultos mayores en el consumo electrónico.

Para los adultos mayores, la Resolución N°11/21 del Grupo Mercado Común del Mercosur es particularmente significativa, ya que reconoce que su edad puede generar "especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores". Esto abarca desafíos como la brecha digital, la menor familiaridad con las nuevas tecnologías, la mayor susceptibilidad a ciertas prácticas comerciales engañosas o abusivas, y la necesidad de un trato más comprensivo y accesible. La normativa busca que los Estados Parte adopten medidas para mitigar estas vulnerabilidades. Lo que dice esta resolución se debe aplicar obligatoriamente en el Estado argentino para proteger los derechos de las hipervulnerabilidades de los adultos mayores, más aún luego de la derogación de la Resolución N° 139/2020.

V. ADULTOS MAYORES EN CONTRATACIONES ELECTRÓNICAS

En los últimos años, la celebración de contratos de consumo ha experimentado una marcada expansión a través de medios electrónicos. Esta tendencia se acentuó drásticamente como consecuencia de la pandemia de COVID-19, que impulsó una digitalización global. Las plataformas de los proveedores de bienes y servicios evolucionaron para ofrecer procesos de contratación cada vez más intuitivos en el entorno digital.

No obstante, no todos los consumidores tienen la habilidad de poder navegar por Internet y comprar productos de manera rápida, efectiva, entendiendo las características del bien y las condiciones de contratación. De allí que el consumidor que celebra contratos por medios electrónicos sea per se considerado vulnerable. Cuando el contratante es un adulto mayor, esta condición se agrava, configurándose una triple vulnerabilidad. La primera deriva de la vulnerabilidad estructural inherente a la relación de consumo de lo establecido en el art. 1 de la Ley N° 24240⁹, segunda surge de la propia naturaleza de la contratación en entornos digitales, que introduce riesgos adicionales y exige una protección específica.

⁹ Art. 1: "La presente ley tiene por objeto la defensa del consumidor o usuario. Se 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".

Finalmente, la condición de adulto mayor confiere al sujeto la categoría de consumidor hipervulnerable, conforme a los criterios ya expuestos anteriormente.

Carlos Tambussi nos enseña que: “la tecnología aumenta la vulnerabilidad de los consumidores, y hasta en algunos aspectos puede ser excluyente, dado que para perfeccionar una contratación se requieren conocimientos, habilidades o “experiencia” informática, que no todas las personas de todas las edades están en condiciones de reunir”¹⁰.

Sobre este tema la justicia ya aplica los criterios de hipervulnerabilidad de los adultos mayores en contexto de contrataciones electrónicas. En el “Caso Raimondi” se tuvo en cuenta la condición de adulto mayor del actor con el fin de fundamentar una medida cautelar a su favor, como lo vimos en el título anterior.

Lo detallado les da una mayor protección a los adultos mayores en un contexto hostil para ellos, en donde son blanco fácil de estafas y muchas veces son obligados a contratar aquellos bienes o servicio que no solicitaron o bajo condiciones que no son las óptimas para ellos.

Complementariamente a la derogada Resolución N° 139/2020 de la Secretaría de Comercio Interior, otras normativas han contribuido a la protección de los consumidores en el ámbito de las contrataciones electrónicas. Tal es el caso de la Resolución N° 271/2020, que exige a los proveedores de bienes y servicios la publicación de sus contratos de adhesión y la implementación de un “botón de baja” de servicio de fácil accesibilidad. Asimismo, la Resolución N° 424/20 obliga a los proveedores a insertar un botón de arrepentimiento de la compra, que permite al consumidor retractarse dentro de los diez días corridos. Estos avances reflejan una tendencia hacia una protección creciente de los consumidores, aunque subsisten desafíos significativos.

Es frecuente que los adultos mayores, al realizar una compra en línea, enfrenten innumerables dudas, y el único medio de conexión entre proveedor y consumidor sean canales electrónicos o asistentes virtuales como los chatbots. Estos últimos, que operan gracias a la inteligencia artificial y el procesamiento de lenguaje natural, de imagen y de datos, automatizan parte de la atención al usuario mediante algoritmos entrenables que reproducen y mejoran comportamientos basándose en el análisis de datos. Si bien se concibe a la inteligencia artificial como una solución para los problemas de atención al público, su aplicación incorrecta puede derivar en prácticas comerciales abusivas, lejos de mejorar la experiencia del consumidor. En diversas ocasiones, estos chats no están configurados adecuadamente y, por lo tanto, no logran resolver las inquietudes del consumidor, situación que se agrava notablemente en el caso de un consumidor de edad avanzada.

