

EL CONSUMIDOR ESPECIALMENTE VULNERABLE: DE LA
PROTECCIÓN CLASS-BASED A LA PROTECCIÓN STATE-BASED

*THE ESPECIALLY VULNERABLE CONSUMER: FROM CLASS-BASED
PROTECTION TO STATE-BASED PROTECTION*

Actualidad Jurídica Iberoamericana N° 16, febrero 2022, ISSN: 2386-4567, pp. 626-653

Rosa BARCELÓ
COMPTE

ARTÍCULO RECIBIDO: 15 de noviembre de 2021

ARTÍCULO APROBADO: 10 de enero de 2022

RESUMEN: El presente estudio centra su atención en la regulación, desde un punto de vista sustantivo, de la figura del consumidor especialmente vulnerable y de su protección. El legislador español ha querido dar un paso adelante mediante la introducción de dicha figura en el Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios (TRLGDCU). Así, la opción escogida ha sido la de incorporar un concepto dinámico del consumidor vulnerable (protección “state-based”), alejado de la concepción tradicional caracterizada por una perspectiva basada exclusivamente en las características individuales (protección “class-based”), que no consideraba factores externos relativos a la situación o contexto contractual y que también son parte de esta multidimensionalidad de la vulnerabilidad.

Asimismo, este artículo analiza la ausencia destacable del consumidor vulnerable en la Directiva de contenidos digitales y constata la necesidad de adoptar una nueva perspectiva de la protección de este perfil de consumidor en la Directiva de prácticas comerciales desleales. Finalmente, este trabajo propone avanzar, también, en la adopción de iniciativas de autorregulación tales como los códigos de buenas prácticas o los estándares que permitan a las propias organizaciones desarrollar prácticas inclusivas como herramientas de protección del consumidor en situaciones vulnerables.

PALABRAS CLAVE: Consumidor especialmente vulnerable, directiva de contenidos digitales, directiva de prácticas comerciales desleales, vulnerabilidad class-based, vulnerabilidad state-based, parte débil del contrato.

ABSTRACT: *This study focuses on the regulation, from a substantive point of view, of the figure of the vulnerable consumer and his or her protection. The Spanish legislator has taken a step forward by introducing this concept in the “Texto Refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios” (TRLGDCU). Thus, the option chosen has been to incorporate a dynamic concept of the vulnerable consumer (“state-based” protection), far removed from the traditional conception characterised by a perspective based exclusively on individual characteristics (“class-based” protection), which did not consider external factors relating to the contractual situation or context and which are also part of this multidimensionality of vulnerability.*

This article also analyses the notable absence of the vulnerable consumer in the Digital Content Directive and notes the need to adopt a new perspective on the protection of this consumer profile in the Unfair Commercial Practices Directive. Finally, this paper also proposes progress in the adoption of self-regulatory initiatives such as codes of good practice or standards that allow organisations to develop inclusive practices as tools for consumer protection in vulnerable situations.

KEY WORDS: *Vulnerable consumer, digital content directive, unfair business-to-consumer commercial practices directive, class-based vulnerability, state-based vulnerability, contract’s weaker party.*

SUMARIO.- I. INTRODUCCIÓN: DERECHO PRIVADO EUROPEO Y MERCADO DIGITAL ÚNICO. II. CONSUMIDOR VULNERABLE Y DERECHO PRIVADO EUROPEO. 1. La destacada ausencia de la figura del consumidor vulnerable en la DCD. 2. El consumidor vulnerable como destinatario de prácticas comerciales desleales. III. LA RECEPCIÓN DE LA VULNERABILIDAD EN EL DERECHO DE CONSUMO ESPAÑOL. 1. La incorporación del consumidor especialmente vulnerable en el TRGLDCU 2. Las manifestaciones del consumidor vulnerable en el Código de Consumo de Cataluña. IV. CONCLUSIÓN. LA NUEVA PERSPECTIVA DE LA VULNERABILIDAD: DE LA PROTECCIÓN CLASS-BASED A LA PROTECCIÓN STATE-BASED.

I. INTRODUCCIÓN: DERECHO PRIVADO EUROPEO Y MERCADO DIGITAL ÚNICO¹

El legislador comunitario se ha propuesto abordar el impacto de la revolución digital sobre el Derecho privado¹. Precisamente, en el entorno digital, una protección adecuada de la figura del consumidor es hoy día indispensable para el desarrollo del mercado interior². Es el art. 114 del Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea (en adelante, TFUE) el que sirve de base jurídica a las medidas de armonización que tienen como objetivo el establecimiento de dicho mercado. A su vez, el art. 169 TFUE, dispone el fundamento para toda una serie de acciones en el ámbito de la protección de los consumidores. Con relación a esto último, y en cumplimiento de su competencia en dicha materia, la UE aprobó Directivas tales como la Directiva 93/13/CEE del Consejo, de 5 de abril de 1993, sobre las cláusulas abusivas en los contratos celebrados con consumidores y la Directiva 2011/83 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores.

Junto con el “hard law” compuesto por Directivas y Reglamentos ex art. 288 TFUE existe una suerte de *ius Commune*, un Derecho contractual que va más allá de lo contenido en el dicho “hard law”. Este Derecho privado europeo se ha ido consolidando en forma de “soft law”, de propuestas armonizadoras de origen académico que incluso llegaron a constituir una propuesta de reglamento sobre

1 *Esta publicación es parte del Proyecto de I+D+I (PID 2019-107195RB-I009) financiado por el Ministerio de Ciencia e Innovación: *Cumplimiento de los contratos y realidad digital: la adaptación del derecho contractual para la prevención de conflictos transfronterizos*. PID 2019-107195RB-I00.

También es el resultado de las actividades del *Grup de Recerca consolidat Dret civil català i dret privat europeu* (2017 SGR 997).

ARROYO AMAYUELAS, E: “¿Hacia Dónde va El Derecho Privado Europeo?,” *Iura Vasconia*, 2020, núm. 17, p. 526.

2 Así, SCHULZE, R., DE FRANCESCHI, A: “New Challenges and Perspectives,” en AA.VV.: *Digital Revolution- New Challenges for Law* (SCHULZE, R., DE FRANCESCHI, A, eds.), Nomos - C.H.Beck, Múnich, 2019, pp. 4-5.

• Rosa Barceló Compte

Investigadora postdoctoral, Universidad de Barcelona
rbarcelo@ub.edu

el Derecho europeo de la compraventa³. Dicha propuesta decayó por el camino pero ha constituido la base de la Directiva 2019/770, de 20 de mayo de 2019, relativa a determinados aspectos de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales (en adelante, DCD), que se encuentra ahora mismo en el centro de la discusión sobre el desarrollo que ha de tener el Derecho contractual europeo^{4 5}.

Afrontar, desde el prisma que se ha apuntado, la cuestión de la protección del consumidor ha permitido a varios autores predicar la construcción de un principio de protección de la parte débil del contrato⁶.

En el ámbito del *acquis communautaire*, REICH considera el principio de protección de la parte débil como unos de los principios generales del Derecho civil europeo, identificando a la parte débil en el trabajador y en el consumidor⁷.

3 A escala mundial, el CESL era una de las primeras propuestas en incluir el contenido digital en un sistema contractual completo. Así, SCHULZE, R: "Nuevos retos para el Derecho de contratos europeo y cuestiones específicas acerca de la regulación del suministro de contenidos digitales" en AA.VV: *La Europeización Del Derecho Privado: Cuestiones Actuales*, (ARROYO AMAYUELAS, E. y SERRANO DE NICOLÁS, Á, eds.), Marcial Pons. Colegi de Notaris de Catalunya, Algete, 2016, p. 18.

4 , SCHULZE, R: "The New Shape of European Contract Law," *Journal of European Consumer and Market Law*, núm. 4, 2015, p. 139 y sig.

5 Es sabido que el nuevo Derecho privado europeo se desarrolla mediante dos abordajes: el primero, mediante la introducción de normas supranacionales tales como la Directiva de contenidos digitales (*acquis communautaire*) y, el segundo, mediante una transformación informal que reconstruye el discurso de los ordenamientos jurídicos del *ius commune* de los Estados miembros (*acquis commun*). Con relación a este último y también con la idea de elaboración de un Código civil europeo, véase la Resolución de 6 de mayo de 1994, que establece la necesidad de armonizar determinados sectores del Derecho privado de los Estados miembros, cfr. DOCE C 205, 25 de julio de 1994, p. 518-519. Dicha idea construcción de un código de tal magnitud no reunió el consenso necesario y, por ello, un grupo de académicos liderados por el profesor Ole Lando convergieron en la redacción de unos Principios de Derecho contractual europeo (PECL); por todo véase LANDO, O., y BEALE, H: *Principles of European Contract Law, Parts I and II*, Kluwer, The Hague, 2000. La existencia en el seno de la Unión de regímenes civiles tan dispares como el anglosajón, de creación jurisprudencial, o el europeo continental rebajó las expectativas más estimulantes y logró que el trabajo se canalizara través de la formulación de una serie de principios, definiciones o reglas, relativas a aspectos comunes a todo el *acervo*, especialmente en materia contractual (los PECL y el Marco Común de Referencia – MCR o CFR, por sus siglas en inglés-). En relación con el relevo que significó el Marco Común de Referencia para los Principios Lando o Principios de Derecho contractual europeo (PECL), véase el estudio que hace GONZÁLEZ PACANOWSKA, I: "Los Principios Lando," in *Derecho Contractual Europeo: Derecho Contractual Europeo: Problemática, Propuestas y Perspectivas*, (BOSCH CAPDEVILA, E., ed.), Bosch, Barcelona, 2009, p. 166 y sig. Esta idea de principios fue auspiciada por varias comunicaciones de la Comisión Europea entre los años 2001 y 2004 [entre otras, véase la COM (2004) 651 final, *Derecho contractual europeo y revisión del acervo: perspectivas de futuro*] que dieron lugar, precisamente, al nacimiento del MCR. El borrador de Marco Común de Referencia (DCFR, por sus siglas en inglés) sirvió de inspiración para la propuesta de instrumento facultativo en el ámbito del Derecho contractual europeo, la normativa común de compraventa europea (COM (2011) 635 final. *Propuesta de Reglamento del Parlamento europeo y del Consejo relativo a una normativa común de compraventa europea*) que finalmente no prosperó. Véase, por todo, SCHULZE, R., STUYCK, J, en VV.AA: *Towards a European Contract Law*, SCHULZE, R., STUYCK, J (eds), Sellier. European Law Publishers, Munich, 2011, p. 6 y 9 y sig. También, sobre el tránsito del DCFR al CESL, BEALE, H: "The Story of EU Contract Law," en VV.AA: *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law* (ed. C. TWIGG-FLESNER, C, ed.), Edward Elger Publishing, Chaltenham-Northampton, 2016, p. 437 y sig.

