



CONSUMIDOR VULNERABLE

Nota Introdutória

El Fórum Ibero Americano de las Agencias Gubernamentales de Protección al Consumidor (en adelante FIAGC) es una Red de Cooperación internacional que integra a 22 países de América Latina y de la Península Ibérica teniendo por objetivo el intercambio de información, experiencias y buenas prácticas en el ámbito de la política pública de la Defensa del Consumidor.

Creado en el ámbito del Diálogo Euro-Latino-Americano de Consumidores para el Desarrollo y la Democracia, en el 2001, engloba actualmente un universo de más de 640 millones de consumidores.

En el punto 7.2. de la Declaración de Lisboa del 11 de noviembre del 2020, se consagró la creación de un Grupo de Trabajo sobre “Consumidores Vulnerables” coordinado por Portugal con el objetivo de abordar, en especial, los temas de los servicios públicos esenciales y de la vulnerabilidad financiera.

El presente libro presenta el marco jurídico de cada país miembro en lo referente a la protección de los consumidores vulnerables. Participaron en este trabajo [Argentina](#), [Brasil](#), [Chile](#), [Colombia](#), [Costa Rica](#), [España](#), [Honduras](#), [Panamá](#), [Paraguay](#), [Perú](#), [Portugal](#) y [Uruguay](#). Participaron en este ejercicio, en cuanto observadores del FIAGC, los Estados Unidos da América.

Metodología y presentación de los resultados

Para realizar este trabajo, se desarrolló un cuestionario formado por 8 preguntas que habían sido objeto de un análisis previo y posterior concordancia entre los países participantes. En este libro, para cada una de las preguntas se describe la situación de cada país participante. Al final se presentan conclusiones y propuestas que conducen a la reflexión en el contexto de la Política de Defensa del Consumidor.

Preguntas que integran el cuestionario

1. ¿Existe una definición aproximada de consumidor vulnerable (por ejemplo, en servicios públicos esenciales o servicios financieros)? y si es así ¿Cuál?
2. ¿Existe algún procedimiento específico para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores o usuarios vulnerables?
3. De las reclamaciones recibidas, ¿cuáles son los tipos de vulnerabilidad o colectivos vulnerables más afectados?
4. En cuanto a los servicios financieros, ¿existe la noción de consumidor sobre endeudado? Y si es así, ¿Cuál?
5. ¿Qué mecanismos existen en los servicios públicos esenciales y en los servicios financieros para proteger a los consumidores más vulnerables?
6. En su país, ¿se han realizado programas de educación dirigidos a ciertos consumidores de vulnerabilidad específica (p.ej. personas mayores, inmigrantes que no dominan el idioma, etc.)? Si es así, por favor incluya enlaces a ejemplos, por favor.
7. Bajo el COVID-19, ¿se han tomado medidas específicas para proteger a los consumidores en situaciones de vulnerabilidad financiera? De ser así, ¿cuáles?
8. ¿Existe articulación con la sociedad civil (academia y asociaciones de defensa del consumidor) y / o con otros organismos del Estado para realizar acciones de protección de las y los consumidores vulnerables?



1. ¿Existe una definición legal o aproximada de consumidor vulnerable (por ejemplo, en servicios públicos esenciales o servicios financieros)? Si es así, ¿Cuál?



Sí, existe. [Argentina](#) tiene la definición de “consumidores hipervulnerables”, que son las personas humanas 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”, Resolución 139/2020 de la Secretaría de Comercio Interior.

La Ley de Defensa del Consumidor se refiere a “consumidores y usuarios que se encuentren en situación desventajosa, tanto en zonas rurales como urbanas”. Las Comunicaciones del Banco Central hacen referencia a “usuarios con movilidads reducidas y dificultades visuales”.

El Decreto 311 del año 2020, dictado en el marco del COVID-19, hace una enumeración de “consumidores y usuarios vulnerables” con el fin de evitar cortes de suministro o servicios esenciales por falta de pago.

En Argentina se encuentra en análisis, con estado parlamentario, el Proyecto de Código N° 5156/2020, “CÓDIGO DE DEFENSA DE LAS Y LOS CONSUMIDORES DE LA NACIÓN”, cuyo artículo 3 reconoce la definición de consumidores hipervulnerables: “Consumidores hipervulnerables.

El principio de protección del consumidor se acentúa frente a colectivos sociales con hipervulnerabilidad. Son consumidores hipervulnerables 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. En tales supuestos, y 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”.



En general, en **Brasil**, todos los consumidores son presuntamente vulnerables, según el artículo 4, I, del Código de Protección al Consumidor: “La Política Nacional de Relaciones con el Consumidor tiene como objetivo satisfacer las necesidades de los consumidores, respetar su dignidad, salud y seguridad, proteger sus intereses económicos, mejorar su calidad de vida, así como la transparencia y armonía de las relaciones de consumo, en cumplimiento de los siguientes principios: I. Reconocimiento de la vulnerabilidad de los consumidores en el mercado de consumidores.

Además, el Código de Defensa del Consumidor instituyó la figura de la hipervulnerabilidad como forma de protección. El artículo 39 establece la prohibición al proveedor de productos o servicios, entre otras prácticas abusivas: “prevalciendo la debilidad o desconocimiento del consumidor, en razón de su edad, salud, conocimientos o condición social, de imponer sus productos o servicios”. En este sentido, los adultos mayores, los niños, las personas con mala salud o condiciones sociales desfavorables, especialmente las mujeres y las personas con baja escolaridad, son reconocidos como hipervulnerables, entre otros segmentos. La protección de los consumidores, en estos casos, es aún mayor, lo que les obliga a tratarlos de manera diferente. Así, aunque todos los consumidores son considerados vulnerables, el abordaje de la hipervulnerabilidad se ha ido consolidando cada vez más, incluidos los ancianos, los niños, las personas con discapacidad, así como las mujeres, en situaciones puntuales, ya sea por pobreza o sobrecarga familiar (familias monoparentales).



Chile no cuenta propiamente, con una definición de “consumidor vulnerable” en la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, ni en normas relacionadas sobre servicios básicos o servicios financieros. Sin embargo, la doctrina especializada ha ido construyendo una noción al respecto.

Sin perjuicio de lo anterior, la Ley No 19.496 otorga mecanismos y herramientas en determinados mercados debido a su sensibilidad, y producto de la profundización de las asimetrías de información en virtud de su complejidad; determinando incluso, mayores indemnizaciones en caso de producirse perjuicios. Este es el caso del mercado financiero y el de los servicios básicos.



Colombia no tiene definición expresa. Sin embargo, la ley colombiana como la Constitución Política colombiana, le da una protección especial a los niños, niñas y adolescentes, junto con las personas mayores por su condición de especial vulnerabilidad al actuar como consumidores.

Existen disposiciones especiales relacionadas con el derecho a la información y publicidad de que gozan los niños, niñas y adolescentes. Estas disposiciones también cubren el comercio electrónico.



Costa Rica no tiene una clasificación o definición de consumidor vulnerable.



España tiene la definición de “persona consumidor vulnerable” desde el 19 de enero de 2021. Esta definición fue incorporada por Real Decreto Legislativo que modificó La Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios.

La definición “persona consumidor vulnerable” incluye 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”.



Honduras no tiene una clasificación o definición de consumidor vulnerable.



Panamá no tiene una clasificación o definición de consumidor vulnerable



Paraguay no tiene una clasificación o definición de consumidor vulnerable.



Perú no tiene una definición de consumidor vulnerable, pero ha reconocido la vulnerabilidad del consumidor con especial énfasis en la protección de los niños, madres gestantes, adultos mayores, personas con discapacidad, y aquellas de zonas rurales o de extrema pobreza.



Portugal tiene definiciones aproximadas de consumidor vulnerable en la legislación aplicable a los servicios públicos esenciales (energía, comunicaciones electrónicas y agua).

Son ejemplos las definiciones de “cliente final económicamente vulnerable” y “cliente con necesidades especiales” en Reglamentos de los Servicios de Energía que los define como siendo la “persona física que se encuentra en situación de necesidad socio-económica y que, teniendo el derecho de acceso al servicio esencial de suministro de energía eléctrica, debe estar protegida, en particular en lo que se refiere a precios”.

La Ley de las Prácticas Comerciales Desleales determina en su artículo 6, que son desleales las prácticas que puedan distorsionar de manera substancial, en el sentido de que el comerciante pueda prever razonablemente, el comportamiento económico de un grupo claramente identificable de consumidores especialmente vulnerables a dichas prácticas o al producto al que se refieran, por padecer estos últimos una dolencia física, o un trastorno mental, o por su edad, o su credulidad, que se deberán evaluar desde la perspectiva del miembro medio de ese grupo.

Por su parte, el Referencial para la Educación del Consumidor define “Consumidor Vulnerable” como “Todo ciudadano cuya autonomía de elección se vea comprometida frente al profesional o la empresa. Esta falta de autonomía puede deberse a: factores endógenos observables en un grupo heterogéneo compuesto por personas consideradas permanentemente como tales por su condición psíquica, física o psicológica, por su edad o credulidad (por ejemplo, niños o personas mayores); factores exógenos como, por ejemplo, educación, situación social y financiera, alfabetización digital, información asimétrica, que colocan estos consumidores en situación de debilidad temporaria o permanente. “



Uruguay no tiene una clasificación o definición de consumidor vulnerable.



Estados Unidos de América tiene la definición de “consumidor vulnerable y desfavorecido” en la legislación aplicable a los servicios públicos esenciales en algunos Estados.

En relación con los servicios financieros, aunque no exista una definición de consumidor financiero vulnerable, la definición de prácticas abusivas en la Ley “*Dodd-Frank*”, sección 1031(d) toma expresamente en consideración la capacidad disminuida de un consumidor para comprender los atributos clave de un producto o servicio financiero.



2. ¿Existe algún procedimiento específico para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores o usuarios vulnerables?



Argentina sí posee un procedimiento de tratamiento prioritario a los reclamos ingresados por consumidores y consumidoras hipervulnerables.

La Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje del Consumo cuenta con un equipo de abogados y abogadas que gestionan la resolución de los conflictos que afectan a consumidores y consumidoras hipervulnerables, realizando un contacto oficioso con los proveedores involucrados. En caso de que no haya resolución en dicha instancia, los reclamos son derivados a otros sistemas de resolución de conflicto.

La Resolución 139 prioriza los reclamaciones que involucren los derechos o intereses de niños, niñas y adolescentes; personas del colectivo LGBT; mayores de 70 años; personas con discapacidad; migrantes o turistas; integrantes de comunidades de pueblos originarios y ruralidad; y residentes en barrios populares, y situaciones de vulnerabilidad socioeconómica como jubilados, pensionados, beneficiarios de asignaciones universales; monotributistas sociales; empleados del servicio doméstico; quienes perciben el seguro de desempleo; y titulares de una Pensión Vitalicia a Veteranos de Guerra del Atlántico Sur.

Durante el año 2020, se identificaron y trabajaron un total de 3243 reclamos de consumidores y consumidoras hipervulnerables.

Dentro de estos, los rubros más reclamados fueron los servicios financieros y seguros, los de telecomunicaciones y los servicios públicos domiciliarios. Asimismo, entre las vulnerabilidades con mayor número de reclamos se encuentran:

- 1) Vulnerabilidad socioeconómica, con 1.366 casos (42%);
- 2) Persona mayor, con 995 casos (31%);
- 3) Discapacidad, con 216 casos (7%).

En términos de género, puede señalarse que del total de casos identificados como hipervulnerables, el 59 % (1911 casos) corresponde a reclamos realizados por mujeres (cabe resaltar que Argentina, sancionó en el año 2012, la N° 26.743 de Identidad de Género, que reconoce e incluye el concepto de autopercepción para referirse al género).