Por lo antes expuesto, resulta imperativo establecer una legislación que obligue a los proveedores a disponer de un número telefónico de atención donde una persona pueda resolver dudas de manera rápida y efectiva; o, alternativamente, ofrecer videollamadas con personal capacitado del proveedor de bienes y servicios, con el fin de optimizar la eficacia y la transparencia en la contratación.

¹⁰ TAMBUSI (2018)

VI. ANTEPROYECTO DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR

En el año 2024 fue presentado por un grupo de calificados juristas un anteproyecto de ley de defensa del consumidor que modifica a la actual Ley N° 24.240. El proyecto ya prevé en su artículo 3 a los consumidores hipervulnerables.

Dicho artículo no enumera quienes serán considerados consumidores hipervulnerables, sino que es un artículo abierto que establece que tendrá protección de hipervulnerable aquellas personas humanas que, además de su vulnerabilidad estructural en el mercado, se encuentran también en otras situaciones de vulnerabilidad en razón de su edad, género, salud, o por otras circunstancias sociales, que provoquen especiales dificultades para ejercer con plenitud sus derechos como consumidores. El proyecto especifica que, en el marco de la relación de consumo, la educación, la salud, la información, el trato equitativo y digno y la seguridad deben ser especialmente garantizados.

Además, en el artículo 8 punto 2 señala que el Estado debe garantizar condiciones especiales para favorecer el acceso a la información de grupos hipervulnerables nombra los principios jurídicos que se deben aplicar a la hora de juzgar una relación de su consumo; mientras el artículo 10 indica que los medios de comunicación estatales dedicarán espacios a la información y educación, prestando especial atención a la situación de los consumidores hipervulnerables.

El artículo 13 indica que la información debe ser proporcionada de manera fácilmente accesible y con mecanismos apropiados para su adecuada comprensión, especialmente en el caso de consumidores hipervulnerables, cuando esta situación sea conocida o deba serlo por el proveedor, o resulte evidente por las circunstancias de la relación de consumo. En los contratos electrónicos, la información puede transmitirse por la misma vía, teniendo especialmente en cuenta las necesidades de consumidores hipervulnerables.

Se destaca también que la protección de la hipervulnerabilidad reviste especial significación en el ámbito de las prácticas abusivas o ilícitas, en cumplimiento de las exigencias de los Tratados de Derechos Humanos y se tendrán por no convenidas las cláusulas contractuales que infrinjan o posibiliten la violación de los derechos de las personas que presenten situaciones de hipervulnerabilidad.

En tanto, también se especifica que los jueces deben ponderar especialmente en las diferentes etapas de un contrato de consumo el respeto de la dignidad de la persona humana, la buena fe, la confianza, el ejercicio regular de un derecho y el orden público de protección, en especial en los casos de hipervulnerabilidad del consumidor. por lo que se incluye la obligación de atención adecuada a sus condiciones de vulnerabilidad o hipervulnerabilidad.

En la contratación electrónica, el artículo 72 se exige que el consumidor sea informado con el estándar más elevado, ponderando el grado de vulnerabilidad del consumidor. Similar al artículo 65, aunque no dice "hipervulnerables" directamente, el concepto de ponderar la "vulnerabilidad" se alinea con la protección de quienes tienen mayores dificultades.

El artículo 80 exige a las autoridades la creación de programas especiales que vayan más allá de la protección general, ya que la vulnerabilidad en operaciones de crédito puede ser un riesgo particular para estos colectivos. Complementando esto, se le asigna al Consejo Federal del Consumo (CO.FE.DEC) la misión de promover la educación e información, poniendo un énfasis especial y adaptado en aquellos consumidores que, por sus condiciones sociales, económicas o culturales, son hipervulnerables. A nivel judicial, el anteproyecto obliga a los jueces a asegurar una tutela judicial efectiva, lo que implica adoptar una perspectiva activa para compensar las desventajas que estos consumidores enfrentan en los procesos legales. Finalmente, el artículo 178 se enfoca en las consecuencias del sobreendeudamiento, estableciendo que los procedimientos de saneamiento deben guiarse por el principio de protección especial del consumidor en situación de hipervulnerabilidad, reconociendo que su condición los hace más propensos a estas situaciones y, por lo tanto, merecen una consideración particular para su recuperación financiera.