6 HONDIUS, E: "The Protection of the Weak Party in a Harmonised European Contract Law: A Synthesis" *Journal of Consumer Policy*, 2004, n° 27, p. 246. También, identificando consumidor como parte débil de la relación contractual, véase el caso C-249/98, Océano Grupo Editorial y Salvat Editores, párrafos 25, 27.

7 REICH, N: *General Principles of EU Civil Law*, Cambridge: Intersentia, 2013, p. 47-48 y 56-57.

Para dicho autor, pues, las normas de consumo son, *per se*, una expresión del principio de protección de la parte débil del contrato⁸.

Dicha idea se relaciona con la dimensión política en el seno del Derecho contractual⁹; así, el afán de redactar un Código civil europeo que homogeneizara el derecho contractual de los Estados miembros resultó en una actividad legislativa y doctrinal (el llamado *acquis communautaire* o acervo comunitario), intensa durante la segunda mitad de la década de los años ochenta¹⁰, que ha terminado diluida en proyectos menos ambiciosos; ejemplo de ello es la aprobación de la Directiva de contenidos/servicios digitales y la de la compraventa de bienes¹¹ (Directivas 2019/770 y 2019/771, respectivamente), habiendo fracasado en cambio, como se ha dicho, la propuesta de Reglamento de normativa común de compraventa europea (CESL)¹². Paralelamente, la refacción de los códigos civiles de los Estados o las codificaciones de nuevo cuño incorporan previsiones normativas que evidencian, precisamente, una tendencia hacia la moralización de las relaciones privadas: ello se aprecia, por ejemplo, en la proyección de la buena fe como principio general del ordenamiento jurídico y en figuras jurídicas tales como la ventaja injusta o la alteración sobrevinida de circunstancias¹³, que plantean una protección que va más allá del Derecho de consumo¹⁴.

La permeabilidad creciente de las normas al principio de justicia contractual tiene una clara manifestación en la existencia de regulaciones dirigidas a la protección

- 8 El consumidor como expresión de la parte débil del contrato la encontramos, entre otras, en la STJUE de 10 de septiembre de 2014, asunto C-34/13, Monika Kušionová y SMART Capital, a.s., pár. 47 y 48.
- 9 HESSELINK, M.W.: "The Politics of a European Civil Code," *Europeal Law Journal*, 2004, vol. 10, núm. 6, p. 5 y sig.). Así, señala GROCHOWSKI, M., (2020): "European Consumer Law after the New Deal: A Tryphtich", *Yearbook of European Law*, vol. 39, nº1, p. 395, que la protección de la parte débil ha sido uno de los fundamentos políticos más importantes del Derecho privado europeo y uno de sus rasgos más distintivos.
- 10 La preparación y elaboración de un Código civil europeo común de Derecho privado nació a través de la Resolución del Parlamento Europeo de 26 de mayo de 1989, que instaba a dar comienzo a los trabajos de preparación para elaborarlo, cfr. DOCE C 158, de 26 de junio de 1989. Sin embargo, la idea de un código contractual a nivel europeo había germinado en un ambiente más informal en los años setenta, tal y como se señala en LANDO, O and BEALE, H, *Principles of European Contract Law, Parts I and II*, ... cit., p. xi.
- 11 Mak, C: *Fundamental Rights in European Contract Law. A Comparison of the Impact of Fundamental Rights on Contractual Relationships in Germany, the Netherlands, Italy and England*, Kluwer Law International, Alphen aan den Rijn, 2008, p. 174-176
- 12 Constatando la necesidad de poseer un texto europeo de referencia como podía haber sido el CESL; así lo pone de relieve ZIMMERMANN, R: "The Significance of the Principles of European Contract Law," *European Review of Private Law*, Vol. 28, núm. 3, 2020, p. 495.
- 13 LURGER, B: "The Social Side of Contract Law and the New Principle of Regard and Fairness," en VV.AA: *Towards a European Civil Code* [HARTKAMP, A., HESSELINK, M.W, HONDIUS, E, MAK, C, DU PERRON, E (eds)] Kluwer Law international, Alphen aan Den Rijn, 2011, p. 365-366. Véase, también, REICH, N: *General Principles of EU Civil Law*... cit., p. 189 y sig.
- 14 El Derecho civil también identifica intereses privados a través de categorías que no son la de consumidor; por ejemplo, mediante una actividad inherente a la persona o por una característica personal de esta: así, el Código civil catalán protege el interés superior del menor en los ámbitos personal, familiar y patrimonial (ex art. 211-6 Código civil de Cataluña, en adelante CCCat) o el cónyuge o conviviente en pareja estable en situación de debilidad en los *preuptial agreements* o pactos en previsión de futura ruptura (art. 231-20.5 CCCat). Con relación a esto último, véase RUBIO GIMENO, G: *Autorregulación de La Crisis de Pareja (Una Aproximación Desde El Derecho Civil Catalán*, Dykinson, Madrid, 2015, p. 67-69.

del consumidor (cláusulas abusivas, derecho de desistimiento, conformidad con el contrato). La protección de la parte débil del contrato se ampara en lo previsto en el art. 114.3 TFUE, que enuncia la necesidad de proteger a los consumidores con el fin de fortalecer, a su vez, el funcionamiento del mercado interior¹⁵. Parece claro, pues, que un desarrollo propicio del mercado interior dependerá, en mayor o menor grado, del diseño de las normas que deban operar en el mismo¹⁶. La digitalización ha planteado, además, la necesidad de reforzar los marcos de protección al consumidor y, en especial, al consumidor vulnerable.

El objetivo del presente trabajo es analizar la concreción de la protección dispensada al consumidor especialmente vulnerable desde un punto de vista sustantivo. En primer lugar (I y II), la atención se centra en el entorno digital y se pretende analizar si la nueva regulación sobre los contenidos digitales garantiza, al consumidor especialmente vulnerable, un buen acceso a los contenidos/servicios digitales, acceso indispensable para impulsar la economía digital de la UE. Además, el artículo examinará la definición contenida de consumidor vulnerable en la DPCD e incidirá en la multidimensionalidad de la vulnerabilidad de consumo y en la necesidad de avanzar hacia una nueva perspectiva del consumidor vulnerable que acoja una perspectiva más dinámica.

En segundo lugar (III), el artículo examinará la recepción de la figura del consumidor vulnerable en el contexto del Derecho de consumo español (TRLGDCU y el Código de Consumo de Cataluña).

Finalmente (IV), el artículo propondrá una nueva definición de consumidor vulnerable relacionada con la perspectiva *state-based* en la línea de la incorporada recientemente por el TRLGDCU.

II. CONSUMIDOR VULNERABLE Y DERECHO PRIVADO EUROPEO

Que la transformación digital está cambiando de forma radical la forma de consumir de los consumidores es evidente¹⁷. En el entorno digital, la toma de

15 WEATHERILL, S, VOGENAUER, S and WEINGERL, P: "Private Autonomy and Protection of the Weaker Party," en AA.VV: *General Principles of Law European and Comparative Perspectives* (WEATHERILL, S., VOGENAUER, S, eds.), Hart publishing, Oxford, 2019, p. 257.

16 HESSELINK, M.W: "Unjust Conduct in the Internal Market On the Role of European Private Law in the Division of Moral Responsibility between the EU, Its Member States and Their Citizens," *Yearbook of European Law* 25, 2016, núm. 1, p. 424-425: "The internal market cannot be complete and function properly in a justice vacuum. In particular, it cannot protect and entrench market freedoms and the freedom to conduct a business without also protecting vulnerable market agents (e.g. small businesses) against unfair exploitations and other unfair conduct. Whether this means that the internal market should be subject to a general standard of conduct 'characterized by honesty, openness and consideration for the interests of the other party to the transaction' or to more specific rules and principles is an open question (probably we need both)".

17 Y así lo pone de manifiesto la COM (2020) 696 final, "Nueva Agenda del Consumidor. Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible", p. 11.

decisiones desinformadas es frecuente y, en ocasiones, el nivel de protección y equidad que tienen los consumidores fuera de línea no es comparable con el que tienen en línea. Por todo ello, la Comisión europea está decidida a adaptar las normas que regulan la economía digital con el objetivo de crear un espacio digital más seguro para los consumidores, en el que sus derechos estén protegidos, y garantizar unas condiciones de competencia equitativas que faciliten la innovación para ofrecer servicios mejores y más novedosos a los consumidores. En este sentido, la Comisión ya ha dado luz a la Propuesta de Reglamento del Parlamento europeo y del Consejo relativo a un mercado único de servicios digitales (en adelante, DSA), y por el que se modifica la Directiva 2000/31/CE, que define nuevas y mayores responsabilidades y refuerza la rendición de cuentas de los intermediarios y las plataformas en línea. La norma sobre servicios digitales debe garantizar que los consumidores estén protegidos de una forma eficaz contra los productos, los contenidos y las actividades ilícitas en las plataformas en línea de la misma manera que lo están fuera de línea. A su vez, la Comisión también está trabajando en una propuesta de acto jurídico que establezca los requisitos para la inteligencia artificial que garantice un alto nivel de protección de los intereses de los consumidores¹⁸.

De igual modo, la Directiva sobre la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores (en adelante, Directiva 2019/2161) y la DCD constituyen, también, pasos importantes para abordar el desafío de la transformación digital con relación a la protección que debe dispensarse al consumidor.

En el entorno digital algunos consumidores pueden ser particularmente vulnerables y, por ello, necesitarán una protección específica. Sin embargo, y como veremos a continuación, la DCD prescinde del consumidor vulnerable en su articulado.