De enero a Abril 2021 se recibieron y trataron un total de 780 reclamos de consumidores y consumidoras hipervulnerables. Los rubros más reclamados fueron: Telecomunicaciones, Servicios Financieros y seguros, Servicios de Salud y Servicios Públicos Domiciliarios. Entre las hipervulnerabilidades encabezan los adultos mayores (32%), le siguen la vulnerabilidad socio-económica (30%) y discapacidad (14%). De los 780 reclamos gestionados, un 65% fueron ingresados por mujeres.



Brasil no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables. Brasil tiene reglas específicas para atendimento a los consumidores en condición económica especial de pobreza en los servicios públicos esenciales, servicios financieros y en los procesos judiciales, que pueden tener tal procedimiento de gestión.

En el campo, no es necesario hablar de diferenciación en la atención o el tratamiento, cuando las Procons reciben quejas de una persona semianalfabeta. Sin embargo, las personas con discapacidad y las personas mayores tienen prioridad para la atención en los establecimientos públicos y privados del país. Según la información del sitio web de Procon MS: Procon es el eje del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor, ya que es en él donde se identifican por primera vez las lesiones mayores a los consumidores, y también es el que acoge a los hipervulnerables, especialmente a los ancianos



Chile no cuenta con procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables.

Sin perjuicio de ello, se han redoblado esfuerzos a través de convenios interinstitucionales, rediseño de programas de educación y campañas que se enfocan en la protección de los derechos de consumo de adultos mayores, migrantes, entre otros.



Colombia cuenta con dos procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables.

En primer lugar, la Superintendencia de Industria y Comercio dispone de un canal denominado Video llamada mediante el cual se brinda asesoría general en lenguaje de señas a aquellos consumidores que tengan alguna condición física que les impida escuchar. En segundo lugar, se tiene el Canal de diálogo social donde se brinda atención telefónica y orientación preferencial a adultos mayores, menores de edad, víctimas de conflicto o personas con discapacidad cognitiva.



Costa Rica no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables.



España no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables.



Honduras no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables.



Panamá no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables, pero se le da un trato preferencial a la hora de la atención de las quejas o consultas por parte de usuarios vulnerables como los consumidores de tercera edad o quienes mantienen alguna condición física o médica.



Paraguay no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables



Perú no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables.



Portugal no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables. Sin embargo, el párrafo 4 del Decreto Ley n. 74/2017 de 21 de junio de 2017, establece que en relación con el “Libro de quejas” cuando los consumidores o usuarios no puedan completar la hoja de quejas por analfabetismo o discapacidad física, el proveedor de bienes, el proveedor de servicios o cualquier persona responsable de la asistencia deberá, en el momento de la presentación de la queja y a solicitud del consumidor o usuario, completarla en los términos descritos verbalmente por este último.

Por otro lado, todas las entidades públicas y privadas, singulares y colectivas, que brinden servicio presencial al público, están obligadas a brindar un servicio prioritario a personas con discapacidades o discapacidades, personas mayores, mujeres embarazadas y personas acompañadas de bebés



Uruguay no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables



Estados Unidos de America no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables



3. De las reclamaciones recibidas, ¿cuáles son los tipos de vulnerabilidad o colectivos vulnerables más afectados?



En Argentina, de las reclamaciones recibidas se registra la vulnerabilidad socioeconómica, en razón de edad (personas mayores), de discapacidad y de género con mayor incidencia en la población femenina. Los sectores con más reclamaciones realizadas por consumidores hipervulnerables fueron los servicios financieros y seguros, servicios de comunicaciones y servicios públicos domiciliarios.



En Brasil se destaca la vulnerabilidad socioeconómica (los consumidores de menor poder adquisitivo), en cumplimiento con las normas sectoriales y las empresas de los servicios regulados. A estos factores se suman también las vulnerabilidades por edad.



En Chile la definición de consumidor no incluye características especiales de ciertos grupos, ni circunstancias que agraven la vulnerabilidad de determinados consumidores. No obstante, la doctrina ha establecido que podrían considerarse vulnerables a mayores adultos, ciertas personas en el mercado financiero, niños, niñas y adolescentes; e incluso, ciertos grupos de personas a causa de la pandemia provocada por el coronavirus.



En Colombia, en las reclamaciones recibidas se registra la vulnerabilidad en razón de edad (niños, niñas, adolescentes y personas mayores).



En Costa Rica no existe una clasificación de denuncias por tipo de vulnerabilidad.



En España, actualmente se registran los colectivos afectados por vulnerabilidad económica como consecuencia de la pandemia COVID-19.



En Panamá, de las reclamaciones recibidas se destaca la vulnerabilidad en razón de edad (quejas y reclamaciones por incumplimiento de las disposiciones de la Ley 6 del 16 de junio de 1987, que dicta disposiciones sobre beneficios para jubilados y pensionistas; estas quejas están relacionadas con el incumplimiento del descuento de jubilado sobre alimentos en restaurantes y medicamentos).



Paraguay carece de un concepto sobre vulnerabilidad o colectivos vulnerables



En Perú, la base de datos de las reclamaciones del INDECOPI no cuenta con variables que permitan realizar un cálculo sobre los tipos de vulnerabilidad o colectivos vulnerables más afectados..



En Portugal se destaca la vulnerabilidad socioeconómica (la preocupación está centrada en los consumidores que se están volviendo financieramente vulnerables debido al Covid-19) y la vulnerabilidad en razón de edad (consumidores mayores de 65 años, niños y adolescentes).



En Uruguay, se destaca la vulnerabilidad socioeconómica (i.e. los consumidores que no poseen ingresos fijos y regulares, y que por tanto, no pueden soportar los compromisos asumidos, y los consumidores que no cuentan con acceso al crédito porque no tienen un empleo formal, no poseen un domicilio fijo - como es el caso de muchos inmigrantes - o tienen malos antecedentes crediticios en la calificadoradora privada de conducta crediticia, o un alto riesgo crediticio en el registro del Banco Central de Uruguay, extremo que determina que terminen por contratar opciones de crédito “fuera del sistema”, o dentro del sistema, pero con las tasas de crédito y de mora más altas. Se registra también la vulnerabilidad en razón de edad. Finalmente se identifica todas aquellas personas que nunca han recibido una educación en consumo financiero.



involucrado).

Estados Unidos de America no tiene procedimientos específicos para facilitar la gestión de reclamaciones de consumidores En los Estados Unidos de América, de las reclamaciones recibidas se destaca la vulnerabilidad en razón de edad (los consumidores mayores de 80 años son los más afectados por las estafas en términos del importe promedio en dólares



4. En cuanto a los servicios financieros, ¿existe la noción de consumidor sobreendeudado? Y si es así, ¿Cuál?



El Proyecto de Código de Defensa de las y los Consumidores de la Nación, en análisis en el Congreso Nacional, ofrece una definición de “Sobreendeudamiento del Consumidor”: “Art. 81. Sobreendeudamiento del consumidor. El sobreendeudamiento del consumidor es la situación caracterizada por la grave dificultad para afrontar el cumplimiento de las obligaciones exigibles o de pronta exigibilidad, que compromete el acceso y el goce de bienes esenciales. El destinatario de la protección particular prevista en el presente Código es el consumidor persona humana”.



El Proyecto de Ley nº 3515/2015, ya aprobada por el Senado y pendiente de sanción presidencial, establece como sobreendeudamiento “la imposibilidad manifiesta del consumidor, persona física, de buena fe, de pagar todas sus deudas de consumo, pagaderas y vencidas, sin comprometer el su mínimo existencial”.



Chile no tiene una definición de consumidor sobreendeudado. Sin embargo, esta materia se constituye como una preocupación actual tanto en los legisladores, como en la academia, existiendo actualmente, diferentes proyectos legislativos.



En primera instancia, resulta de suma importancia resaltar que, en relación con la protección del consumidor en el sector de los servicios financieros, la SIC no es la autoridad competente para ejercer las funciones de inspección, vigilancia y control de la totalidad de este sector.

En ese orden de ideas, la SIC cuenta con una competencia residual que le es otorgada de conformidad con lo estipulado en el artículo 45 del Estatuto del Consumidor, en donde se establece que esta entidad solo conocerá de casos sobre los cuales la actividad crediticia no haya sido asignada a alguna otra autoridad administrativa en particular. Teniendo en cuenta lo anterior, en el marco de las competencias de esta Superintendencia, no existe la noción de consumidor sobreendeudado.



En Costa Rica no existe la noción de consumidor sobreendeudado



En España, no existe un concepto de consumidor sobreendeudado en el ordenamiento jurídico, si bien existe en el Real Decreto-ley 6/2012, del 9 de marzo, de medidas urgentes de protección de deudores hipotecarios sin recursos, una definición del umbral de exclusión en su artículo 3.



En Honduras no existe la noción de consumidor sobreendeudado.



En Panamá, no existe la noción de consumidor sobreendeudado



En Paraguay no existe la noción de consumidor sobreendeudado



Perú no tiene una definición de consumidor sobreendeudado. Sin embargo, hay una norma que define al sobreendeudamiento como el “Nivel de endeudamiento en el sistema financiero que, por su carácter excesivo respecto de los ingresos y de la capacidad de pago, pone en riesgo el repago de las obligaciones de un deudor minorista” y al deudor minorista como aquella “persona natural o jurídica que cuenta con créditos directos e indirectos clasificados como a pequeñas empresas, a microempresas, consumo revolventes y no revolventes e hipotecario para vivienda”.



En Portugal la legislación no contempla el concepto de “consumidor sobreendeudado”. Sin embargo, el término es ampliamente aceptado, en particular, a nivel académico. Los términos “endeudamiento del consumidor” y “sobreendeudamiento del consumidor” se estudian cuidadosamente y se utilizan en la doctrina nacional. El concepto de “endeudamiento” adoptado ha sido el de saldo deudor de una persona, que puede resultar solamente de un compromiso crediticio o de más de uno al mismo tiempo, utilizando, en este último caso, el concepto de endeudamiento múltiple. El sobreendeudamiento puede ser activo, si el deudor contribuye activamente a ponerse en una situación de imposibilidad de pago, por ejemplo, no planificando los compromisos asumidos; o pasivo cuando por circunstancias imprevisibles (divorcio, desempleo, enfermedad, etc.) el deudor ha sido puesto en situación de incumplimiento.



En Uruguay no existe la noción de consumidor sobreendeudado



En los Estados Unidos de America no existe la noción de consumidor sobreendeudado.



5. ¿Qué mecanismos existen en los servicios públicos esenciales y en los servicios financieros para proteger a los consumidores más vulnerables?



En Argentina, el Poder Ejecutivo Nacional ordenó la abstención de corte de servicios en caso de mora o falta de pago para los usuarios vulnerables o desaventajados. La definición normativa de servicios esenciales (agua y energía) en el ámbito nacional surge del Decreto 843 del año 2000.

En el año 2020 se incorporaron las TIC (en particular acceso a internet, servicios de telefonía y televisión por cable) como servicios esenciales, y mediante la resolución 1467/2020 del Ente Nacional de Comunicaciones se establece la Prestación Universal y Obligatoria respecto de las TIC, enumerando en el artículo 12° como beneficiarios determinados a consumidores vulnerables.



En Brasil, en los servicios financieros, en atención a sus normas sectoriales, existen mecanismos que reducen el costo de operaciones de crédito con la entrega de un cheque especial a los consumidores con menos poder adquisitivo.