Como se describe es muy activa la política de protección de consumidores hipervulnerables del anteproyecto de ley, sería un gran avance que se puede sancionarse y promulgarse una ley tan proteccionista para los grupos hipervulnerables. Existe una la necesidad de fortalecer la protección de los consumidores, especialmente de aquellos más vulnerables, debido al impacto de las nuevas tecnologías, las dinámicas sociales actuales, la celeridad de las transacciones y la constante aparición de nuevos riesgos.

Entre los principios que inspiran este cuerpo normativo, se incluye el de "Protección especial para situaciones de vulnerabilidad agravada", que busca tutelar particularmente a colectivos sociales afectados por una hipervulnerabilidad. Se reconoce y establece un marco jurídico tendiente a proteger a la categoría de consumidores hipervulnerables, de conformidad con la jurisprudencia, la doctrina y las normas de autoridades administrativas. Los fundamentos explican que, aunque la relación entre consumidor y proveedor es inherentemente asimétrica, esta asimetría se acentúa aún más para los consumidores hipervulnerables por razones de género, edad, condición socioeconómica u origen nacional, entre otras.

La legislación propuesta aspira a ser eficiente y socialmente justa, comprometida con las personas más vulnerables, en línea con el principio protectorio.

Carlos Hernández, uno de los autores del anteproyecto nos enseña que: "aunque existe consenso en que la figura del consumidor con vulnerabilidad agravada resulta del diálogo de fuentes al que invita el Código Civil y Comercial, en especial con la Constitución Nacional y los tratados internacionales de derechos humanos, el ALDC/PLDC lo ha tipificado de modo especial —art. 5º, inc. 6º—, y de modo transversal —v.gr., arts. 24; 37; etc.—; se afirma por esta vía la jurisprudencia iniciada hace más de una década y media, encaminada a atender a las especiales circunstancias que tornan más frágil la posición de ciertos consumidores, a fin de establecer su protección conforme al grado concreto de vulnerabilidad"¹¹.

¹¹ HERNÁNDEZ (2020)

VII. CONCLUSIÓN

En los últimos años, la legislación y la jurisprudencia han avanzado de manera significativa al reconocer que la protección del consumidor no puede ser un enfoque único para todos. Este cambio de paradigma nos lleva a la noción de consumidor hipervulnerable, una categoría que identifica a aquellos individuos que, debido a su edad, condición social, económica o cultural, se encuentran en una posición de mayor desequilibrio frente a los proveedores de bienes y servicios. Este reconocimiento es crucial porque exige al Estado y a las empresas una protección reforzada y diferenciada, adaptada a las necesidades específicas de estos grupos. Dentro de esta categoría, los adultos mayores emergen como un colectivo especialmente vulnerable, no solo por su menor familiaridad con las nuevas tecnologías, sino también por el riesgo de ser víctimas de prácticas comerciales abusivas o engañosas.

La crisis sanitaria de la pandemia de COVID-19 expuso de manera dramática la asimetría entre los adultos mayores y el mundo digitalizado. A medida que las operaciones comerciales se trasladaban masivamente a plataformas electrónicas, muchos de ellos se vieron obligados a utilizar canales que no dominaban, exponiéndolos a dificultades, exclusión y fraudes. En este contexto extraordinario, la Resolución N° 139/20 de la Secretaría de Comercio Interior se erigió como una medida de protección fundamental. Esta resolución reconoció explícitamente esta brecha, obligando a los proveedores a ofrecer alternativas viables a las operaciones electrónicas, actuando como un salvavidas que mitigó el daño y defendió los derechos de los consumidores más expuestos.

Por lo que, a pesar de la regresión que supuso la derogación de la Resolución N° 139/2020, la vigencia de la Resolución N° 11/21 del Mercosur asegura la continuidad de la protección de los consumidores hipervulnerables en Argentina, con un énfasis particular en los adultos mayores. La jurisprudencia y la doctrina actual refuerzan la idea de que la figura del consumidor hipervulnerable, especialmente el adulto mayor, seguirá siendo un eje central de la tutela jurídica, buscando una protección más robusta, diferenciada y adaptada a los desafíos del consumo moderno.