Con todo, la Comisión sí que ha decidido abordar las necesidades específicas de los consumidores, y, en especial, de aquellos más vulnerables tal y como se señala en la COM (2020) 696 final, "Nueva Agenda del Consumidor. Reforzar la resiliencia del consumidor para una recuperación sostenible", indicando que

18 Asimismo y recientemente, la Directiva 2019/2161/UE, de 27 de noviembre, por la que se modifica la Directiva 93/13/CEE del Consejo y las Directivas 98/6/CE, 2005/29/CE y 2011/83/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, en lo que atañe a la mejora de la aplicación y la modernización de las normas de protección de los consumidores de la Unión, pretende mejorar la aplicación de las normas de protección de los consumidores de la Unión Europea, y por ello modifica cuatro directivas básicas en materia de protección de los derechos de los consumidores: la Directiva 93/13 de cláusulas abusivas, la Directiva 98/6 de indicación de precios, la Directiva 2005/29 de prácticas comerciales desleales y la Directiva 2011/83, sobre los derechos de los consumidores. Sin embargo, la Directiva 2019/2161 ha desaprovechado la ocasión de afrontar la nueva perspectiva de la vulnerabilidad. Solamente hace referencia al consumidor vulnerable en el cdo 54, destacando que las ventas fuera de establecimiento contractual suelen dirigirse a "personas de edad avanzada u otros consumidores vulnerables".

“algunos grupos de consumidores en determinadas situaciones pueden ser particularmente vulnerables y necesitar salvaguardias específicas” (pág. 18).

Durante los últimos años, el abordaje legislativo del legislador europeo en materia de protección del consumidor se ha canalizado a través de los deberes de información que se han impuesto a la parte fuerte de la relación con el objetivo de reequilibrar las posiciones contractuales. Sin embargo, la doctrina ha cuestionado su efectividad¹⁹. Así, el incremento de esa masa de información que ha de suministrarse al consumidor es insuficiente en muchas situaciones contractuales, sobre todo en el ámbito digital.

1. La destacada ausencia de la figura del consumidor vulnerable en la DCD

La DCD dimensiona el objeto del contrato situándolo en el centro de su atención²⁰: así, el contenido o servicio digital (que ya se enunciaba en el decaído proyecto del CESL)²¹ ha cristalizado (en nuestro entorno), finalmente, en un texto positivo cuya transposición en el Derecho nacional se ha producido mediante el Real Decreto-ley 7/2021, de 27 de abril, de transposición de directivas de la Unión Europea en las materias de competencia, prevención del blanqueo de capitales, entidades de crédito, telecomunicaciones, medidas tributarias, prevención y reparación de daños medioambientales, desplazamiento de trabajadores en la prestación de servicios transnacionales y defensa de los consumidores.

Así, el legislador español ha incorporado la Directiva antes mencionada y la Directiva 2019/771, de 20 de mayo, relativa a determinados aspectos de los contratos de compraventa de bienes (en adelante, DCV). Sendas Directivas, partiendo de la base de un alto nivel de protección de las personas consumidoras, comparten como objetivo armonizar determinados aspectos relativos a los contratos de compraventa de bienes y de suministro de contenidos o servicios digitales, en aras de lograr un auténtico mercado único digital, reforzar la seguridad jurídica y reducir los costes de las transacciones, en particular, para las pequeñas y medianas empresas.

19 CARRASCO PERERA, Á: “Desarrollos futuros del derecho de consumo en España, en el horizonte de la transposición de la Directiva de Derechos de los Consumidores”, en VV. AA: *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, CÁMARA LAPUENTE, S (Dir.), Thomson Reuters Civitas, Cizur Menor, 2012, p. 314.

20 Si comparamos la DCD con la Directiva sobre los derechos de los consumidores (Directiva 2011/83, de 25 de octubre de 2011, sobre los derechos de los consumidores, en adelante DDC), esta última destaca por el establecimiento de la información precontractual que el empresario debe facilitar al consumidor en los contratos a distancia y en los contratos fuera de establecimiento, así como en los contratos distintos a estos. Es decir, la DDC dirige su atención a la formación de un consentimiento informado. Por el contrario, como se ha visto, la DCD -más allá de que establezca normas armonizadas con relación a la conformidad-, acoge la necesidad de establecer normas específicamente para el suministro de contenidos y servicios digitales.

21 Véase un resumen del origen más remoto que antecede a la DCD en CÁMARA LAPUENTE, S: “El régimen de la falta de conformidad en el contrato de suministro de contenidos digitales según la propuesta de directiva de 9.12.2015,” *InDret*, 2016, volumen 3, p. 9 y 10.

La revolución digital en el seno del Derecho contractual europeo se sitúa pues, en la actualidad, en la regulación de los contratos de suministro de contenidos y servicios digitales²². El objetivo principal de la DCD es armonizar las normas sobre la conformidad de los contenidos/servicios digitales con el contrato y las medidas correctoras en caso de falta de conformidad.

El entorno digital plantea la necesidad de reforzar los marcos de protección a favor del consumidor ya que en dicho contexto serán necesarios determinados conocimientos en materia tecnológica de los que pueden carecer gran parte de los consumidores. La Estrategia para un Mercado Único Digital [COM (2015) 192 final] estableció un amplio marco con el fin de facilitar la integración de la dimensión digital en el mercado interior, promoviendo la mejora del acceso de los consumidores y las empresas a los bienes y servicios en línea en toda Europa y en la que ya se proponía la necesidad de armonizar las normas de la UE con relación a la compra en línea de contenidos digitales²³.

En este entorno digital en el que los consumidores contratan a diario, será frecuente detectar conductas injustas que exploten la situación de debilidad del consumidor. La asimetría en el poder de las partes es connatural a este marco digital; podemos afirmar que es un efecto natural del funcionamiento tecnológico de las plataformas²⁴. En este escenario propio de la era digital serán comunes las relaciones fisiológicamente asimétricas (situaciones en las que el control de la información y la capacidad de anticipación serán claramente superiores en una de las partes, en el empresario y, más concretamente, en la plataforma)²⁵.

22 SCHULZE, R: "Supply of digital content. A new challenge for European contract law," en VV.AA: *European Contract Law and the Digital Single Market The Implications of the Digital Revolution*, DE FRANCESCHI, A (ed.), Intersentia, Cambridge, 2017, p. 127 y sig.

23 COM (2015) 192 final.

24 Sobre la responsabilidad de las plataformas de intermediación véase ARROYO AMAYUELAS, E: "La responsabilidad de los intermediarios en internet: ¿puertos seguros a prueba de futuro?," en VV.AA: *El derecho privado en el nuevo paradigma digital*, [ARROYO AMAYUELAS, E y CÁMARA LAPUENTE, S (eds)], Marcial Pons. Col·legi de Notaris de Catalunya, Madrid, 2020, p. 343 y sig. En cuanto al rol de las plataformas en las relaciones contractuales del mercado digital, GRUNDMANN, S y HACKER, P: "The Digital Dimension as a Challenge to European Contract Law – The Architecture," en VV.AA: *European Contract Law in the Digital Age*, GRUNDMANN, S. (Ed), Intersentia, Cambridge, 2018, p. 22-26.

25 Sobre las relaciones asimétricas en contratos entre particulares y la aplicación de la cláusula *rebus*, véase RUBIO GIMENO, G: "Riesgo contractual y alteración sobrevenida de las circunstancias," en VV.AA: *Codificación y reequilibrio de la asimetría negocial*, GRAMUNT FOMBUENA, FLORENSA I TOMÁS, C.E (eds.), Dykinson, Madrid, 2017, p. 209. "editor": [{"dropping-particle": "", "family": "Gramunt Fombuena", "given": "Mariló", "non-dropping-particle": "", "parse-names": false, "suffix": ""}], {"dropping-particle": "", "family": "Florensa i Tomás", "given": "Carles E.", "non-dropping-particle": "", "parse-names": false, "suffix": ""}], "id": "ITEM-1", "issued": {"date-parts": [{"2017}]}], "publisher": "Dykinson", "publisher-place": "Madrid", "title": "Riesgo contractual y alteración sobrevenida de las circunstancias", "type": "chapter", "uris": [{"http://www.mendeley.com/documents/?uuiid=b49548fe-7200-4d16-a95f-525b61a698c7"}]}, "mendeley": {"formattedCitation": "Gemma RUBIO GIMENO, "Riesgo Contractual y Alteración Sobrevenida de Las Circunstancias," in <i>Codificación y Reequilibrio de La Asimetría Negocial</i>, ed. Mariló Gramunt Fombuena and Carles E. Florensa i Tomàs (Madrid: Dykinson, 2017

La protección del consumidor la menciona brevemente el cdo 8 de la DCD cuando establece que los consumidores deben gozar de derechos armonizados en materia de suministro de contenidos y servicios digitales que les proporcionen un elevado nivel de protección. Dicho nivel elevado es advertido ya por el art. 114.3 TFUE, como se ha dicho. El hecho de garantizar a los consumidores un mejor acceso a los contenidos y servicios digitales es indispensable para impulsar la economía digital de la UE. En este sentido, normas tales como las relativas a la conformidad con el contrato, a las medidas correctoras en casos de falta de conformidad o de incumplimiento del suministro y a las modalidades para exigir las medidas correctoras, así como a la modificación de los contenidos/servicios digitales (normas todas ellas contenidas en la DCD), permitirán a los consumidores gozar de un alto nivel de protección y de un mayor bienestar. El régimen de la conformidad con el contrato adquiere relevancia como manifestación de la justicia sustantiva y se construye como un derecho esencial para la protección del consumidor. En un contexto digital es imprescindible para el consumidor que aspectos relativos a las cualidades y características de funcionamiento de los servicios o contenidos digitales se presenten en base a unos criterios estandarizados que cumplan todos los contenidos o servicios digitales del mismo tipo²⁶.

Sea como fuere, la DCD omite cualquier referencia a un consumidor especialmente vulnerable. Así, por ejemplo, dentro de los requisitos objetivos, la norma sobre la integración incorrecta de los contenidos o servicios digitales en el entorno digital del art. 9 no distingue entre consumidor medio y consumidor vulnerable. Con relación a ello, la integración de los contenidos o servicios digitales en el entorno digital del consumidor no constituirá una falta de conformidad si la incorrecta integración no fuere por una deficiencia en las instrucciones sino por una no bien resuelta integración por parte del consumidor. Consumidores especialmente vulnerables, como personas mayores con un nivel bajo de formación educativa y con pocos conocimientos digitales o consumidores que no sean capaces de comprender bien las instrucciones pueden tener ciertas dificultades con la integración de los contenidos/servicios digitales en su entorno digital.