La aprobación del Proyecto de Ley de Superendeudamiento se considera muy positiva. Se espera que actúe como prevención del endeudamiento, consolidando la transparencia en la publicidad y en la oferta de crédito, haciendo más evidentes los riesgos, estableciendo la prohibición de que el proveedor acose a los consumidores, especialmente a los ancianos, analfabetos, enfermos o con otras vulnerabilidades y, que prevé la realización de un análisis real del potencial de pago del consumidor por parte del proveedor de crédito. También existe la posibilidad de conciliación judicial y extrajudicial, con la provisión de mejores condiciones para la negociación de la deuda con las instituciones financieras, para que el individuo, endeudado, pueda pagarla en su capacidad. También se entiende que la Ley de Sobreendeudamiento ampliará la protección de las personas más vulnerables al crédito abusivo, como las personas mayores y las personas económicamente desfavorecidas. Estas son medidas especialmente importantes para los consumidores más vulnerables.



En Chile, la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores, otorga mecanismos y herramientas en determinados mercados atendiendo a su sensibilidad y complejidad, toda vez que se constata la profundización de las asimetrías de información en perjuicio de los consumidores.

Este es el caso del mercado financiero y el de los servicios básicos, equivalentes a los servicios públicos esenciales. En relación al mercado de los servicios financieros, en Chile se implementó una reforma a la Ley sobre Protección de los Derechos de los Consumidores llamada “Sernac Financiero”, a través de la Ley N°20.555, con el propósito de incorporar nuevos deberes de información y sanciones más específicas en este mercado, toda vez que se constituye como el mercado más complejo del país, y a la vez, es uno de los más reclamados por los consumidores. Por otro lado, y respecto a las medidas relacionadas con los servicios públicos esenciales o básicos, en Chile entró en vigor la Ley N°21.081 del año 2018, que reformó la Ley N°19.496 y se incluyó el artículo 25 A que estableció una indemnización directa y automática por la suspensión injustificada de servicios básicos.



La Superintendencia de Industria y Comercio no ostenta competencias en materia de servicios públicos esenciales ni tampoco en materia de servicios financieros, puesto que las competencias para cada uno de estos servicios le corresponden a la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios y a la Superintendencia Financiera de Colombia, respectivamente.

No obstante, lo anterior, la SIC puede brindar la siguiente información respecto de mecanismos y figuras de protección a los consumidores de estos dos servicios. Respecto a los servicios públicos esenciales, existe la figura de los Vocales de Control, la cual consiste en ciudadanos que por voluntad propia se interesan en fiscalizar la prestación de los servicios públicos en su comunidad y mediante su labor apoyan a la Superintendencia de Servicios Públicos Domiciliarios en la defensa de los derechos de los usuarios. Entre sus tareas se encuentran las de informar a la comunidad acerca de sus derechos y deberes en materia de servicios públicos domiciliarios para ayudar a defenderlos y cumplirlos; recibir informes de los usuarios o suscriptores acerca del funcionamiento de las prestadoras de los servicios públicos domiciliarios objeto de su fiscalización; evaluar y promover medidas correctivas en la prestación de los servicios. Por su parte, respecto a los servicios financieros, actualmente existe la figura del Defensor del Consumidor Financiero. Dentro de sus funciones se destacan las de: atender de manera oportuna y efectiva a los consumidores financieros así como actuar como vocero y conciliadores de estos ante la respectiva entidad vigilada; conocer y resolver en forma objetiva y gratuita las quejas que estos les presenten en relación con un posible incumplimiento de la entidad vigilada de las normas legales, contractuales o procedimientos internos que rigen la ejecución de los servicios o productos que ofrecen o prestan, o respecto de la calidad de los mismos; efectuar recomendaciones a la entidad vigilada relacionadas con los servicios y la atención al consumidor financiero; y proponer a las autoridades competentes modificaciones normativas que resulten convenientes para la mejor protección de los derechos de los consumidores financieros, entre otras.



En Costa Rica, existen autoridades específicas en las que presentar quejas sobre los servicios públicos esenciales y sobre los servicios financieros. Pero no están dirigidas a los consumidores vulnerables en particular.



En España, existen mecanismos de protección al consumidor vulnerable en algunas normas sectoriales, referentes a servicios básicos como electricidad, telefonía, servicios financieros y otros servicios básicos.

Como consecuencia de la crisis sanitaria derivada del COVID-19 se ha configurado una nueva categorización de consumidor vulnerable, a los efectos de la percepción del bono social de electricidad y la protección especial frente a la interrupción del suministro, para determinadas categorías de consumidores. El Gobierno trabaja actualmente en el establecimiento de una tarifa social de internet para garantizar la conectividad de los usuarios vulnerables económicamente. Para los servicios financieros se indican cuentas de pago básicas.



En Honduras no se identifican mecanismos en los servicios públicos esenciales y en los servicios financieros para proteger a los consumidores más vulnerables.



En Panamá, no se identifican mecanismos en los servicios públicos esenciales y en los servicios financieros para proteger a los consumidores más vulnerables



En Paraguay, no se identifican mecanismos en los servicios públicos esenciales y en los servicios financieros para proteger a los consumidores más vulnerables. Sin embargo, en el marco de la pandemia de COVID-19, el mecanismo de acción para reclamos relacionados a servicios públicos esenciales y servicios financieros ha sido una atención rápida y prioritaria, por tratarse de servicios indispensables para el mantenimiento de una calidad mínima de vida.



En Perú, el Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público – OSITRAN determinó una serie de reglas diseñadas para proteger a los consumidores con discapacidades.

En el sector de servicios públicos de telecomunicaciones, si bien no se hace mención específica a la figura de consumidor vulnerable, el Organismo Supervisor de Inversión Privada en Telecomunicaciones – OSIPTEL ha emitido regulación referida a usuarios con discapacidad, usuarios quechua hablantes o de centros poblados rurales. El Organismo Supervisor de la Inversión en Energía y Minería – OSINERGMIN, tiene personal bilingüe para facilitar la comunicación y transmisión de los mensajes, en las regiones de usuarios quechua hablantes. La Superintendencia Nacional de Servicios de Saneamiento implementó una tarifa menor al costo medio de proveer los servicios de saneamiento y el abastecimiento agua potable. En lo referente a servicios financieros no existe tratamiento diferenciado para consumidores más vulnerables.



En Portugal, existen mecanismos específicos para proteger a los consumidores vulnerables en el contexto de los servicios públicos esenciales y en el contexto de los servicios financieros.

En el ámbito de los servicios públicos esenciales (abastecimiento de agua y energía) familias que cumplen un conjunto de requisitos tienen derecho a la tarifa social. Muy recientemente, la Carta Portuguesa de Derechos Humanos en la Era Digital aprobada por la Ley de la Asamblea de la República, establece la creación de una tarifa social para el acceso a los servicios de Internet aplicable a “clientes finales económicamente vulnerables” y acceso a tecnologías y tecnologías instrumentos y medios y por la población en particular de los “ciudadanos más vulnerables”.

En el ámbito de los servicios financieros, especialmente en los contratos de crédito, existen procedimientos de prevención de impagos y de regularización para los casos en que los consumidores no hayan pagado las cuotas. Las entidades bancarias están obligadas a realizar un conjunto de operaciones con el fin de evitar el impago de los clientes bancarios. En situaciones en las que los clientes bancarios tienen dificultades para pagar las cuotas, los bancos están obligados a proponer nuevas condiciones que permitan la regularización.

La Red de Atención al Consumidor Envidado tiene como finalidad brindar un servicio de soporte, información y asesoramiento a los consumidores que se encuentran en riesgo de incumplimiento de los contratos de crédito o por retraso que, en el cumplimiento de las obligaciones derivadas de la celebración del contrato de crédito, se encuentran en proceso de negociación con la entidad de crédito



En Uruguay en el caso de los servicios públicos esenciales (agua y energía eléctrica) existen tarifas “sociales”, esto es bonificadas, a las que pueden acceder los sectores de la sociedad considerados económicamente más vulnerables.

No existen mecanismos para proteger a los consumidores vulnerables dentro de los servicios financieros. Se puede decir que algunos proveedores tienen prácticas más flexibles a los efectos

de encontrar una solución a los problemas de esas personas más vulnerables, pero no existe un tratamiento específico definido, sino que se analiza caso a caso.



En los Estados Unidos, la protección de los consumidores vulnerables en el espacio de los servicios públicos generalmente se maneja a nivel estatal. Generalmente se considera que los consumidores vulnerables de servicios públicos necesitan de información veraz y no engañosa sobre opciones de compra, de servicios asequibles, flexibilidad de pago; asistencia o condonación de deudas; subsidios para hacer sus hogares más eficientes energéticamente para reducir costos y límites de desconexión.

Con respecto a los servicios financieros, la Federal Trade Commison se ha centrado en proteger a los consumidores más afectados por las recesiones económicas y hace cumplir la Ley de Igualdad de Oportunidades de Crédito (ECOA), que prohíbe la discriminación contra los solicitantes de crédito por motivos de raza, color, religión, nacionalidad, sexo, estado civil, edad u otros factores.

6. En su país, ¿se han realizado programas de educación dirigidos a ciertos consumidores de vulnerabilidad específica (p.ej. ancianos, inmigrantes que no dominan el idioma, etc.)? Si es así, por favor incluya enlaces a ejemplos por favor.



Sí. En Argentina, en el ámbito de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, funciona la Escuela Argentina de Educación en Consumo (EAEC) como el ámbito de difusión, concientización, promoción, educación sobre los derechos de consumidores y usuarios.

En este sentido, durante el año 2020 se ha desarrollado el curso “Consumo y Equidad: derribando mitos y estereotipos” sobre vulnerabilidades específicas tales como el género, la edad o la discapacidad. También se han desarrollado seminarios y encuentros sobre hiper vulnerabilidad. En noviembre del 2020, se creó el “Concurso de Proyectos para la promoción, protección y difusión de derechos de las y los consumidores hiper vulnerables” que orienta a la articulación con las organizaciones de la sociedad civil. La EAEC desarrolla cursos en su plataforma virtual, contenido en redes, *webinar*, seminarios y talleres y todo tipo de actividades que faciliten el acceso a la comunidad



Sí. En Brasil, hay programas de educación en ámbito nacional con destaque o dirigidos a consumidores con vulnerabilidades específicas, como ancianos. Algunos de estos programas también están en inglés y español, como los de la ENEF (Estrategia Nacional de Educación Financiera), con más fácil acceso para extranjeros e inmigrantes.

También hay programas específicos para los niños. La Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF) tiene una página web con diversos contenidos para educación financiera (<https://www.vidaedinheiro.gov.br/>) y desarrolla los programas para grupos de especial vulnerabilidad, como el proyecto de educación financiera para jubilados del INSS (Instituto de Seguridad Social) con ingresos de uno a dos salarios mínimos y el proyecto de educación financiera para mujeres beneficiarias del Programa Bolsa Familia del gobierno federal. Además, en Brasil, hay también iniciativas y campañas de los órganos del consumidor para concientización, especialmente los dirigidos a las personas mayores, en temas como acceso al crédito, cuidados con la salud en tiempos de Covid-19, y otros.



Sí. En Chile, el Servicio Nacional del Consumidor participa activamente promoviendo la educación financiera en Chile, en ese sentido, se constituyó como uno de los organizadores del “Mes de la Educación Financiera” que se llevó a cabo el mes de octubre de 2019.

En esta instancia, se convocó a todos los actores públicos del sistema financiero con el objeto de promover la importancia de este tema en el país, el cual es uno de los ejes necesarios para la inclusión financiera de las personas, de acuerdo a los lineamientos establecidos por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE). Los ejes temáticos de las actividades fueron la inversión, el ahorro y el endeudamiento responsable, el ahorro previsional, la estabilidad de precios y la ciberseguridad; todas estas dirigidas a jóvenes, profesores, migrantes, adultos mayores, inversionistas y partícipes de los mercados financieros, entre otros.