La protección de estos grupos de vulnerabilidad agravada es una responsabilidad compartida. Los proveedores de bienes y servicios tienen la obligación de diseñar sus procesos para proteger los derechos de los hipervulnerables, ofreciendo alternativas a las plataformas digitales que puedan generar exclusión. Esto puede manifestarse en la disponibilidad de atención telefónica con operadores humanos, sucursales con personal capacitado o interfaces de usuario simplificadas. Por otro lado, la educación del consumidor emerge como una herramienta indispensable para empoderar a la población hipervulnerable. Con un mandato explícito en la Ley N° 24.240, las asociaciones de consumidores deben ser las protagonistas de esta tarea, focalizando sus programas de información en los sectores más necesitados para fortalecer su capacidad de elección y optimizar sus recursos. En definitiva, una protección

completa requiere un marco legal sólido, una acción proactiva de las empresas y un esfuerzo educativo constante por parte de la sociedad civil.

En este contexto, también el anteproyecto de ley de defensa del consumidor representa un avance prometedor. Propone una protección mucho más activa y transversal para los grupos hipervulnerables, alineándose con los tratados de derechos humanos y el principio protectorio. Este proyecto no solo tipifica la figura del consumidor con vulnerabilidad agravada, sino que también establece un marco que obliga a garantizar la educación, la salud, la información, el trato equitativo y digno, y la seguridad para estos grupos. Si este anteproyecto se sancionara, significaría un gran progreso en la protección de los consumidores más vulnerables frente a los desafíos del mercado actual.

VIII. BIBLIOGRAFÍA CITADA

BAROCELLI, Sergio S. (ed. y Dir.) (2020): *La problemática de los consumidores hipervulnerables en el derecho del consumo argentino* (Secretaría de Investigación, Facultad de Derecho, UBA).

BAROCELLI, Sebastián (2020): “Hacia la construcción de la categoría de consumidores hipervulnerables”, en BAROCELLI, Sergio S. (ed. y Dir.), *La problemática de los consumidores hipervulnerables en el derecho del consumo argentino* (Secretaría de Investigación, Facultad de Derecho, UBA).

CANTO, Rodrigo Eidelvein Do (2015): “A vulnerabilidade dos consumidores no comércio eletrônico”, *Revista dos Tribunais*, São Paulo.

CHAMATROPULOS, Demetrio Alejandro (2019): *Estatuto del consumidor*. Tomo I (Buenos Aires, La Ley, 2da. ed. actualizada y ampliada).

CHAMATROPULOS, Demetrio Alejandro (2024): *Estatuto Del Consumidor Comentado* (Buenos Aires, La Ley - Abeledo Perrot, 3a Edición).

HERNÁNDEZ, Carlos et al. (2020): “Antecedentes y estado actual del Proyecto de Código de Defensa del Consumidor”, *La Ley del 27/02/2020*.

LIMA MARQUES, Claudia (2004): *Confiança no Comércio Eletrônico e a Proteção do Consumidor (um estudo dos negócios jurídicos de consumo no comércio eletrônico)* (São Paulo, Editora Revista dos Tribunais).

SORBELLO, María Gabriela (2006): *Derecho práctico de defensa del consumidor* (Buenos Aires, Cathedra Jurídica).

TAMBUSSI, C. E. (2018): “La relación entre los usuarios de plataformas de venta por internet y el proveedor del servicio: el caso Kosten”, *RDCO*, vol. 290, 510.

IX. LEGISLACIÓN CITADA

Código Civil y Comercial (08/10/2014).

Constitución Nacional (1994).

Convención Interamericana sobre la Protección de Derechos Humanos de Personas Mayores.

Ley N° 23.848.

Ley N° 24.240.

Ley N° 26.844.

Ley N° 26.993.

Ley N° 27.360.

Ley N° 27.453.

Ley N° 27.700.

Disposición 137/2024, Subsecretaría de Defensa del Consumidor y Lealtad Comercial (30/05/2024).

Resolución 1095/2021, Secretaría de Comercio Interior de la Nación.

Resolución 139/2020, Secretaría de Comercio Interior (27/05/2020).

Resolución 271/2020, Secretaría de Comercio Interior.

Resolución 424/20, Secretaría de Comercio Interior.

MERCOSUR, Resolución N° 11/21, Grupo Mercado Común.

X. JURISPRUDENCIA CITADA

Juzgado de Paz Viedma, 10/02/2022, "M. MIGUEL ANGEL C/ BANCO PATAGONIA S.A. S/ MENOR CUANTIA (jp) (DIGITAL)", EXPTE. M-1VI-4612-JP2021.

Juzgado Federal N° 1 de la ciudad de Bahía Blanca, 27/05/2021, "REIMONDI, José Antonio c/ Banco Nación Argentina s/ Ley de Defensa del consumidor".

Corte Interamericana de DD.HH., Poblete Vilches y otros Vs. Chile (2018).