Es cuestionable la ausencia de la referencia al consumidor vulnerable en la DCD. Loos *et al* apuntan, además, que en un entorno digital los menores de edad deberían configurarse como consumidores vulnerables²⁷ e incluso proponen

26 TWIGG-FLESNER, C: "Conformity of Goods and Digital Content/Services," en VV.AA: *El derecho privado en el nuevo paradigma digital*, ARROYO AMAYUELAS, E y CÁMARA LAPUENTE, S (eds), Marcial Pons. Col·legi de Notaris de Catalunya, Madrid, 2020, p. 52-53.

27 LOOS, M.B.M *et al*, "Comparative Analysis, Law & Economics Analysis, Assessment and Development of Recommendations for Possible Future Rules on Digital Content Contracts With an Executive Summary of the Main Points", Report, Amsterdam: University of Amsterdam, Centre for the Study of European Contract Law, Repo, 2011, p. 138 y sig. Además, si bien es cierto que los menores de edad son muy activos digitalmente, ello no significa que sean, necesariamente, un consumidor plenamente informado.

un sistema de verificación de la edad²⁸. Algunos grupos de consumidores en determinadas situaciones (como las descritas en el párrafo precedente) pueden ser particularmente vulnerables en el entorno digital y en su papel de contratantes y necesitar, por ello, salvaguardas específicas.

2. El consumidor vulnerable como destinatario de prácticas comerciales desleales

En el ámbito de las prácticas comerciales, la categoría de consumidor como parte débil, sin matices, ha sido superada y la doctrina ya distingue entre consumidor medio o responsable y consumidor vulnerable^{29,30}. La Directiva 2005/29/CE del Parlamento europeo y del Consejo de 11 de mayo de 2005, relativa a las prácticas comerciales desleales de las empresas en sus relaciones con los consumidores en el mercado interior (en adelante, DPCD) considera al consumidor vulnerable como la excepción del concepto de consumidor medio³¹. En dicho texto legal, el art. 5.3 describe así a estos consumidores vulnerables *“un grupo claramente identificable de consumidores especialmente vulnerables (...) por padecer una dolencia física o un trastorno mental, o por su edad o su credulidad”*³². Dicha concepción debe ser revisada y adaptada a la nueva realidad, especialmente, la digital. A ello dedicaremos los siguientes párrafos. En este sentido, la DPCD fue la pionera en la introducción de la cuestión de la vulnerabilidad de los consumidores en el ordenamiento jurídico español, haciendo hincapié en la influencia indebida que pudiera ejercerse sobre los consumidores cuya voluntad no esté totalmente formada.

La Guía para la implementación/Aplicación de la DPCD evidencia la distinción entre un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento

28 *Ibidem*, p. 243-244.

29 Véase las distintas acepciones que para ambas categorías acuña MICKLITZ, H.W: “Do Consumers and Businesses Need a New Architecture of Consumer Law? A Thought-Provoking Impulse,” *EUI Working Papers LAW no 2012/23*, 2012, p. 19 y sig; MAK, V: “Standards of Protection: In Search of the ‘Average Consumer’ of EU Law in the Proposal for a Consumer Rights Directive,” *TISCO Working Paper Series on Banking, Finance and Services*, 2010, núm. 4, p. 1 y sig. En un mismo sentido, LURGER, B: “Old and New Insights for the Protection of Consumers in European Private Law in the Wake of the Global Economic Crisis,” en VV.AA: *The Foundations of European Private Law*, Hart publishing, Oxford, 2011, p. 105-107.

30 HESSELINK, M.W: “Post-Private Law,” en VV.AA: *Varieties of European Economic Law and Regulation, Studies in European Economic Law and Regulation*, PURNHAGEN, K, ROTT, P., (eds.), Springer international publishing, London, 2014, p. 33.

31 Así, ŠAJN, N: *Vulnerable Consumers*, Briefing of the European Parliament, 2021 p. 2. Lo cuestiona KAPROU, E: “The legal definition of vulnerable consumers in the UCPD: Benefits and limitations of a focus on personal”, en RIEFA, C, SAINTIER, S: *Vulnerable consumers and the law*, Routledge, Oxon, 2020, p. 52-53.

32 Y el cdo 19 de la DPCD indica que: *“Cuando determinadas características como la edad, una dolencia física o un trastorno mental o la credulidad hagan que los consumidores sean especialmente sensibles a una práctica comercial o al producto correspondiente y, con toda probabilidad, únicamente el comportamiento económico de tales consumidores sea susceptible de distorsión merced a la práctica en cuestión en un sentido que el comerciante pueda prever razonablemente, debe garantizarse que estén adecuadamente protegidos, para lo cual es necesario que la práctica se evalúe desde la perspectiva de un miembro medio de ese grupo”*.

y perspicaz³³ y el consumidor vulnerable, al que se debe garantizar un nivel de protección más alto³⁴³⁵. La DPCD introdujo, palmariamente, esta distinción.³⁶³⁷ Sin embargo, fue el Tribunal de Justicia de la Unión Europea quién terminó construyendo el concepto, sobre todo el de consumidor medio (*average consumer*), a través de su jurisprudencia (véase, por ejemplo, *Gut Springenheide* y *Tusky*³⁸). E incluso, antes de la adopción de la DPCD (que distingue hasta tres categorías de consumidor³⁹), el TJUE ya hacía referencia al consumidor especialmente vulnerable (p.ej, en *Buet*⁴⁰).

Observamos, pues, que es desde la perspectiva de la práctica comercial, fuera de las relaciones contractuales, donde se han diseñado mecanismos dirigidos a la atención del consumidor vulnerable. Sin embargo, la determinación del nivel de deslealtad de una práctica se establece en base a la perspectiva del miembro medio de ese grupo vulnerable de destinatarios (así, cdos 18 y 19 y art. 5.3 DPCD).

La Nueva Agenda del Consumidor presentada por la Comisión [COM (2020) 696 final, de 13 de noviembre], señala la importancia de abordar las necesidades específicas de los consumidores. En la misma indica que la vulnerabilidad de los consumidores puede deberse a “circunstancias sociales o características particulares de consumidores individuales o grupos de consumidores, tales como su edad, género, estado de salud, alfabetización digital, capacidad de cálculo o situación económica”.

33 SWD (2016) 163/2, *Guía para la Implementación/aplicación de la Directiva 2005/29/CE relativa a las prácticas comerciales desleales*, que acompaña al documento Comunicación de la Comisión al Parlamento, al Consejo, al Comité Económico y Social Europeo y al Comité de las Regiones: *Un enfoque global dirigido a estimular el comercio electrónico transfronterizo para las empresas y los ciudadanos europeos* [COM (2016) 320], p. 45 y sig. Véase, también, el art. 5 de la DPCD.

34 SWD (2016) 163/2, *Guía... cit.*, p. 50 y sig.

35 El Tribunal Supremo, en la Sentencia de 18 de abril de 2015 (RJ 2015 \1351) hace referencia a la noción de “consumidor primerizo” en el sentido de destacar que el consumidor medio rara vez tiene la posibilidad de comparar directamente las marcas y que debe confiar en la imagen imperfecta que conserva en la memoria, por lo que normalmente no se detiene a examinar los diferentes detalles (FJ 7º). Pero este consumidor primerizo no lo equipara con el consumidor vulnerable de la DCPD. En la SAP Barcelona de 26 de mayo de 2017 (JUR\2017\183126) se distingue entre tres categorías de consumidor: cualificado, medio y vulnerable. Sobre el consumidor medio, véase: STS de 15 de noviembre de 2017 (RJ 2017\4730), STS de 10 de marzo de 2014 (RJ 2014\1467); STS de 7 de abril de 2014 (RJ 2014\2184); STS de 15 de diciembre de 2015 (RJ 2016\73); STS de 3 de junio de 2016 (RJ 2016\2306); STS de 16 de enero de 2017 (RJ 2017\22); y STS de 5 de abril de 2017 (RJ 2017\2669), entre otras.

36 Véase, por ejemplo, el cdo 18 de la DPCD.

37 Sobre el consumidor vulnerable, WADDINGTON, L.: “Vulnerable and Confused: The Protection of Vulnerable Consumer under EU Law,” *European Law Review*, 2013, núm. 6, pp. 757-782. En nuestro contexto y, más reciente, véase HERNÁNDEZ DÍAZ-AMBRONA, M.D.: “El hipotecante no deudor y el consumidor en materia de energía eléctrica como consumidores vulnerables,” *Revista Del Ministerio Fiscal*, 2017, núm.4, pp. 76-101.

38 *Gut Springenheide* y *Tusky*, C-210/96, especialmente el párrafo 31.

39 Para el estudio de las distintas categorías de consumidor que distingue la DPCD es especialmente relevante la obra de DUJVENVOORDE, BB: *The Consumer Benchmarks in the Unfair Commercial Practices Directive*, Springer International Publishing AG, Cham, 2015. Apunta el autor que el prototipo de consumidor a proteger por el TJUE sigue siendo el consumidor medio.

40 *Buet*, C-382/87.

Al hilo de todo ello, la Comisión europea, haciéndose eco de las pruebas de la economía conductual⁴¹ señala que deben abordarse las prácticas comerciales que pasan por alto el derecho de los consumidores a tomar decisiones informadas, que hacen un uso fraudulento de sus sesgos de comportamiento o que distorsionan sus procesos de toma de decisiones. Estas prácticas incluyen el uso de patrones oscuros (diseños de interfaces de usuarios que tienen la finalidad de manipular a los consumidores), y de determinadas prácticas de personalización que a menudo se basan en la elaboración de perfiles, la publicidad encubierta, el fraude, la información falsa o engañosa y los comentarios manipulados de consumidores. Estas prácticas pueden afectar prácticamente a todos los consumidores⁴². Las estrategias de márketing utilizadas por las empresas no se basan tanto ya en una perspectiva de clase (género o edad) sino que analizan las características de los consumidores de una determinada realidad demográfica y examinan el comportamiento, los valores, las opiniones y los intereses de estos consumidores. Ello forma parte de los denominados perfiles de persuasión⁴³, es decir, la recopilación y el tratamiento de los datos de los consumidores en combinación con el análisis del comportamiento de los consumidores y de sus sesgos cognitivos se utiliza para influir sobre los mismos e impulsarles a tomar decisiones que pueden ir en contra de sus propios intereses.