Asimismo, SERNAC dispone de un Programa de Educación Financiera, dirigido a estudiantes, familias, docentes, colegios, jóvenes y adultos mayores, para que puedan acceder a guías, vídeos, noticias, entre otras herramientas, con el objeto de aumentar el nivel de conocimiento financiero de los niños/as, jóvenes y adultos mayores que participan de éste, contribuyendo así al fortalecimiento de una cultura de consumo financiero responsable. El programa citado está disponible en el siguiente enlace: Programa de Educación Financiera - SERNAC: Educación <https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyname-614.html>



Colombia ha participado activamente en campañas internacionales de la OCDE relacionadas con la seguridad de productos, en particular para los niños. Son ejemplos las campañas #FíjaloBien, que fue replicada por diecinueve agencias de consumo internacionales, la campaña #PilasconlasPilas, que busca informar sobre los riesgos que pueden presentar diferentes dispositivos electrónicos que utilizan pilas o baterías “tipo botón”, las cuales pueden ser ingenieras por los niños causándoles lesiones graves o incluso la muerte.

Esta campaña proporciona algunas recomendaciones para evitar este tipo de accidentes y la campaña Global de Sensibilización #JugueteSeguros. En octubre del 2018, la Superintendencia de Industria y Comercio desarrolló la campaña Día de los Niños con el lanzamiento de una serie de videos para informar acerca de algunos productos que, por presentar algún defecto, pueden afectar a la salud o a la vida de los consumidores.

También como parte del mes de prevención contra el fraude fue elaborada la campaña “Mes de Prevención contra el Fraude 2019”, actividad que realiza anualmente la Red Internacional de Agencias de Protección al Consumidor (ICPEN, por el significado de su sigla en inglés).

La campaña estuvo centrada en los consumidores del sector turismo, se presentó en cinco (5) idiomas: español, inglés, italiano, alemán y francés, y estuvo dirigida tanto a consumidores como a empresarios, en aras de informar sobre prácticas fraudulentas y consejos para evitarlas.

El material de campaña realizado contó con: tres (3) videos, y tres (3) piezas gráficas para redes sociales, cada uno de ellos realizado en cinco (5) idiomas: español, inglés, italiano, alemán y francés.

De forma especial vale la pena mencionar que se realizó un video en lenguaje de señas, teniendo presente a los consumidores que tienen ciertas características auditivas que lo ponen en situación distinta de los demás consumidores, al menos respecto de la forma como se les puede comunicar información de forma adecuada e idónea. De hecho, la SIC cuenta con una serie de videos con información sobre la Entidad y los distintos temas que trabaja diariamente, en búsqueda de hacer que su comunicación con la ciudadanía sea incluyente.



En Costa Rica, desde la Dirección de Apoyo al Consumidor se ha trabajado en una estrategia de educación al consumidor enfocada en capacitaciones presenciales y ahora virtuales dirigidas a todo el público. Esta Estrategia abarca poblaciones vulnerables como niños, adolescentes y adultos mayores. Adicionalmente, se ha publicado en la red social de youtube una serie de videos cortos en temas de derechos de los consumidores y deberes de los comerciantes, educación financiera y otros temas.



En España, a nivel municipal, existen cursos de formación dirigidos a colectivos vulnerables económicamente por su edad, nivel cultural, diferencias lingüísticas, etc. Para los servicios financieros se indican cuentas de pago básicas.



En Honduras no existen programas de educación dirigidos a ciertos consumidores de vulnerabilidad específica



En Panamá, se han hecho jornadas de educación a los consumidores de tercera edad, en las que se les da a conocer sus derechos y beneficios otorgados por la Ley 6 del 16 de junio de 1987, que establece la protección de los jubilados y pensionados. También se ha implementado que los restaurantes y farmacias estén obligados a colocar letreros en los locales, donde le informen a los consumidores de tercera edad la aplicación del descuento de jubilado.



En Paraguay, no existen programas de educación dirigidos a ciertos consumidores de vulnerabilidad específica



En Perú, el Plan Nacional de Protección del Consumidor cuenta con el Objetivo Estratégico Específico: Incluir la temática de derechos de los consumidores en los cursos escolares, a cargo del Ministerio de Educación, en su calidad de miembro del Sistema Nacional y ente rector en Educación. Perú no ha realizado programas dirigidos a ancianos o inmigrantes.

Sin embargo, ha elaborado acciones en materia de educación en el consumo y además firmó un convenio de cooperación interinstitucional con *World Vision* Perú, a fin de afianzar la participación de la Sociedad Civil en la protección al consumidor desde la Educación Básica Regular a nivel nacional.



Sí, Portugal tiene programas dirigidas a consumidores con vulnerabilidad específica. Son ejemplos la “Guía Práctica para el Consumidor Mayor” desarrollado entre la Dirección General del Consumidor y la Policía de Seguridad Pública que ha sido ampliamente difundida con la participación de las “Universidades Séniores”.

La Dirección General del Consumidor ha desarrollado acciones de formación de los Agentes de Policía de Seguridad Pública que tienen contacto con la población (principalmente personas mayores y otros consumidores que buscan ayuda de las autoridades), sobre los temas mencionados.

Además, Portugal en el ámbito de su Plan Nacional de Educación Financiera, dedica especial atención a los niños y jóvenes proponiendo acciones concretas para elevar el nivel de conocimiento financiero de la población y promover la adopción de actitudes y comportamientos financieros adecuados, en concreto, desarrollando hábitos de ahorro y apoyando la inclusión financiera.

En el contexto de la formación financiera, Portugal desarrolla acciones de educación financiera específicamente dirigidas a consumidores más jóvenes, en edad escolar, incluyendo actividades lúdicas y educativas sobre dinero, crédito y otros temas, consolidándose como ejemplo la campaña de educación digital #ficaadica dirigida a los jóvenes en edad escolar sobre el cuidado que se debe observar en los canales digitales, el acceso a productos y servicios bancarios.

En Portugal existe un “Fondo de Promoción de los Derechos del Consumidor”, que tiene como objetivo apoyar proyectos de educación del consumidor beneficiando también determinados colectivos de consumidores vulnerables (personas mayores, los niños y jóvenes, los migrantes y las personas que viven en territorios aislados).

Finalmente, el Alto Comisionado para las Migraciones tiene una oficina de atención al consumidor inmigrante.



En Uruguay no existen programas de educación dirigidos a ciertos consumidores de vulnerabilidad específica



Sí. Para llegar a las comunidades diversas de manera más eficaz, la FTC ha adaptado sus mensajes a las comunidades afectadas por ciertas estafas o prácticas comerciales engañosas. Son ejemplos las “telenovelas” – videos en español - que se basan en las quejas a la FTC de hispanohablantes de todo el país y que ofrecen consejos prácticos para ayudar a detectar y detener estafas comunes.

Los consulados y las organizaciones comunitarias pueden solicitar copias gratuitas de estas telenovelas educativas en español al por mayor y distribuir las. Los temas que tratan incluyen los siguientes asuntos: cómo denunciar estafas; cómo encontrar servicios legítimos de asesoría crediticia; cómo evitar problemas cuando los consumidores financian la adquisición de un automóvil nuevo o usado a través de un concesionario y dónde informar de los problemas sufridos con la financiación del concesionario; derechos del consumidor cuando se trata de cobradores de deudas; las señales identificativas de una estafa de ingresos; y cómo identificar a un suplantador del gobierno y los peligros de enviar dinero a un extraño, entre otros.

Con relación a las personas mayores, en el 2015, la FTC lanzó la iniciativa “*Pass it On*”, un paquete de materiales educativos para el consumidor diseñado para incentivar a las personas mayores a que empiecen a hablar entre sí sobre las estafas. La iniciativa brinda a los consumidores mayores unas herramientas para iniciar conversaciones y transmitir información sobre estafas. El paquete incluye artículos, presentaciones, marcadores, actividades y un video sobre seis estafas que afectan a los adultos mayores.

Los materiales están disponibles en inglés y español y se han utilizado en teatro en eventos comunitarios. Los temas de los materiales incluyen cuestiones que afectan particularmente a las personas mayores (ej. robo de identidad, Llamadas no deseadas, estafas de impostores, de soporte técnico, de citas/romance en línea; estafas de “nietos”, de atención médica, de premios falsos, de reparación de viviendas, de “Money Mule”, de trabajo desde casa; y fraude de caridad).

Con referencia a los servicios financieros, la ley Dodd-Frank establece la Oficina de Protección Financiera para los Americanos Mayores, cuyas funciones incluyen actividades diseñadas para facilitar la educación financiera de las personas que han alcanzado la edad de 62 años o más como protección contra situaciones injustas, prácticas engañosas y abusivas y sobre las opciones financieras actuales y futuras, incluso mediante la difusión de materiales a las personas mayores sobre dichos temas.

La FTC ha publicado numerosos materiales que educan a los consumidores sobre una amplia variedad de contextos financieros, como Money and Credit (compras, compra y posesión de un automóvil, crédito y

préstamos, gestión de deudas); Viviendas e hipotecas (préstamos hipotecarios, mejoras en el hogar, ahorro de energía, alquileres y programas de tiempos compartidos [timeshare]); Trabajos y ganar dinero (educación y capacitación, búsqueda de trabajo, trabajo desde casa, negocios, inversiones y préstamos); El Consumer Financial Protection Bureau creó la Oficina de Asuntos Comunitarios que se enfoca en consumidores económicamente vulnerables.

La Oficina ha estado trabajando con organizaciones que sirven a poblaciones económicamente vulnerables para equipar al personal de primera línea y a los voluntarios para que presenten temas de capacidad financiera en sus reuniones con las personas a las que sirven, utilizando materiales publicados por CFPB, como folletos centrados en temas y guías complementarias.



7. Bajo el COVID-19, ¿se han tomado medidas específicas para proteger a los consumidores en situaciones de vulnerabilidad financiera? De ser así, ¿cuáles?



Sí. En Argentina algunas de las medidas adoptadas para proteger a los consumidores con vulnerabilidad financiera fueron: a) la abstención de corte de servicios en caso de mora o falta de pago para los usuarios vulnerables o desaventajados; b) la Prestación Universal y Obligatoria respecto de las TIC (en particular acceso a internet, servicios de telefonía y televisión por cable), enumerando como beneficiarios a ciertos consumidores vulnerables, entre ellos por razones socio-económicas; c) el congelamiento - por un tiempo determinado - del valor de la cuota mensual de los créditos hipotecarios que recaigan sobre inmuebles destinados a vivienda única y que se encuentren ocupados con el referido destino por parte de la deudora o quienes la sucedan a título singular o universal; d) la suspensión de los desalojos por falta de pago y el congelamiento del precio de los contratos de locación de inmuebles -por un tiempo determinado; e) intervención en materia de saldos impagos de tarjetas de crédito y la inaplicabilidad de intereses punitivos; f) la opción de diferir la alícuota y las cargas administrativas en sistema de ahorro previo; g) multas a entidades financieras - se han impuesto multas por un monto de \$ 10.000.000 (diez millones de pesos) por diversos incumplimientos, entre ellos, deber de información, derecho de revocación, intereses superiores a los convenidos, etc.

Por otro lado, se han realizado distintas campañas en las redes sociales, entre ellas, una campaña sobre consumidores sobreendeudados articulada con los Estados Miembros y Asociados al MERCOSUR.



Sí, los principales órganos económicos y financieros (Banco Central) han adoptado diversas políticas y medidas para los consumidores con mayor vulnerabilidad financiera. Estas medidas incluyen políticas para apoyo financiero directo a los consumidores más afectados y a los más pobres (enfoque social).