Así pues, las obligaciones de transparencia serán importantes para abordar las asimetrías de información; ello implicará orientaciones adicionales sobre la aplicabilidad de la DPCD y la Directiva 2011/83. Con relación a ello, la Directiva 2019/2161 ha introducido determinados requisitos de transparencia respecto de los principales parámetros para determinar la clasificación en la DPCD: así, se añadió un art. 4 bis. que impone la obligación, cuando se ofrezca a los consumidores la posibilidad de buscar productos ofrecidos por distintos comerciantes o consumidores sobre la base de una consulta en forma de palabra clave, expresión u otro tipo de dato introducido, independientemente de dónde se realicen las transacciones en último término, de facilitar, en una sección específica de la interfaz en línea que sea fácil y directamente accesible desde la página en la que se presenten los resultados de la búsqueda, "información general relativa a los principales parámetros que determinan la clasificación de los productos presentados al consumidor como resultado de la búsqueda y la importancia relativa de dichos parámetros frente a otros". Y se añade, como apartado 6

41 COM (2020) 696 final, p. 21.

42 HELBERGER, N., et al.: *EU Consumer protection 2.0. Structural asymmetries in digital consumer markets*, BEUC (The European Consumer Organisation), Brussels, Marzo 2021, p. 6.

43 El reto es establecer un concepto de vulnerabilidad que acoja todas las formas en las que el consumidor puede verse afectado de forma adversa sin que pueda prevenirlo. La vulnerabilidad no sólo se origina con relación a las características del consumidor sino, también, según las relaciones que el consumidor tenga con otros actores del entorno digital. Así, RIEFA, C., SAINTIER, S.: "In search of (access to) justice for vulnerable consumers" en RIEFA, C., SAINTIER, S. (eds): *Vulnerable consumers and the law. Consumer protection and Access to justice*, Routledge, Oxon, 2020, p. 5.

del mismo artículo, “cuando un comerciante facilite el acceso a las reseñas de los consumidores sobre los productos, se considerará esencial la información acerca de si el comerciante garantiza que las reseñas publicadas pertenezcan a consumidores que hayan realmente utilizado o adquirido el producto”.

La aproximación al consumidor vulnerable en el ámbito de las prácticas comerciales ha sido analizada por la doctrina desde una óptica multidisciplinar. Así, por ejemplo, KAPROU señala que desde un punto de vista propio del márketing se puede señalar que la concepción de la vulnerabilidad ha pasado de estar basada en la clase (“class-based approach”, así, asimilar a las personas mayores o al sexo femenino como vulnerables en su totalidad), a caracterizarse según un estado transitorio (“state-based approach”)⁴⁴. El punto de vista “class-based” ignora factores que contribuyen a incrementar la vulnerabilidad del consumidor tales como las características del mercado en el que se está contratando.

Decimos, pues, que la configuración del consumidor vulnerable puede abordarse desde una doble perspectiva: por una parte, la que hace referencia a las características individuales del consumidor (por ejemplo, sexo, desempleo, edad), que es la vulnerabilidad “class-based” porque hace referencia a características individuales y, por otra, la que sugiere poner el centro de atención en la situación, en el contexto, señalando que todos los consumidores pueden ser vulnerables debido a la interacción entre sus características individuales, las circunstancias personales y el mercado en el que estén contratando. Esta perspectiva es más dinámica, más circunstancial, ya que los consumidores pueden transitar por este estado de vulnerabilidad (“state-based”).

Esta fragilidad del consumidor puede ocurrir debido a acontecimientos que disminuyen temporalmente su capacidad para tomar decisiones racionales en el mercado, por ejemplo, estar de luto por la pérdida de un ser querido, pasar por un divorcio, enfrentarse a una enfermedad grave u otros acontecimientos vitales estresantes. Es decir, con relación a esta cuestión deben sumarse otros elementos externos que pueden crear vulnerabilidades. Podemos hablar de la multidimensionalidad de la vulnerabilidad de consumo. En el estudio de la Comisión Europea titulado “Consumer vulnerability across key markets in the European Union”⁴⁵, se consideran como factores que contribuyen a la vulnerabilidad los siguientes: los relativos al comportamiento (por ejemplo, la confianza, la credulidad, la impulsividad, las habilidades computacionales), los factores que hacen referencia al acceso (el uso de internet), los que se relacionan con el mercado (así, y por

44 KAPROU, E., (2021): “The legal definition”, cit., p. 54, aunque para dicha autora la perspectiva “class-based” tiene ventajas ya que determina claramente quién debe ser considerado como vulnerable.

45 LONDON ECONOMICS, VVA CONSULTING y IPSOS MORI CONSORTIU (Directorate-General for Justice and Consumers of the European Commission): *Consumer vulnerability across key markets in the European Union*, Final report, enero 2016, p. 50-51.

ejemplo, no ser capaz de leer los términos y las condiciones, no comparar las ofertas de otros proveedores, no ser conocedor de las condiciones contractuales o tener dificultad para obtener o evaluar la información que se les procura. Además, los consumidores suelen ser más vulnerables en mercados complejos como el de las finanzas o el del sector energético⁴⁶) y, finalmente, los que aparecen vinculados con alguna situación (el desempleo, la discapacidad o enfermedades de larga duración).

Podemos decir que la vulnerabilidad puede ser permanente, temporal o esporádica o a largo o corto plazo. Las habilidades y necesidades de los consumidores varían a lo largo del tiempo, particularmente cuando el consumidor tiene que afrontar un cambio de circunstancias sobrevenidas o una necesidad urgente o una situación compleja.

Volviendo al contexto digital, la doctrina ya afirma que, en este entorno, el consumidor vulnerable es la regla general y el consumidor medio la excepción, a diferencia de lo mantenido por la DPCD⁴⁷.

A su vez, se insiste en señalar que la vulnerabilidad forma parte intrínseca de la sociedad digitalizada ya que las páginas web, aplicaciones y el entorno digital en el que el consumidor navega a diario están diseñados para identificar e incluso crear vulnerabilidades⁴⁸. El resultado de ello es, una vez más, una asimetría en el poder de negociación de las partes: la vulnerabilidad de los consumidores se identifica o se crea porque los mismos interactúan con los empresarios en un entorno digital que aprende de aquéllos y se adapta a ellos. Pensemos, por ejemplo, en una aplicación de gimnasia que el consumidor instala en su teléfono inteligente: se adapta al consumidor y tiene incluso la capacidad de persuadirle sugiriéndole nuevas actividades o nuevos retos que en muchos casos pueden significar una

46 ŠAJN, N: "Vulnerable Consumers", cit., p. 3. Además, como señala HELBERG, N, et al, "EU Consumer protection", cit., p. 2, en particular, en la economía de los datos, caracterizada por los productos y servicios conectados y automatizados impulsados por la inteligencia artificial, los consumidores están expuestos a situaciones y prácticas comerciales complejas para las que la definición de vulnerabilidad de la DCPD es insuficiente para protegerlos. Así lo señalaba también la Resolución del Parlamento Europeo, de 22 de mayo de 2012, sobre una estrategia de refuerzo de los derechos de los consumidores vulnerables (2011/2272(INI), párrafo 21. Y, en el párrafo 27, expresaba que "(...) las explicaciones que se ofrecen en la publicidad de productos de inversión financiera sobre los riesgos subyacentes son, a menudo, insuficientes y ponen demasiado énfasis en beneficios potenciales que no suelen materializarse, por lo que los consumidores de productos de servicios financieros corren el riesgo de perder su capital (...)".

47 HELBERG, N, et al, "EU Consumer protection", cit., p. 10 y sig. También, BEUC: "BEUC's preliminary input for the consumer agenda 2021-2027. Response to the Roadmap Consultation", 2020, p.1, indica que la complejidad de los mercados actuales y el aumento de poder de los dominantes en el mercado, cuestionan que un consumidor informado sea, a su vez, un consumidor que esté protegido y empoderado, ya que el círculo digital en el que se mueve el consumidor lo monitoriza de tal forma que lo empuja hacia un comportamiento comercialmente deseado por la empresa.

48 HELBERG, N, et al, "EU Consumer protection", cit., p. 19-20. En el entorno de las apps o de las plataformas como Facebook o Instagram, las empresas coleccionan y analizan nuestros datos, y, como resultado, pueden identificar, así, cuáles son nuestras vulnerabilidades (por ejemplo, piénsese en las aplicaciones de salud o de fitness como *Sweat*, *Ala Moves* o *Headspace* que, en su modalidad de pago, recogen muchos datos de las actividades del consumidor cuando el mismo hace uso de dicha aplicación).

nueva contratación. Así, el consumidor vulnerable ha de constituir el sujeto al que van dirigidas las normas dictadas desde el enfoque del entorno digital ya que esta desigualdad entre el consumidor y la plataforma es estructural.

Por todo ello, la normativa de prácticas comerciales desleales será crucial en la determinación de la equidad y la lealtad de estas prácticas señaladas. A tal fin, será necesaria una nueva dimensión del concepto de consumidor: medio, aquel que razonablemente pueda enfrentarse de forma informada, observadora y circunspecta con este tipo de prácticas indicadas más arriba; en otro sentido, vulnerable, cuando dichas prácticas le sean directamente perjudiciales. La vulnerabilidad en el entorno digital es permanente si el consumidor está constantemente monitorizado debido a su interacción con el entorno digital.

Para avanzar en esta línea de la perspectiva “state-based” podemos acoger la definición de consumidor vulnerable acordada por la Comisión europea en el estudio citado más arriba⁴⁹, que concluyó que todos los consumidores pueden ser consumidores vulnerables, y propuso la siguiente definición (la traducción es nuestra): “Un consumidor que, como resultado de sus características sociodemográficas, sus características de comportamiento, su situación personal o su entorno de mercado: a) tiene un mayor riesgo de experimentar resultados negativos en el mercado; b) tiene una capacidad limitada para maximizar su bienestar; c) tiene dificultades para obtener o asimilar información; d) tiene menos capacidad para comprar, elegir o acceder a productos adecuados; o e) es más susceptible a ciertas prácticas de marketing”.

En el contexto de las prácticas comerciales la doctrina más autorizada ha sugerido la utilización de los códigos de conducta como instrumento de protección de la parte más débil: el consumidor vulnerable. Así, el incumplimiento por el empresario de un compromiso incluido en un código de conducta debe considerarse, también, una práctica comercial engañosa (en este sentido se expresa el art. 6.2 b) DPCD)⁵⁰. En un mismo sentido se propone el uso de estándares como herramienta de protección del consumidor en situaciones vulnerables⁵¹. Así, la Organización Internacional para la normalización (ISO, por sus siglas en inglés), inspirándose en el modelo británico (BS 18477 de la “British

49 LONDON ECONOMICS, VVA CONSULTING and IPSOS MORI CONSORTIU: “Consumer vulnerability”, cit., p. XX.

50 KAPROU, E., (2021): “The legal definition”, cit., p. 65-66. En el contexto catalán destacamos el Código de buenas prácticas de la economía colaborativa elaborado por la Agencia Catalana de Consum, con el objetivo de crear un entorno de confianza en el cual todos los agentes que intervienen en las relaciones vehiculadas a través de una plataforma digital, ya sean particulares o profesionales, puedan disponer de unas reglas de juego estables y seguras. Se puede consultar aquí: http://economia.gencat.cat/web/content/70_economia_catalana/arxius/economia-collaborativa/codigo_buenas-practicas.pdf. (consulta: 11-11-2021).

51 HUNTER, J.: “The role of voluntary standards in improving outcomes for consumer in vulnerable situations” en RIEFA, C, SAINTIER, S: *Vulnerable consumers and the law*, Routledge, Oxon, 2020, p. 137-154. La autora pone como ejemplo el estándar BSI18477, de la British Standard Institution, el Organismo Nacional de Normalización del Reino Unido, estándar que debe permitir a los proveedores de servicios detectar y dar soporte a individuos que potencialmente son vulnerables. La verificación de servicios inclusivos demuestra

Standard Institution”, BSI), en el seno del grupo ISO PC/311, está desarrollando el ISO 22458, un estándar relativo a los requisitos y directrices para el diseño y la prestación de un servicio inclusivo⁵². Este grupo ha identificado cinco de categorías que permiten identificar factores de riesgo de vulnerabilidad y son las siguientes⁵³:

Características personales: edad (por ejemplo, la juventud puede asociarse con la inexperiencia y el deterioro cognitivo empeora con la edad), sexo, cultura, localización demográfica y personalidad (credulidad o impulsividad, por ejemplo).

Salud y capacidad: salud física (sufrir una enfermedad terminal), deterioro físico, deterioro cognitivo o la salud mental (así, la depresión).

Acceso y habilidades: idioma, alfabetización, habilidades técnicas/digitales (no tener acceso a internet o la falta de conocimiento o confianza en el uso de las nuevas tecnologías).

Eventos vitales: una caída en los ingresos mensuales (jubilación, despido), el sinhogarismo, ser víctimas de abusos, una ruptura de la relación sentimental (divorcio), un cambio de la situación de vida (por ejemplo, la maternidad o paternidad).

Condiciones externas: medio ambiente, condiciones de mercado, comportamiento de las organizaciones.

La adopción del estándar implicará que la organización que se adhiera al mismo desarrollará orientaciones para mejor las dificultades a las que se enfrenta el consumidor y las posibles consecuencias, efectos y daños que podrían producirse como resultado de la vulnerabilidad, de modo que puedan responder adecuadamente para mitigar los riesgos y satisfacer las necesidades de estos consumidores. En este sentido, ya en la Resolución del Parlamento Europeo de 22 de mayo de 2012 [(2011/2272(INI), “Refuerzo de los derechos de los consumidores vulnerables”)], el Parlamento instaba a las empresas a promover y elaborar iniciativas de autorregulación que reforzaran los derechos de los consumidores vulnerables, garantizándoles un acceso mejor a la información y desarrollar prácticas que potenciaran el que todos los consumidores pudieran comprender y evaluar un acuerdo.

que la empresa cumple con la norma BS 18477 y proporciona un servicio inclusivo disponible y de fácil acceso para todos los consumidores por igual, independientemente de sus circunstancias personales.

- 52 Los estándares son documentos publicados que definen buenas prácticas de las organizaciones que deben seguirlos en el contexto de la venta y suministro de servicios y permiten demostrar si una organización ha tenido éxito o no en las prácticas efectuadas con relación a lo establecido por el estándar y también si razonablemente ha seguido los pasos establecidos en el mismo para proteger a los consumidores.
- 53 Véase ISO- ISO/DIS 22458, ISO/PC 311: “Draft International Standard. Consumer vulnerability- Requirement and guidelines for the design and delivery of an inclusive service”, 2021, p. 17.

III. LA RECEPCIÓN DE LA VULNERABILIDAD EN EL DERECHO DE CONSUMO ESPAÑOL

I. La incorporación del consumidor especialmente vulnerable en el TRGLDCU

Por todos es sabido que el concepto de consumidor (normal, por contraposición al consumidor vulnerable) acoge una protección abstracta del mismo, no situacional; es decir, es consumidor toda persona física que actúe con un propósito ajeno a su actividad comercial, empresarial, oficio o profesión (art. 3.1 del Real Decreto Legislativo 1/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias, en adelante TRLGDCU).

Recientemente, el Real Decreto-ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica, ha decidido considerar el concepto de persona consumidora vulnerable en la normativa de defensa de las personas consumidores, atendiendo al mandato constitucional del art. 51.1 CE⁵⁴. Así, en el preámbulo de dicho Real Decreto se constata la necesidad de garantizar un mayor grado de protección a los consumidores en determinados supuestos en los que los mismos se ven afectados por una especial vulnerabilidad que puede incidir en su toma de decisiones e, incluso, forzarlos a aceptar ciertas condiciones contractuales que en otra situación no aceptarían. Además, tras el impacto social y económico sobre las prácticas de consumo a raíz de la pandemia de la COVID-19, la tutela eficaz de los derechos de las personas consumidoras se ha vuelto más acuciante. La norma reciente establece un concepto general de consumidor vulnerable aunque admite expresamente que puedan existir otras definiciones de consumidor vulnerable en normativas sectoriales⁵⁵. Es, además, un concepto dinámico: es decir, una persona puede ser vulnerable en un determinado ámbito de consumo, pero no en otros, y esa misma condición de vulnerabilidad puede variar a lo largo del tiempo (así, si cambian,

54 El art. 3.2 TRLGDCU reza lo siguiente: "Asimismo, a los efectos de esta ley y sin perjuicio de la normativa sectorial que en cada caso resulte de aplicación, tienen la consideración de personas consumidoras vulnerables respecto de relaciones concretas de consumo, aquellas personas físicas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran, aunque sea territorial, sectorial o temporalmente, en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección que les impide el ejercicio de sus derechos como personas consumidoras en condiciones de igualdad".

55 GARCÍA HERNANDO, J.A: "La falta de concreción y determinación del concepto de consumidor vulnerable en el RDL 1/2021", *Diario La Ley*, 2021, n°9858, p. 2, cita el ejemplo del RD 897/2012, de 6 de octubre, por el que se regula la figura del consumidor vulnerable, el bono social y otras medidas de protección para los consumidores domésticos de energía eléctrica. Dice dicho autor que ello genera desajustes por lo que nos podemos encontrar con un consumidor que es vulnerable en el mercado eléctrico por estar en posesión del título de familia numerosa y, sin embargo, puede ser discutida su condición de consumidor vulnerable al no contemplarse ni en la definición ni en la exposición de motivos del RDL 1/2021 la condición de miembro de familia numerosa como causa de vulnerabilidad.

por ejemplo, las circunstancias sociales o económicas que la determinaron)⁵⁶. Observamos que dicha incorporación toma como referencia la establecida por la comunicación de la Comisión sobre la Nueva Agenda del Consumidor y constata la necesidad de prever las circunstancias que generan que los derechos de estos consumidores necesiten una protección reforzada.

Así, la definición incorporada por el art. 3.2 TRGLDCU se define por comparación con el otro consumidor, el normal, que es el que no se encuentra en dicha situación de especial vulnerabilidad. El consumidor vulnerable se encuentra en una especial situación de subordinación, indefensión o desprotección. La Exposición de Motivos del RD Ley 1/2021 enumera algunos de estos colectivos que merecen una protección extra: personas de determinada edad, sexo, origen nacional o étnico, lugar de procedencia, las personas alérgicas o con algún tipo de intolerancia alimenticia, las víctimas de violencia de género, las familias monoparentales, las personas desempleadas, las personas con algún tipo de discapacidad, las personas enfermas, las minorías étnicas o lingüísticas, las personas desplazadas temporalmente de su residencia habitual, la población migrante o los solicitante de protección internacional. La pertenencia a dicha categoría no implica que estos consumidores serán vulnerables, sino que dependerá de la situación concreta y de si pueden ejercer o no sus derechos en condiciones de igualdad en comparación con otro sujeto que no pertenezca a ese colectivo. La fragilidad del consumidor vulnerable viene condicionada, pues, por aspectos tales como la dificultad para obtener o asimilar información, una menor capacidad para comprar, elegir o acceder a productos adecuados o una mayor susceptibilidad a dejarse influir por prácticas comerciales.

A partir de dicho concepto se modifican algunos artículos del TRLGDCU con el fin de adaptarlos a la nueva realidad del consumidor vulnerable.

Así, el TRGLDCU hace referencia al consumidor vulnerable en el ámbito del derecho a la información: el art. 18.2, en materia de etiquetado y presentación de los bienes y servicios o en materia de información necesaria en la oferta comercial de bienes y servicios, que en el art. 20.2 señala que dicha oferta deberá facilitarse a los consumidores, principalmente cuando se trate de personas especialmente vulnerables, “en términos claros, comprensibles, veraces y en un formato fácilmente accesible, de forma que aseguren su adecuada comprensión y permitan la toma de decisiones óptimas para sus intereses”; también en materia de control de la calidad (art. 43) y de la información previa al contrato⁵⁷.

56 MARIN LÓPEZ, M.J: “El concepto de consumidor vulnerable en el Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios,” *Revista CESCO De Derecho De Consumo*, 2021, núm. 37 p. 114.

57 TRUJILLO VILLAMOR, E: “Reforma de la ley de consumidores: atención a los consumidores vulnerables”, *Centro de Estudios de Consumo -publicaciones jurídicas*, 2021, p. 2 y sig.