De igual forma, SENACON y los órganos del consumidor de los estados y municipios han lanzado medidas de apoyo como, por ejemplo, el establecimiento de ajustes para consumidores que ya no podían pagar los servicios de escuela de sus hijos (de manera a ampliar plazos de pago, suspender multas etc.). La SENACON ha fomentado el apoyo a los consumidores de planes de salud, muchos ya en situación de dificultad. Además, en lo referente a vulnerabilidad financiera, los consumidores ancianos recibirán

atención y orientación especial de los órganos de protección al consumidor y también de regulación financiera, considerando su vulnerabilidad exacerbada en múltiples niveles: edad, tecnológico (reciben ofertas aún más agresivas por teléfono y e-mail), condición de salud y capacidad cognitiva.



Sí, Chile ha tomado medidas específicas para proteger a consumidores en situaciones de vulnerabilidad financiera debido a la pandemia provocada por el COVID-19 y a la reducción de ingresos que han sufrido las personas.

Estas medidas se materializan con aportaciones económicas, créditos con condiciones especiales, el aplazamiento de las fechas de pago de ciertos créditos, y la prohibición del corte de servicios básicos (equivalentes a los servicios públicos esenciales) por la mora en los pagos, pero todo ello acompañado de las buenas prácticas de los bancos. Las medidas para proteger a los consumidores en situaciones de vulnerabilidad financiera son: a) Ingreso Familiar de Emergencia (IFE) que se trata de una aportación económica entregada por el Gobierno de Chile a los hogares que reciben ingresos informales y que ante la emergencia producida por el virus Covid-19, han visto disminuidos sus ingresos debido a que no pueden realizar sus actividades con normalidad; b) Financiación con aporte fiscal para la protección de los ingresos de la Clase Media que contiene beneficios para los trabajadores dependientes (ocupados, cesantes y suspendidos), empresarios individuales o “por cuenta propia” y trabajadores independientes que hayan sufrido una caída del 30% o más en sus ingresos formales producto de la pandemia; c) Subsidio de arriendo especial para la Clase Media. Se trata de un beneficio contenido en el “Plan de Protección para la Clase Media” del Gobierno de Chile, que consiste en un subsidio que cubrirá hasta el 70% del valor del arriendo de viviendas para las familias que hayan tenido caídas en sus ingresos del 30% o más; d) postergación de cuotas de créditos hipotecarios con garantía estatal; e) Medidas sobre servicios básicos (equivalentes a los servicios públicos esenciales), postergación de pagos y la prohibición del corte del servicio e incluye el Plan Solidario de Conectividad de telecomunicaciones.



La Superintendencia Financiera emitió instrucciones prudenciales para mitigar los efectos derivados de la coyuntura de los mercados financieros y la situación de emergencia sanitaria declarada por el Gobierno Nacional, en los deudores del sistema financiero.

Además, la Superintendencia de Economía Solidaria emitió las Circulares Externas No. 11 y 12: Tema de la circular 11: instrucciones prudenciales en materia de cartera de créditos con el fin de mitigar los efectos derivados de la situación de emergencia económica, social y ecológica en todo el territorio nacional declarada por el gobierno nacional mediante el decreto no. 417 de 17 de marzo de 2020.

Supersolidaria.gov.co.2021 .[enlínea] Disponible en:

<http://www.supersolidaria.gov.co/sites/default/files/public/data/circular_externa_no_11_del_19_3_2020.pdf> ; Tema de la circular 12: instrucciones prudenciales relacionadas con la operación de las organizaciones, con el fin de mitigar los efectos derivados de la situación de emergencia económica, social y ecológica en todo el territorio nacional declarada por el gobierno nacional mediante el decreto

no. 417 de 17 de marzo de 2020. Supersolidaria.gov.co. 2021. [en línea] Disponible en: <
http://www.supersolidaria.gov.co/sites/default/files/public/data/circular_externa_no_12_del_19_3_2020.pdf>

Colombia ha participado activamente en campañas internacionales de la OCDE relacionadas con la seguridad de productos, en particular para los niños. Son ejemplos las campañas #FíjaloBien, que fue replicada por diecinueve agencias de consumo internacionales, la campaña #PilasconlasPilas, que busca informar sobre los riesgos que pueden presentar diferentes dispositivos electrónicos que utilizan pilas o baterías “tipo botón”, las cuales pueden ser ingenieras por los niños causándoles lesiones graves o incluso la muerte. Esta campaña proporciona algunas recomendaciones para evitar este tipo de accidentes y la campaña Global de Sensibilización #JugueteSeguros. En octubre del 2018, la Superintendencia de Industria y Comercio desarrollo la campaña Día de los Niños con el lanzamiento de una serie de videos para informar acerca de algunos productos que, por presentar algún defecto, pueden afectar a la salud o a la vida de los consumidores. También como parte del mes de prevención contra el fraude fue elaborada la campaña “Mes de Prevención contra el Fraude 2019”, actividad que realiza anualmente la Red Internacional de Agencias de Protección al Consumidor (ICPEN, por el significado de su sigla en inglés). La campaña estuvo centrada en los consumidores del sector turismo, se presentó en cinco (5) idiomas: español, inglés, italiano, alemán y francés, y estuvo dirigida tanto a consumidores como a empresarios, en aras de informar sobre prácticas fraudulentas y consejos para evitarlas. El material de campaña realizado contó con: tres (3) videos, y tres (3) piezas gráficas para redes sociales, cada uno de ellos realizado en cinco (5) idiomas: español, inglés, italiano, alemán y francés.

De forma especial vale la pena mencionar que se realizó un video en lenguaje de señas, teniendo presente a los consumidores que tienen ciertas características auditivas que lo ponen en situación distinta de los demás consumidores, al menos respecto de la forma como se les puede comunicar información de forma adecuada e idónea. De hecho, la SIC cuenta con una serie de videos con información sobre la Entidad y los distintos temas que trabaja diariamente, en búsqueda de hacer que su comunicación con la ciudadanía sea incluyente.



No. Sin embargo, Costa Rica dio énfasis a la educación financiera enfocada no solo en la población en general, sino también en grupos vulnerables como adultos mayores, población joven e inclusive poblaciones indígenas que manejan sus propios idiomas.

Para ello se dio continuidad, con mayor fuerza, a la estrategia de educación financiera en la cual se han involucrado tanto instituciones públicas como el sector privado, principalmente entidades financieras las cuales han participado activamente en llevar charlas o talleres a distintas poblaciones



Sí, España ha adoptado varias medidas para la protección de los consumidores en situación de vulnerabilidad económica, como consecuencia de la crisis sanitaria derivada del COVID-19.

Así, en el Real Decreto-ley 11/2020, del 31 de marzo, se establecieron medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico para hacer frente al COVID-19, a saber: a) apoyo al alquiler de personas vulnerables; b) moratorias de deudas hipotecarias y de los créditos y préstamos que mantengan las personas en situación de vulnerabilidad económica; c) flexibilidad para disponer del ahorro acumulado en planes de pensiones, para las situaciones de desempleo consecuencia de un expediente de regulación temporal de empleo y el cese de actividad de trabajadores por cuenta propia o autónomos que se produzcan como consecuencia del COVID-19; d) posibilidad de ampliar el colectivo de potenciales perceptores del bono social de electricidad en función de su renta; e) garantía de la continuidad del suministro energético y de agua para hogares mientras dure el estado de alarma; f) subsidio extraordinario temporal del que se podrán beneficiar las empleadas del hogar ante la falta de actividad.



En Honduras no se han tomado medidas específicas para proteger a los consumidores en situaciones de vulnerabilidad financiera.



Sí, Panamá ha tomado medidas de moratoria de pago para los consumidores que mantengan compromisos financieros con entidades bancarias y financieras, principalmente para aquellos que tengan contratos de trabajo suspendidos, trabajadores independientes y desempleados.

La Ley 156 del 30 de junio de 2020, es una Ley que establece la moratoria en el pago de compromisos financieros, que inicialmente duraría hasta el 31 de diciembre del 2020, pero posteriormente fue extendida hasta junio del 2021.



En Paraguay, la Agencia SEDECO ha lanzado de manera constante, publicaciones, mediante los *flyers ¿Sabias Que?*, informando a la ciudadanía sobre sus derechos y obligaciones como consumidores financieros.

Además, se aplicaron algunas medidas temporales por Entidades Financieras y otras establecidas por el Gobierno Nacional como por ejemplo la suspensión de pagos de cuotas de préstamos, facilidades para las renegociaciones de renovaciones, refinanciaciones y reestructuraciones de deudas que fueron trasladadas al final del periodo, así como la suspensión de pagos mínimos de tarjetas de créditos. Con

relación a los servicios públicos se estableció la exoneración de pagos de servicios públicos (Energía Eléctrica y Suministro de Agua) de marzo a agosto 2020.

Además, el Gobierno determinó que el incumplimiento en el pago de los alquileres no podría ser causa de desalojo en caso de pago de al menos el 40% (cuarenta por ciento) del valor del alquiler mensual, medida aplicada entre marzo y junio del 2020.



En Perú, la Superintendencia de Banca, Seguros y AFP (SBS) , dispuso que las empresas del sistema financiero, podrían modificar las condiciones contractuales de su cartera de créditos, vía reprogramaciones, a fin de aliviar temporalmente los pagos de créditos de deudores que podrían tener dificultades para cumplir con sus obligaciones crediticias sin afectar a su clasificación crediticia y evitando que se generen mayores intereses moratorios o penalidades (ello sin distinguir a aquellos consumidores en situaciones de vulnerabilidad financiera).

Asimismo, la SBS emitió la Resolución SBS N° 1870-2020 que modifica el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero, incorporando reglas mínimas relacionadas con el adecuado proceso de atención de reprogramaciones de aquellos clientes con dificultades temporales de pago de créditos durante el período de emergencia actual.



Sí, Portugal ha adoptado varias medidas para proteger a los consumidores en situación de desempleo o pérdida de ingresos potenciando la situación de vulnerabilidad económica. En relación a los servicios financieros, son ejemplos las moratorias de deudas hipotecarias y de créditos y préstamos, así como la suspensión de comisiones derivadas de operaciones de pago a través de plataformas digitales.

En los servicios públicos esenciales (agua, electricidad, gas, y comunicaciones electrónicas) se destacan la prohibición de corte de los servicios por falta de pago de los importes en deuda cuando ello sea motivado por situaciones de desempleo o caída del ingreso familiar; la posibilidad de pago de los consumos de forma fraccionada; los apoyos extraordinarios en materia de precios de la electricidad dirigida a todas las familias con potencia contratada igual o inferior a 6,9 kVa; las medidas excepcionales y temporales para proteger a los consumidores de servicios de comunicaciones (acceso garantizado a los servicios de comunicaciones electrónicas; mayor flexibilidad en la cancelación de contratos en los casos en que los consumidores que se encuentren en situación de desempleo o que tengan una caída de los ingresos del hogar del 20% o más, respecto a los ingresos del mes anterior, sin compensación al operador, incluso si el período de fidelización estuviera en curso).

En relación con los precios máximos por gas envasado, el Gobierno determinó la imposición de un régimen de precio máximo para el gas envasado que se encontraba vigente durante abril del 2020.



En Uruguay, el Banco Central del Uruguay emitió recomendaciones y permisos a las entidades reguladas, a efecto de poner en práctica mecanismos que permitiesen aplacar el impacto de la pandemia en los compromisos financieros de sus clientes. Podría decirse que dichas medidas tuvieron un impacto moderado.

Las recomendaciones del BCU a las empresas supervisadas en el marco de la pandemia, permitió a las mismas extender los plazos de vencimiento de las obligaciones para las personas que estuvieran al día de pagos al 31/3/2021. Muchas empresas financieras han tomado decisiones comerciales procediendo a quitas de intereses y extensiones de plazo, para poder atender las situaciones más precarias y urgentes.