Sin embargo, es cuestionable la ausencia de la referencia a la vulnerabilidad con relación a las normas sobre garantías y servicios posventa (así, conformidad de los bienes y de los contenidos o servicios digitales, arts. 115 y sig), normas que se incardinan en el contexto digital.

Vemos, pues, que el legislador insiste en reforzar los deberes de información precontractuales⁵⁸ como mecanismos de protección del consumidor vulnerable en aras a facilitar una igualdad en las condiciones de negociación, pero ha perdido la ocasión de reforzar la protección del consumidor vulnerable en el ámbito de las garantías postventas y, concretamente, en materia de conformidad con el contrato (art. 115 y sig) y de modificación de los contenidos/servicios digitales (art. 126 y sig). Sin embargo, y a pesar de que la protección del consumidor especialmente vulnerable no se haya dispensado expresamente en dicho extremo, entendemos que la definición incorporada de consumidor especialmente vulnerable por el art. 3.2 TRLGDCU y la mención de dicho consumidor en el preámbulo del Real Decreto-ley 1/2021, permiten afirmar que será posible rendir esta protección extra del consumidor vulnerable también en estos otros ámbitos del texto legal.

2. Las manifestaciones del consumidor vulnerable en el Código de Consumo de Cataluña

El Código de Consumo de Cataluña (en adelante, CConsCat) también opta por integrar distintos tipos de consumidor en el seno de su regulación⁵⁹. En efecto, el legislador catalán parece decidido a integrar distintas categorías dentro del modelo, aparentemente homogéneo, de consumidor. GRAMUNT destaca la inspiración del art. 111-2 c) CConsCat en la DPCD, introduciendo la noción de “grupo” en relación con un conjunto de personas consumidoras que pueden resultar especialmente sensibles a una práctica comercial⁶⁰. Es relevante la referencia a la vulnerabilidad del citado artículo (vulnerabilidad según cual sea la situación de inferioridad e indefensión en la relación de consumo). Así, dicho artículo (111-2 c) equipara a personas mayores a personas especialmente vulnerables, sin ningún matiz⁶¹. Dicha afirmación, así, merece una reinterpretación ya que no sólo la edad provocará (o no) una situación de debilidad que merezca una especial protección, sino que serán varios los elementos los que harán que esa persona sea merecedora (o

58 Sobre la inconveniencia de los deberes de información contractual, véase CARRASCO PERERA, Á: “Desarrollos futuros” cit., p. 314.

59 Véase el art. 111-2 a) CConsCat.

60 GRAMUNT FOMBUENA, M: “Las personas mayores como colectivo especialmente protegido en el ámbito del consumo,” *Revista de Bioética y Derecho*, 2019, núm. 45, p. 154, apuntando dicha autora que lo que, con toda probabilidad, conllevará que únicamente el comportamiento económico de tales consumidores sea susceptible de distorsión como consecuencia de la ejecución de esa determinada práctica comercial según la razonable previsibilidad del comerciante.

61 Así también la definición del art. 5.3 DCPD habla de la edad como factor de vulnerabilidad, véase SWD (2016) 163/2, cit., p. 48.

no) de dicho amparo⁶². En este sentido, la Comisión Europea insiste en que la vulnerabilidad es situacional y que, por ello, un consumidor puede ser vulnerable en una determinada situación pero no en otra⁶³. Suponer que a partir de cierta franja de edad (que no está determinada normativamente, a diferencia de la minoría de edad) uno ya pertenece a un colectivo especialmente protegido y merece ser objeto, por tanto, de una especial protección da lugar a soluciones tuitivas fácilmente arbitrarias. Además, como se ha dicho, la vulnerabilidad debe caracterizarse por ser un concepto dinámico y, por lo tanto, la variación de las circunstancias sociales o económicas puede conllevar la pérdida de dicha condición.

Cabe señalar, sin embargo, que ya el propio CConsCat introdujo en el art. 251-6.3, haciendo referencia a los precios de los servicios, una referencia a la vulnerabilidad situacional. Así, dicho art. dice “No es poden cobrar preus abusius, especialment si les circumstàncies particulars del cas minven la llibertat d'elecció de la persona consumidora”. Así pues, este concepto, dinámico, se enmarca dentro de la concepción “state-based”, y permite, así, construir un concepto de vulnerabilidad menos rígido que el que se basa exclusivamente en la perspectiva “class-based”.

Más allá del CConsCat también encontramos referencias a la vulnerabilidad “state-based” en la regulación de la figura de la ventaja injusta del Código civil de Cataluña (CCCat). El art. 621-45 CCCat, señala -entre otros factores-, la situación de vulnerabilidad económica o de necesidad imperiosa, o si la parte que sale perjudicada era incapaz de prever las consecuencias de sus actos, manifiestamente ignorante o carente de experiencia, como circunstancias que, junto con otros factores⁶⁴, dan pie a la posibilidad de rescindir el contrato por ventaja injusta. La idea final es que el consentimiento que preste el consumidor para contratar no sólo sea libre y exacto, sino también consciente: un consentimiento con conocimiento de causa⁶⁵. E incluso fuera ámbito contractual, y en el ámbito del Derecho de familia, el legislador catalán recorre a instrumentos de reequilibrio de asimetría negociales con la finalidad de garantizar que las partes puedan efectivamente decidir acerca de la conveniencia o no de celebrar un contrato y acerca de la determinación de los contenidos; ello es así en el supuesto de los pactos celebrados fuera de convenio regulador: el art. 233-5.2 CCCat condiciona la eficacia de dichos acuerdos

62 GRAMUNT FOMBUENA, M: “Las personas mayores”, cit., p. 155, citando dicha autora factores como el nivel socioeconómico o la formación recibida.

63 Véase JOUROVÁ, V: “Understanding Consumer Vulnerability in the EU's key markets”, Brussels, 2016, accessible en: https://ec.europa.eu/info/sites/info/files/consumer-vulnerability-factsheet_en.pdf

64 El aprovechamiento de estas circunstancias por la parte fuerte de la relación y la obtención, debido a ello, de un beneficio excesivo o una ventaja manifiestamente injusta. Véase BARCELÓ COMPTE, R: *Ventaja injusta y protección de la parte débil del contrato*, Barcelona, Marcial Pons, 2019, p. 107 y sig.

65 ARNAU RAVENTÓS, L., (2015): “Formación de la voluntad: riesgos de captación, y “decisión con conocimiento de causa””, en PEREÑA VICENTE, M., DELGADO MARTÍN, P: *Nuevas orientaciones del Derecho civil en Europa*, Cizur Menor, Thomson Reuters Aranzadi, 2015 p. 433

a que cada cónyuge cuente con asistencia letrada independiente; la ausencia de dicho asesoramiento hace nacer un derecho de desistimiento durante un plazo general de tres meses posteriores al acuerdo. Lo que se esgrime, a favor de este deber, es que esta eventual restricción de la autonomía privada se justifica por el abuso que el cónyuge económicamente más fuerte puede ejercer sobre el débil, precisamente en un contexto (producida la ruptura) que es proclive a conducir a una situación de debilidad a una de las partes⁶⁶.

IV. CONCLUSIÓN. LA NUEVA PERSPECTIVA DE LA VULNERABILIDAD: DE LA PROTECCIÓN CLASS-BASED A LA PROTECCIÓN STATE-BASED

Según se observa en las páginas precedentes, y a propósito de la protección del consumidor vulnerable, se propone avanzar hacia una revisión de la definición de este consumidor en la normativa de prácticas comerciales desleales que acoja la perspectiva "state-based", basada en un enfoque multidimensional de la vulnerabilidad y que contempla una batería plural de factores como origen de esa fragilidad del consumidor.

Asimismo, y como medidas concretas de protección el consumidor vulnerable en el entorno digital, será necesario abordar soluciones novedosas en forma de iniciativas de autorregulación tales como la adopción de códigos de buenas prácticas o el uso de estándares que permitan a las propias organizaciones desarrollar prácticas inclusivas e incluso identificar a las personas o colectivos que pueden ser vulnerables en determinadas situaciones o en determinados contextos.

Finalmente, la fotografía que se obtiene de la protección del consumidor vulnerable en el ordenamiento jurídico español y, concretamente, en el TRGLDCU, se limita a ciertos ámbitos de dicho texto. Sin embargo, entendemos que la no previsión expresa de dicha figura en otros extremos del mismo texto legal no debe significar que la protección del consumidor vulnerable no pueda dispensarse sobre estos otros extremos.

66 RUBIO GIMENO, G (2015): *Autorregulación de la crisis de pareja (Una aproximación desde el Derecho civil catalán)*, Dykinson, Madrid, 2015, p. 61. Véase, también, RUBIO GIMENO, G: "La contratación entre cónyuges o convivientes en los pactos sobre ruptura de pareja: ¿un negocio naturalmente asimétrico?", en SERRANO DE NICOLÁS, Á (Dir): (dir.) *Nuevas perspectivas iusprivatistas a los 40 años de la Constitución de 1978*, Marcial Pons, Barcelona, Madrid, Buenos Aires, São Paulo, 2021, p. 152.

BIBLIOGRAFÍA

ARNAU RAVENTÓS, L., (2015): "Formación de la voluntad: riesgos de captación, y "decisión con conocimiento de causa"", en PEREÑA VICENTE, M., DELGADO MARTÍN, P: *Nuevas orientaciones del Derecho civil en Europa*, Cizur Menor, Thomson Reuters Aranzadi, 2015.

ARROYO AMAYUELAS, E: "¿Hacia Dónde va El Derecho Privado Europeo?," *Iura Vasconia*, 2020, núm. 17.

ARROYO AMAYUELAS, E: "La responsabilidad de los intermediarios en internet: ¿puertos seguros a prueba de futuro?," en VV.AA: *El derecho privado en el nuevo paradigma digital*, [ARROYO AMAYUELAS, E y CÁMARA LAPUENTE, S (eds)], Marcial Pons. Colegio de Notaris de Catalunya, Madrid, 2020.

BARCELÓ COMPTE, R: *Ventaja injusta y protección de la parte débil del contrato*, Barcelona, Marcial Pons, 2019.

BEALE, H: "The Story of EU Contract Law," en VV.AA: *Research Handbook on EU Consumer and Contract Law* (ed. C. Twigg-Flesner), Edward Elger Publishing, Chaltenham-Northampton., 2016.

BEUC: "BEUC's preliminary input for the consumer agenda 2021-2027. Response to the Roadmap Consultation", 2020.