Sí. La pandemia de coronavirus ha traído consigo nuevos desafíos, dado que muchas personas se encuentran en una situación financiera desesperada.

La FTC lanzó una página que consolida información para los consumidores afectados financieramente por la pandemia en <https://www.consumer.ftc.gov/coronavirus/financial-impact> .

La FTC brindó consejos sobre cómo lidiar con la pérdida del empleo, problemas para pagar facturas, incluidas hipotecas, pagos de préstamos para automóviles y estudiantes, y los derechos del consumidor en el contexto del cobro de deudas.

Además, la FTC actuó rápidamente para monitorizar las estafas dirigidas a consumidores en situación de vulnerabilidad financiera debido a la pandemia y alertó a los consumidores sobre estafas relacionadas con el alivio hipotecario, servicios de reparación de crédito, becas y ayuda financiera para estudiantes, modificación de préstamos para automóviles, etc. Los Gobiernos federal, estatal y local han suspendido temporalmente los desalojos por falta de pago del alquiler, una medida que ha demostrado ayudar a detener la propagación del COVID-19.

En marzo del 2021, el Centro para el Control de Enfermedades anunció una extensión de 90 días en su moratoria de desalojo por falta de pago del alquiler y emitió procedimientos a seguir para los inquilinos elegibles para detener temporalmente el proceso de desalojo. Finalmente, en lo referente a los servicios esenciales, la FTC y otros reguladores federales desarrollaron una formación para el consumidor útil sobre la evaluación de los contratos de servicios de los servicios públicos, así como la detección de estafas relacionadas con dichos servicios públicos.



8. ¿Existe articulación con la sociedad civil (academia y asociaciones de defensa del consumidor) y / o con otros organismos del Estado para realizar acciones de protección de las y los consumidores vulnerables?



Sí, existe. En Argentina las asociaciones de consumidores son un importante actor de la sociedad civil, que complementa la labor del Estado en la defensa de los derechos de los ciudadanos. En Argentina existe un Consejo Consultivo de los Consumidores que es un organismo permanente asesor y consultor de las autoridades de la Secretaría de Comercio en temas relacionados con defensa del consumidor.

Lo integran las autoridades del organismo y las Asociaciones de Consumidores inscritas en el Registro Nacional de Asociaciones de Consumidor, que depende de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor. Para desarrollar este proyecto, a través de la Resolución 561/2020 de la Secretaría de Comercio Interior, se creó el “Concurso de Proyectos para la promoción, protección y difusión de derechos de las y los consumidores hipervulnerables”.



Sí, a nivel nacional. Los órganos y entidades del Sistema Nacional de Defensa del Consumidor (DPDC) discuten entre si y con la academia también las acciones para la protección de los consumidores más vulnerables en políticas específicas, así como para los sobreendeudados.

Sin embargo, Brasil entiende que se hace necesario incluir también a los proveedores y a sus entidades, para una visión más amplia e inclusiva de los problemas de consumo.



Sí, en Chile, a través del SERNAC se desarrollan distintas acciones de coordinación con los organismos de la Sociedad Civil (diversos órganos de la sociedad civil a través de sus Consejos Consultivos tanto nacional como regionales, en los cuales participan Asociaciones de Consumidores (AdC) y Asociaciones Gremiales, además de organizaciones territoriales y miembros de la academia) para el fortalecimiento de la protección de los consumidores, a través de los

cuales se busca que la sociedad civil aporte conocimientos y opiniones para la implementación de la política pública de protección de los derechos del consumidor por parte de SERNAC, presentar y discutir propuestas sobre la protección de los consumidores, analizar temas de alto impacto en materias de consumo y proponer iniciativas para impulsar la participación ciudadana y el diálogo entre los distintos actores en materia de consumo.

En cuanto a las Asociaciones de Consumidores (AdC), en particular, SERNAC impulsa también su participación mediante la invitación a en diversos mecanismos de participación (diálogos participativos, conversatorios, consultas públicas, etc.). Además, las AdC están habilitadas para llevar adelante o hacerse parte de procesos judiciales en defensa de consumidores en los que, en aquellos casos de interés general o colectivo.



Por medio de la Red Nacional de Consumo Seguro, la SIC articula las funciones de sus miembros para atender los accidentes causados por productos que, con ocasión a un defecto, resultan inseguros para las personas y recaudar información sobre el particular.

Con ello, la SIC persigue los siguientes objetivos:

- a) Lograr la participación de diferentes actores de la sociedad.
- b) Materializar mecanismos de recolección de datos con información técnica y científica.
- c) Fortalecer el sistema de reporte de alertas.
- d) Facilitar a las Autoridades, la adopción de medidas oportunas en materia de seguridad del producto.

Teniendo en cuenta la especial protección que ostentan los niños, niñas y adolescentes en el ordenamiento jurídico colombiano de cara a las normas de protección al consumidor, por medio de esta Red, la SIC tiene especial contacto con la Asociación Colombiana de Medicina Crítica e Intensiva, la Fundación del Quemado, el Instituto Nacional de Vigilancia de Medicamentos y Alimentos, la Asociación Colombiana para el Avance de la Ciencia, el Instituto Nacional de Salud y la Sociedad Colombiana de Pediatría; quienes constituyen aliados claves para proteger a todos los consumidores en el ámbito de la seguridad de producto, con especial atención en los niños, niñas y adolescentes.



Sí, existe una articulación con las asociaciones de consumidores en virtud de la cual estas alertan a la Dirección del Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía e Industria sobre situaciones en el mercado que afecten al consumidor y se toman las medidas correctivas pertinentes.

Adicionalmente, existe un intercambio de información con otras instituciones en caso de detectarse situaciones de mercado que puedan afectar al consumidor y que deben ser atendidas según las competencias de cada institución. Generalmente las situaciones involucran a los consumidores en general. Sin embargo, pueden darse articulaciones más focalizadas. Tal es el ejemplo de la estrategia de educación financiera, la cual ha definido públicos meta como niños, adultos mayores o inclusive grupos

específicos que presentan un alto endeudamiento. Por ejemplo, se coordinó con la Escuela Nacional de Policías para incluir la educación financiera dentro de los programas de formación de este conglomerado.



Sí, existen subvenciones a asociaciones de consumidores y usuarios destinadas a la realización de actividades de información, defensa y protección de los derechos de los consumidores. Para el año en curso, se está estudiando incluir, dentro de los programas prioritarios a subvencionar, temáticas relacionadas con la protección de las personas consumidoras vulnerables.



Sí, existe articulación con las asociaciones de Consumidores, Organismo de Regulación Sanitaria, Fiscalía de Protección al Consumidor y Dirección del Adulto Mayor.



Sí, existe articulación con las asociaciones de jubilados y pensionados que promueven en ocasiones acciones de reclamo y protección de los derechos de las personas de la tercera edad. Sobre los temas relacionados con la canasta básica de alimentos, medicinas y costo de servicios educativos (Colegios, Universidades, Centros de Estudios) existe articulación con las asociaciones de consumidores que también participan.



Si. Desde la SEDECO se ha articulado fiscalizaciones/verificaciones con otros organismos del Estado, con el objetivo de garantizar el cumplimiento de las normativas en materia de protección al Consumidor y el Usuario.



En Perú existe articulación a través de INDECOPI. En su calidad de Autoridad Nacional de Protección del Consumidor, y ente rector del Sistema Nacional Integrado de Protección del Consumidor, el INDECOPI se coordina con instituciones públicas, asociaciones de consumidores y gremios empresariales a fin de realizar acciones en favor de las y los consumidores vulnerables.

En ese sentido, puso al servicio de la ciudadanía el Mapa de Consumo, una herramienta informativa creada para que los consumidores que tengan conflictos de consumo conozcan en su lengua materna ante qué entidad pública pueden acudir para presentar una reclamación o denuncia a nivel nacional (ver vídeo informativo aquí <https://youtu.be/BTyvbuDRnPO>).

El Mapa de consumo es una herramienta que consolida la información de todas las entidades públicas que atienden reclamaciones o denuncias de los consumidores a nivel nacional. Además de identificar a quién, cómo y dónde presentar una consulta, reclamación o denuncia en materia de protección del consumidor. Además, respecto a la labor llevada a cabo en favor de los consumidores vulnerables, cabe destacar que, en alianza con la ONG Sodis y la Sociedad Peruana de Síndrome de Down en enero del 2019, se lanzó la campaña “Todos Somos Consumidores”, con el fin de que se conozcan las condiciones de igualdad y respeto hacia las personas con discapacidad.



Sí, existe articulación entre la Dirección General del Consumidor, las organizaciones de la sociedad civil, como las asociaciones de consumidores, las Universidades de mayores y otras entidades públicas, como la Policía de Seguridad Pública o la Dirección General de Educación para desarrollar iniciativas de protección de las y los consumidores vulnerables.

La Dirección General del Consumidor coordina el Sistema De Defensa del Consumidor que es una Red de cooperación de entidades públicas (de Inspección y Reguladoras) y privadas que, directa o indirectamente, también buscan la protección del consumidor.

En este contexto, la Dirección General del Consumidor promueve el desarrollo articulado de acciones conjuntas de protección de los consumidores vulnerables. En relación a los consumidores inmigrantes, está incluida la intervención y apoyo del Centro Nacional de Apoyo a la Integración de Migrantes (CNAIM), que son estructuras dependientes de la Alta Comisión para las Migraciones (ACM, IP – *Alto Comissariado para as Migrações*), para dar respuesta a las diferentes dificultades que experimentan los inmigrantes en materia de consumo, pudiendo remitir solicitudes a las entidades competentes (DGC, Centros de Arbitraje, Entidades Reguladoras, ECC-Net - Red de Centros Europeos del Consumidor, etc.).



En Uruguay, no existe articulación.



Sí, existe articulación. La Federal Trade Commission (FTC) se coordina habitualmente con la academia y la sociedad civil / asociaciones de defensa del consumidor para desarrollar políticas para proteger a los consumidores vulnerables.

La FTC ha celebrado acuerdos con organizaciones de consumidores para recibir quejas de consumidores sobre prácticas engañosas o injustas. La FTC convoca periódicamente talleres y audiencias sobre tecnologías emergentes y prácticas comerciales, invitando a expertos de instituciones públicas y privadas a compartir opiniones y estudios para que la FTC pueda tomar decisiones informadas sobre cómo abordar cualquier problema de protección al consumidor que surja.

En marzo del 2021, el Centro para el Control de Enfermedades anunció una extensión de 90 días en su moratoria de desalojo por falta de pago del alquiler y emitió procedimientos a seguir para los inquilinos elegibles para detener temporalmente el proceso de desalojo. Finalmente, en lo referente a los servicios esenciales, la FTC y otros reguladores federales desarrollaron una formación para el consumidor útil sobre la evaluación de los contratos de servicios de los servicios públicos, así como la detección de estafas relacionadas con dichos servicios públicos.



Conclusiones y propuestas

- Conclusiones

La situación de la pandemia producida por el COVID-19 y que se ha instalado en todo el mundo en el 2020, aliada, a la transformación digital que ya estaba en marcha, han establecido desafíos y oportunidades en el contexto de las políticas públicas nacionales. Entre estos desafíos, se destaca la necesidad de garantizar, en primer lugar, la protección de los derechos e intereses de los consumidores.

Los impactos provocados por la pandemia han sido inmediatos en la vida de los consumidores y de las empresas, imponiendo a los Gobiernos la toma de medidas adecuadas para la mitigación del COVID-19, incluyendo la adopción de marcos legislativos en los diversos sectores de actividad económica. Destacamos, en particular, las reglas en materia de salud pública, de funcionamiento de los establecimientos de comercio y de prestación de servicios, de transporte, de circulación de personas y bienes y, de forma muy importante, en materias relacionadas con la pérdida o reducción de los salarios de los ciudadanos.

Muchas de las medidas que se adoptaron a lo largo del 2020 tuvieron como objetivo fomentar la protección de los consumidores, y en especial de aquellos que, por diversas razones, han quedado expuestos a mayores riesgos y por eso también más susceptibles a las prácticas engañosas. A la par de las medidas legislativas establecidas, los Gobiernos, las autoridades públicas y las organizaciones de la sociedad civil también se han coordinado para dar respuesta a los problemas comunes, siendo ejemplos de cooperación estrecha las iniciativas desarrolladas por el FIAGC, por las instituciones de la Unión Europea y los respectivos Estados Miembros, por la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) y por la Conferencia de las Naciones Unidas para el Comercio y el Desarrollo (UNCTAD).

Es por ello que, en este marco de dificultades y desafíos puestos por la situación de pandemia, se destaca la preocupación en relación a la esfera de los consumidores, y en especial por aquellos que ya estaban en una situación de fragilidad antes del COVID-19, y por aquellos que, debido a la situación epidemiológica, se han enfrentado a dificultades financieras y sociales, entre otras.

En el contexto de los trabajos desarrollados en el seno del FIAGC bajo la Presidencia de El Salvador, ha sido prioritario el intercambio de información entre los miembros acerca de los efectos del COVID-19 en los respectivos países y sobre las medidas adoptadas por los Gobiernos para asegurar la protección del consumidor.

Como continuación de los trabajos de cooperación del FIAGC, la Presidencia Pro Tempore de Portugal propuso dedicar atención especial al tema del consumidor vulnerable. Para ello, ha fomentado la creación de un grupo de trabajo (en adelante GT) con el objetivo de reunir información sobre las medidas en vigor en los países participantes aplicables a los consumidores vulnerables.

Presentadas y descritas las respuestas de 13 países a las 8 preguntas del cuestionario previamente preparado y aprobado por todos los participantes, se hace posible presentar las siguientes conclusiones:

- En primer lugar, hay que destacar que dos países miembros del FIAGC, Argentina y España, ya contemplan en su ordenamiento jurídico las definiciones de “consumidor híper vulnerable” y de “persona consumidor vulnerable”, respectivamente, incluyendo en estos casos, las situaciones de vulnerabilidad en función de la edad, género, estado físico o mental, las circunstancias sociales, económicas, étnicas y/o culturales.

En la definición del derecho español, se incluye a las personas que, de forma individual o colectiva, por sus características, necesidades o circunstancias personales, económicas, educativas o sociales, se encuentran (aunque sea de forma territorial, sectorial o temporal) en una especial situación de subordinación, desamparo o desprotección que sea impeditiva del ejercicio de los derechos como consumidores en situación de igualdad.

Los Estados Unidos de América (observador en el FIAGC) tiene la definición de “consumidor vulnerable y desfavorecido” en la legislación aplicable a los servicios públicos esenciales en algunos de sus Estados.

En Portugal, encontramos definiciones que reconducen a la figura de “consumidor vulnerable” tales como la de “cliente final económicamente vulnerable” y la del “cliente con necesidades especiales” en el sector de la energía. También en el sector de las comunicaciones electrónicas se reproduce la necesidad de acomodar los intereses de los usuarios finales con discapacidad, así como los intereses de los adultos mayores o los intereses de usuarios con “necesidades sociales especiales”. Muy recientemente, la Carta Portuguesa de Derechos Humanos en la Era Digital aprobada por Ley de la Asamblea de la República, establece la creación de una tarifa social de acceso a los servicios de Internet aplicables a “clientes finales económicamente vulnerables” y el acceso a instrumentos y medios tecnológicos y digitales por parte de la población, y en particular de los “ciudadanos más vulnerables”.

En Brasil, aunque no exista una definición legal de consumidor vulnerable, el Código de Defensa del Consumidor determina que la Política Nacional de las Relaciones de Consumo se sostiene sobre un conjunto de principios, incluido el principio del “reconocimiento de la vulnerabilidad del consumidor en el mercado de consumo”, significando que la vulnerabilidad es un elemento intrínseco de la propia noción de consumidor siendo que por principio todos los consumidores son vulnerables. El artículo 39 del Código de Defensa del Consumidor establece la prohibición al proveedor de productos o servicios, entre otras prácticas abusivas: “prevaleciendo la debilidad o desconocimiento del consumidor, en razón de su edad, salud, conocimientos o condición social, de imponer sus productos o servicios”.

Aunque en los demás países no se encuentren definiciones de “consumidor vulnerable” o definiciones aproximadas, existe una clara y creciente preocupación en relación a los ciudadanos consumidores que, siendo portadores de determinadas características o por encontrarse en determinadas circunstancias, están en una situación desfavorable cuando los comparamos con

los demás. Por ese motivo surge la consagración de algunos mecanismos de salvaguardia que se están contemplando en determinados sectores de actividad para proteger a estos ciudadanos.

- En cuanto a la cuestión de saber si los países participantes ponen a disposición sistemas o procedimientos específicos que faciliten la gestión de reclamaciones de consumidores vulnerables, apenas Argentina y Colombia disponen de procedimientos específicos para este efecto, mediante la creación de canales para atender a grupos de consumidores vulnerables.

Es importante también referir que algunos países señalaron la existencia de procedimientos que tienen por objetivo el atender la situación de los consumidores vulnerables en su atención en establecimientos de comercio y servicios como es el caso de Brasil, Portugal y Panamá. Tales procedimientos se traducen en atendimientos prioritarios destinados a grupos de consumidores que necesitan atención especial como es el caso de los señores, las embarazadas, o los consumidores con movilidad reducida.

- Cuando se puso la pregunta acerca de los tipos de vulnerabilidad más presentes, la generalidad de los países identifica, en primer lugar, la vulnerabilidad socioeconómica, siendo en este contexto apuntados los efectos resultantes de la pandemia COVID-19 en la vida de los consumidores, la vulnerabilidad por razón de la edad (los adultos mayores, los niños y los jóvenes) y por razón de género con mayor incidencia en la población femenina.
- Como ya hemos referido antes, la pandemia del COVID-19, aún por resolver, ha tenido impacto en las economías a escala global afectando la vida de los consumidores y de las empresas acentuando vulnerabilidades sociales y económicas. En el contexto del GT, se consideró importante determinar si los países participantes disponen en su derecho de la definición de “consumidor sobreendeudado” o de definiciones aproximadas.

Hay que destacar desde el primer momento los ejemplos de España y Portugal que, aunque no contemplen una definición de “consumidor sobreendeudado”, establecen mecanismos para prevenir situaciones de riesgo de endeudamiento excesivo. En su caso, Perú identifica una norma a través de la cual se define el sobreendeudamiento en el sistema financiero.

- Teniendo presente la relevancia de los servicios públicos esenciales en el contexto de los derechos de los consumidores, el GT ha procurado saber si los países disponen de mecanismos específicos para garantizar el acceso y la continuidad de esos servicios públicos a los consumidores y en especial a aquellos que se encuentran en situación de vulnerabilidad económica.

Si algunos países ya disponían de este tipo de medidas antes de la pandemia del COVID-19, otros países establecieron medidas especiales, temporales (y complementarias) en virtud de la situación epidemiológica y ante la reducción o pérdida de salarios de los consumidores.

Así, en el primer grupo de países se identifican Brasil, Chile, Costa Rica, Colombia, Perú, Portugal, Uruguay y el observador Estados Unidos de América que disponen de tarifa social del agua y de la energía para consumidores en situación económica desfavorable, la prohibición de cortes de

suministro en caso del no pago de los consumos, la posibilidad de pago fraccionado de las facturas y la atribución de subvenciones.

En el grupo de países que establecieron medidas por fuerza de la pandemia, están Argentina, que ordenó la abstención de corte de servicios en caso de mora o falta de pago para los usuarios vulnerables o desaventajados, España, que estableció tarifas sociales para la electricidad y medidas de protección de cara a la suspensión y además Portugal que, como complemento de las medidas ya existentes, determinó la prohibición del corte/suspensión de suministros en caso de no pago de facturas del agua, energía y servicios de comunicaciones electrónicas para grupos de consumidores con pérdida o reducción de sueldos hasta un determinado porcentaje y el establecimiento de precios máximos de gas de envasado. También Brasil lanzó medidas de apoyo como, por ejemplo, el establecimiento de ajustes para consumidores que ya no podían pagar los servicios de escuela de sus hijos y apoyo a los consumidores de planes de salud, en situaciones de dificultad.

- En lo referente a servicios financieros, se ha buscado igualmente saber qué medidas han adoptado los países para salvaguardar la protección de los consumidores vulnerables. Así, Brasil contempla un apoyo destinado a reducir el coste de operaciones de crédito por parte de consumidores con menor poder adquisitivo. Además, y en relación a Brasil hay que destacar la reciente aprobación por el Senado del Proyecto de Ley de superendeudamiento que ampliara la protección de las personas más vulnerables. España también dispone de medidas de protección de deudores hipotecarios sin recursos.

Por su lado, Portugal establece procedimientos a adoptar por parte de las instituciones de crédito cuyo objetivo es prevenir y regularizar situaciones de incumplimiento, habiendo que señalar además el sistema público de resolución alternativa de contenciosos que pretende crear para los deudores y respectivos acreedores un procedimiento de conciliación para la obtención de soluciones ajustadas en casos de moras o de incumplimiento definitivo de obligaciones de naturaleza pecuniaria (este sistema no tendrá lugar en las situaciones de insolvencia y en áreas como los servicios financieros y de la seguridad social).

España y Portugal consagran además el acceso a cuentas de pago básicas para determinados grupos de consumidores, es decir, el acceso a cuentas corrientes que permitan a sus respectivos titulares acceder a un conjunto de servicios bancarios considerados esenciales y a coste reducido.

En Uruguay, aunque no existan procedimientos definidos por ley, muchos operadores económicos asumen prácticas flexibles con vista a dar respuesta a las necesidades de consumidores vulnerables siendo esta valoración hecha caso a caso. Finalmente, en los Estados Unidos de América se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso al crédito a través de una ley federal que prohíbe las prácticas discriminatorias por motivo de etnia, religión, nacionalidad, sexo, estado civil edad u otros factores.

- Llegados a este punto, podemos considerar que la generalidad de los países participantes en el GT ha establecido medidas concretas para precaver la situación de los consumidores y en especial por la de aquellos en situación de vulnerabilidad socioeconómica, teniendo como objetivo el

mitigar los efectos de la situación epidemiológica. Se destacan las moratorias y las renegociaciones en el ámbito de los contratos de crédito, la suspensión de cobros de comisiones bancarias a consumidores con pérdida de rentas, la atribución de subsidios de arrendamiento, la atribución de apoyos, la exención del pago de los consumos de agua y energía en determinados períodos en el 2020.

En lo referente al fomento y desarrollo de programas e iniciativas de educación dirigidos a consumidores vulnerables, con excepción de Honduras, de Paraguay y de Uruguay, todos los países participantes en el estudio indican el desarrollo de esos programas considerando los diferentes grupos de consumidores.

Por último, en cuanto a la articulación y cooperación, la generalidad de los países ya está desarrollando trabajo, en especial, con las organizaciones de consumidores y con la Academia, siendo que algunos países destacan igualmente la articulación con las Entidades Regulatoras.

En el ámbito del FIAGC, la disseminación e información, así como la adopción de buenas prácticas para la mejor protección de los derechos e intereses de los consumidores, son objetivos a alcanzar.

- Propuestas

En el ámbito del FIAGC, la disseminación e información, así como la adopción de buenas prácticas para la mejor protección de los derechos e intereses de los consumidores, son objetivos a alcanzar.