CARRASCO PERERA, Á: "Desarrollos futuros del derecho de consumo en España, en el horizonte de la transposición de la Directiva de Derechos de los Consumidores", en VV. AA: *La revisión de las normas europeas y nacionales de protección de los consumidores*, CÁMARA LAPUENTE, S (Dir.), Thomson Reuters Civitas, Cizur Menor, 2012.

CÁMARA LAPUENTE, S: "El régimen de la falta de conformidad en el contrato de suministro de contenidos digitales según la propuesta de directiva de 9.12.2015," *InDret*, 2016, volumen 3.

GARCÍA HERNANDO, J.A: "La falta de concreción y determinación del concepto de consumidor vulnerable en el RDL 1/2021", *Diario La Ley*, 2021, nº9858.

GONZÁLEZ PACANOWSKA, I: "Los Principios Lando," in *Derecho Contractual Europeo: Derecho Contractual Europeo: Problemática, Propuestas y Perspectivas*, (BOSCH CAPDEVILA, E., ed.), Bosch, Barcelona, 2009.

GRAMUNT FOMBUENA, M: "Las personas mayores como colectivo especialmente protegido en el ámbito del consumo," *Revista de Bioética y Derecho*, 2019, núm. 45.

GROCHOWSKI, M., (2020): "European Consumer Law after the New Deal: A Tryptich", *Yearbook of European Law*, vol. 39, n°1.

GRUNDMANN, S y HACKER, P: "The Digital Dimension as a Challenge to European Contract Law – The Architecture," en VV:AA: *European Contract Law in the Digital Age*, GRUNDMAN, S. (Ed), Intersentia, Cambridge, 2018.

HELBERGER, N., et al.: *EU Consumer protection 2.0. Structural asymmetries in digital consumer markets*, BEUC (The European Consumer Organisation), Brussels, Marzo 2021.

HERNÁNDEZ DÍAZ-AMBRONA, M.D.: "El Hipotecante No Deudor y El Consumidor En Materia de Energía Eléctrica Como Consumidores Vulnerables," *Revista Del Ministerio Fiscal*, 2017, núm.4.

HESSELINK, M.W: "Unjust Conduct in the Internal Market On the Role of European Private Law in the Division of Moral Responsibility between the EU, Its Member States and Their Citizens," *Yearbook of European Law* 25, 2016, núm. 1.

HESSELINK, M.W: "Post-Private Law," en PURNHAGEN, K, ROTT, P., (Eds): *Varieties of European Economic Law and Regulation, Studies in European Economic Law and Regulation*, Springer international publishing, London, 2014.

HESSELINK, M.W: "The Politics of a European Civil Code," *Europeal Law Journal*, 2004, vol. 10, núm. 6.

HONDIUS, E: "The Protection of the Weak Party in a Harmonised European Contract Law: A Synthesis" *Journal of Consumer Policy*, 2004, n° 27.

HUNTER, J.: "The role of voluntary standards in improving outcomes for consumer in vulnerable situations" en RIEFA, C, SAINTIER, S: *Vulnerable consumers and the law*, Routledge, Oxon, 2020.

ISO- ISO/DIS 22458, ISO/PC 311: "Draft International Standard. Consumer vulnerability-Requirement and guidelines for the design and delivery of an inclusive service", 2021.

JOUROVÁ, V: *Understanding Consumer Vulnerability in the EU's key markets*, Brussels, 2016.

LANDO, O., y BEALE, H: *Principles of European Contract Law, Parts I and II* , The Hague, Kluwer, 2000.

LONDON ECONOMICS, VVA CONSULTING y IPSOS MORI CONSORTIU (Directorate-General for Justice and Consumers of the European Commission): *Consumer vulnerability across key markets in the European Union*, Final report, enero 2016.

LOOS, M.B.M *et al*, "Comparative Analysis, Law & Economics Analysis, Assessment and Development of Recommendations for Possible Future Rules on Digital Content Contracts With an Executive Summary of the Main Points", Report, Amsterdam: University of Amsterdam, Centre for the Study of European Contract Law, Repo, 2011.

LURGER, B: "The Social Side of Contract Law and the New Principle of Regard and Fairness," en VV.AA: *Towards a European Civil Code* [HARTKAMP, A, HESSELINK, M.W, HONDIUS, E, MAK, C, DU PERRON, E (eds)] Kluwer Law international, Alphen aan Den Rijn, 2011.

LURGER, B: "Old and New Insights for the Protection of Consumers in European Private Law in the Wake of the Global Economic Crisis," en VV.AA: *The Foundations of European Private Law*, Hart publishing, Oxford, 2011.

MAK, C: *Fundamental Rights in European Contract Law. A Comparison of the Impact of Fundamental Rights on Contractual Relationships in Germany, the Netherlands, Italy and England*, Kluwer Law International, Alphen aan den Rijn, 2008.

MAK, V: "Standards of Protection: In Search of the 'Average Consumer' of EU Law in the Proposal for a Consumer Rights Directive," *TISCO Working Paper Series on Banking, Finance and Services*, 2010, núm. 4.

MARÍN LÓPEZ, M.J: "El concepto de consumidor vulnerable en el Texto refundido de la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios," *Revista CESCO De Derecho De Consumo*, 2021, núm. 37.

MICKLITZ, H.W: "Do Consumers and Businesses Need a New Architecture of Consumer Law? A Thought-Provoking Impulse," *EUI Working Papers LAW no 2012/23*, 2012.

REICH, N: *General Principles of EU Civil Law*, Cambridge: Intersentia, 2013.

RIEFA, C., SAINTIER, S.: "In search of (access to) justice for vulnerable consumers" en RIEFA, C., SAINTIER, S. (eds): *Vulnerable consumers and the law. Consumer protection and Access to justice*, Routledge, Oxon, 2020.

RUBIO GIMENO, G: "La contratación entre cónyuges o convivientes en los pactos sobre ruptura de pareja: ¿un negocio naturalmente asimétrico?», en SERRANO DE NICOLÁS, Á (Dir): (dir) *Nuevas perspectivas iusprivatistas a los 40 años de la*

Constitución de 1978, Marcial Pons, Barcelona, Madrid, Buenos Aires, São Paulo, 2021.

RUBIO GIMENO, G: "Riesgo contractual y alteración sobrevenida de las circunstancias," en VV.AA: *Codificación y reequilibrio de la asimetría negocial*, GRAMUNT FOMBUENA, FLORENSA I TOMÀS, C.E (eds.), Dykinson, Madrid, 2017, p. 209."editor":{"dropping-particle":"","family":"Gramunt Fombuena","given":"Mariló","non-dropping-particle":"","parse-names":false,"suffix":""},"dropping-particle":"","family":"Florensa i Tomàs","given":"Carles E.,"non-dropping-particle":"","parse-names":false,"suffix":""},"id":"ITEM-1","issued":{"date-parts":["2017"]},"publisher":"Dykinson","publisher-place":"Madrid","title":"Riesgo contractual y alteración sobrevenida de las circunstancias","type":"chapter"},"uris":["http://www.mendeley.com/documents/?uuid=b49548fe-7200-4d16-a95f-525b61a698c7"]},"mendeley":{"formattedCitation":"Gemma RUBIO GIMENO, "Riesgo Contractual y Alteración Sobrevenida de Las Circunstancias," in <i>Codificación y Reequilibrio de La Asimetría Negocial</i>, ed. Mariló Gramunt Fombuena and Carles E. Florensa i Tomàs (Madrid: Dykinson, 2017

RUBIO GIMENO, G (2015): *Autorregulación de la crisis de pareja (Una aproximación desde el Derecho civil catalán)*, Dykinson, Madrid, 2015.

ŠAJN, N: *Vulnerable Consumers*, Briefing of the European Parliament, 2021 p. 2. Lo cuestiona KAPROU, E: "The legal definition of vulnerable consumers in the UCPD: Benefits and limitations of a focus on personal", en RIEFA, C, SAINTIER, S: *Vulnerable consumers and the law*, Routledge, Oxon, 2020.

SCHULZE, R., DE FRANCESCHI, A: "New Challenges and Perspectives," en AA.VV.: *Digital Revolution- New Challenges for Law*, (SCHULZE, R., DE FRANCESCHI, A, eds.), Nomos - C.H.Beck, Múnich, 2019.

SCHULZE, R., STUYCK, J: *Towards a European Contract Law*, Sellier. European Law Publishers, Munich, 2011.

SCHULZE, R: "Supply of digital content. A new challenge for European contract law," en VV.AA: *European Contract Law and the Digital Single Market The Implications of the Digital Revolution*, DE FRANCESCHI, A (ed.), Intersentia, Cambridge, 2017.

SCHULZE, R: "Nuevos Retos Para El Derecho de Contratos Europeo y Cuestiones Específicas Acerca de La Regulación Del Suministro de Contenidos Digitales," en AA.VV: *La Europeización Del Derecho Privado: Cuestiones Actuales*, (ARROYO AMAYUELAS, E., y SERRANO DE NICOLÁS, Á., eds.), Algete, Marcial Pons. Col·legi de Notaris de Catalunya, 2016.

SCHULZE, R: "The New Shape of European Contract Law," *Journal of European Consumer and Market Law*, núm. 4, 2015.

TRUJILLO VILLAMOR, E: "Reforma de la ley de consumidores: atención a los consumidores vulnerables", *Centro de Estudios de Consumo -publicaciones jurídicas*, 2021.

TWIGG-FLESNER, C: "Conformity of Goods and Digital Content/Services," en VV.AA: *El derecho privado en el nuevo paradigma digital*, ARROYO AMAYUELAS, E y CÁMARA LAPUENTE, S (eds), Marcial Pons. Col·legi de Notaris de Catalunya, Madrid, 2020.

WADDINGTON, L: "Vulnerable and Confused: The Protection of Vulnerable Consumer under EU Law," *European Law Review*, 2013, núm. 6.

WEATHERILL, S, VOGENAUER, S and WEINGERL, P: "Private Autonomy and Protection of the Weaker Party," en AA.VV: *General Principles of Law European and Comparative Perspectives* (WEATHERILL, S., VOGENAUER, S, eds.), Hart publishing, Oxford, 2019

ZIMMERMANN, R: "The Significance of the Principles of European Contract Law," *European Review of Private Law*, Vol. 28, núm. 3, 2020, p. 495.