Teniendo presentes las aportaciones de los países participantes en el GT, así como las atribuciones y competencias de las Agencias Gubernamentales de Defensa del Consumidor, identificamos las acciones/iniciativas que podrán contribuir a reforzar la protección de los consumidores en situación de vulnerabilidad:

1. **Replicar buenas prácticas y medidas de protección de los consumidores ya puestas en marcha en diferentes países FIAGC** – i.e. la tarifa social en el agua, energía y comunicaciones electrónicas, la posibilidad de pago fraccionado de los consumos aplicable a consumidores que reúnan un conjunto de requisitos previamente definidos por ley y el establecimiento de mecanismos de resolución alternativa de litigios en materia de consumo en los servicios públicos;
2. **Avanzar hacia la construcción entre los miembros del FIAGC de una definición de consumidor vulnerable** apoyándose en los conceptos legales del derecho español y argentino conjugados con los de la Doctrina especializada (la definición debe ser flexible y dinámica teniendo en cuenta que todos los consumidores en un momento dado, pueden encontrarse en una situación de vulnerabilidad);
3. **Promover la creación de mecanismos de apoyo a consumidores en situación de sobreendeudamiento** – i.e. mediante obligaciones a cargo de las instituciones de crédito para que

acompañen la “vida” del crédito con el objeto de identificar y prevenir riesgos e incumplimientos, así como para la regularización de situaciones de incumplimiento efectivo con deberes de renegociación; a través del recurso a medios alternativos de contencioso de consumo que podrán ayudar a las partes a para que encuentren formas para el cumplimiento;

4. [Desarrollar iniciativas de formación para los consumidores.](#)
5. [Desarrollar campañas de sensibilización para las empresas](#) acerca de los cuidados que los operadores económicos deben observar cuando estén atendiendo a consumidores vulnerables.

Apéndice: Algunos Enlaces Útiles



Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje del Consumo

Página web institucional: <https://www.argentina.gob.ar/produccion/defensadelconsumidor>

Información a consumidores hipervulnerables: <https://www.argentina.gob.ar/hipervulnerables>

Resolución N° 139/20 referente a la definición de consumidores hipervulnerables: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-139-2020-338055>

Decreto 311/2020 mediante el cual se ordenó la abstención de corte de servicios en caso de mora o falta de pago para los usuarios vulnerables o desaventajados: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-311-2020-335827>

Resolución 1467/2020 del Ente Nacional de Comunicaciones que establece la Prestación Universal Universal y Obligatoria respecto de las TIC: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-1467-2020-345456>

Resolución 561/2020 de la Secretaría de Comercio Interior, que ha creado el “Concurso de Proyectos para la promoción, protección y difusión de derechos de las y los consumidores hipervulnerables” que orienta a la articulación con las organizaciones de la sociedad civil: <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/resoluci%C3%B3n-561-2020-344243>

Decreto DNU 319 / 2020 - Determina el congelamiento - por un tiempo determinado - del valor de la cuota mensual de los créditos hipotecarios que recaigan sobre inmuebles destinados a vivienda única <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-319-2020-335938>

Decreto 320/2020 - Determina la suspensión de los desalojos por falta de pago y el congelamiento del precio de los contratos de locación de inmuebles por un tiempo determinado <https://www.argentina.gob.ar/normativa/nacional/decreto-320-2020-335939>

Comunicación A 6949 del Banco Central de la República Argentina - Intervención en materia de saldos impagos de tarjetas de crédito y la inaplicabilidad de intereses punitivos <https://www.bcra.gov.ar/Pdfs/comytexord/A6949.pdf>



Secretaria Nacional do Consumidor (Senacon)

Página web institucional: <https://www.defesadoconsumidor.gov.br/portal/a-senacon>

Proyecto de ley sobre el endeudamiento:

<https://www.camara.leg.br/proposicoesWeb/fichadetramitacao?idProposicao=2052490>

La Estrategia Nacional de Educación Financiera (ENEF): <https://www.vidaedinheiro.gov.br>



Nacional del Consumidor (SERNAC)

Página web institucional: <https://www.sernac.cl/portal/617/w3-channel.html>

Ley N°19.496 que otorga mecanismos y herramientas en determinados mercados debido a su sensibilidad, y producto de la profundización de las asimetrías de información en virtud de su complejidad: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=61438>

Ley N°20.555 “Sernac Financiero”:

<https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1032865&idParte=9210246&idVersion=2011-12-05>

Programa de Educación Financiera – SERNAC: <https://www.sernac.cl/portal/607/w3-propertyname-614.html>

Ingreso Familiar de Emergencia, Red de Protección Social del Ministerio de Desarrollo Social y Familia del Gobierno de Chile: <https://www.ingresodeemergencia.cl/>

Ley N°21.252, que establece un financiamiento con aporte fiscal para la protección de los ingresos de la Clase Media en determinados casos: <https://www.bcn.cl/leychile/navegar?idNorma=1147923>

Ley N°21.299, que permite la postergación de cuotas de créditos hipotecarios y crea una garantía estatal para caucionar el pago de las cuotas postergadas:

<https://www.diariooficial.interior.gob.cl/publicaciones/2021/01/04/42845/01/1875103.pdf>



Superintendencia de Industria y Comercio

Página web institucional: <https://www.sic.gov.co/>

Chat virtual dirigido por la SIC a través del cual proveedores y consumidores pueden resolver problemas derivados de su relación de consumo: <https://sicfacilita.sic.gov.co/SICFacilita/index.xhtml>

Video llamada: Canal dirigido principalmente a los ciudadanos que requieren atención y asistencia especializada en lengua de señas: <https://www.sic.gov.co/asesoria-general-y-lengua-de-se%C3%B1as>

Defensor del Consumidor Financiero: <https://www.superfinanciera.gov.co/jsp/11222>

<https://tranquifinanzas.com/blog/planeacion/defensor-del-consumidor-financiero/>

Instrucciones prudenciales en materia de cartera de créditos con el fin de mitigar los efectos derivados de la situación de emergencia económica, social y ecológica en todo el territorio nacional declarada por el gobierno nacional mediante el decreto no. 417 de 17 de marzo de 2020: https://www.funcionpublica.gov.co/eva/gestornormativo/norma_pdf.php?i=110334

En materia de servicios públicos esenciales, se recomienda consultar el siguiente enlace: <https://www.superservicios.gov.co/nuestra-entidad/quienes-somos>



Dirección de Apoyo al Consumidor del Ministerio de Economía, Industria

Página web institucional: <https://www.consumo.gov.co/>

Estrategia de Educación Financiera:

https://www.consumo.gov.co/educacion_consumidor/educacion_financiera.aspx

https://www.consumo.gov.co/educacion_consumidor/educacion_financiera/Decreto_ejecutivo_41546-MP-MEIC.pdf

Capacitaciones impartidas en materia de educación al consumidor y al comerciante:

https://www.consumo.gov.co/educacion_consumidor/capacitaciones_impartidas.aspx

<https://www.youtube.com/watch?v=u7sM3TCJqOo>

<https://www.youtube.com/watch?v=dOWvff-BsgM>

<https://www.youtube.com/watch?v=q2nti9JjEp8><https://www.youtube.com/watch?v=L1oVKJ6Jgn4>

https://www.youtube.com/watch?v=lvCX_DUUHeI



Dirección General de Consumo, Ministerio de Consumo

Página web institucional:

<https://www.mscbs.gob.es/organizacion/ministerio/organizacion/sgralsanidad/dgcF.htm>

Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios y otras leyes complementarias:

<https://www.boe.es/eli/es/rdlg/2007/11/16/1/con>

Real Decreto-ley 1/2021, de 19 de enero, de protección de los consumidores y usuarios frente a situaciones de vulnerabilidad social y económica: <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2021/01/19/1>

Real Decreto 897/2017, 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: <https://www.boe.es/eli/es/rd/2017/10/06/897>

Real Decreto-ley 19/2017, de 24 de noviembre, de cuentas de pago básicas, traslado de cuentas de pago y comparabilidad de comisiones: <https://www.boe.es/eli/es/rdl/2017/11/24/19>

Real Decreto-ley 11/2020, de 31 de marzo, por el que se adoptan medidas urgentes complementarias en el ámbito social y económico para hacer frente al COVID-19:

<https://www.boe.es/eli/es/rdl/2020/03/31/11/con>



Secretaría de Desarrollo Económico / Dirección General de Protección al Consumidor

Página web institucional: <https://sde.gob.hn/proteccion-al-consumidor/>



Autoridad de Protección al Consumidor y Defensa de la Competencia (ACODECO)

Página web institucional: <https://www.acodeco.gob.pa/portada.php>

Ley 6 del 16 de junio de 1987, que dicta las disposiciones sobre los beneficios y descuentos para jubilados, pensionados y personas de la tercera edad:

https://www.acodeco.gob.pa/uploads/pdf/legislacion_normativas%20%20copia/Ley6Jubilados_texto_unico.06_01_2010_12_05_19_p.m..pdf

Ley 156 del 30 de junio de 2020, que establece la moratoria sobre el pago de compromisos Financieros:

https://www.gacetaoficial.gob.pa/pdfTemp/29059/GacetaNo_29059_20200701.pdf



Secretaría de Defensa del Consumidor y el Usuario – SEDECO

Página web institucional: <http://www.sedeco.gov.py/>

Ley 6624/2020 – referente a crédito:

<https://www.bacn.gov.py/leyes-paraguayas/9409/ley-n-6624-modifica-el-articulo-30-de-la-ley-n-13341998-de-defensa-del-consumidor-y-del-usuario>



Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI

Página web institucional: <https://www.gob.pe/indecopi>

Ley 28683 que establece la atención preferente a las mujeres embarazadas, las niñas, niños, los adultos mayores, en lugares de atención al público:

<http://www.mimp.gob.pe/files/direcciones/dgfc/diapam/Ley28683.pdf>

Ley 29973 - Ley General de la Persona con Discapacidad:

<https://www.gob.pe/institucion/conadis/informes-publicaciones/223512-ley-general-de-la-persona-con-discapacidad-y-su-reglamento>

Plan Nacional de Protección del Consumidor: <https://www.gob.pe/institucion/susalud/normas-legales/853317-024-2017-pcm-ds>

Resolución SBS N° 1870-2020 que modifica el Reglamento de Gestión de Conducta de Mercado del Sistema Financiero: <https://busquedas.elperuano.pe/normaslegales/modifican-el-reglamento-de-gestion-de-conducta-de-mercado-de-resolucion-no-1870-2020-1874016-1/>

Mapa de Consumo:

<https://youtu.be/BTyvbvDRnPO>

<http://www.indecopi.gob.pe/mapadeconsumo>

La campaña “Todos Somos Consumidores”, con el fin de que se conozcan las condiciones de igualdad y respeto hacia las personas con discapacidad: <https://www.youtube.com/watch?v=ggUunvZhEBA>



Direção-Geral do Consumidor

Página web institucional: <https://www.consumidor.gov.pt/>

Decreto Ley nº 138-A / 2010, de 28 de diciembre, la definición de “Cliente final económicamente vulnerable”:

<https://dre.pt/web/guest/legislacaoconsolidada//lc/58846107/202005251228/exportPdf/maximized/1/cacheLevelPage?rp=indice>

Decreto Ley n. 74/2017 de 21 de junio de 2017, sobre la obligación del proveedor de en el momento de la presentación de la queja y a solicitud del consumidor o usuario, completarla en los términos descritos verbalmente por este último: <https://dre.pt/pesquisa//search/107541411/details/maximized>

Orden No 9807/2020, de 12 de octubre - Determina la tarifa social para el suministro de energía eléctrica a consumidores económicamente vulnerables, aplicable a partir del 1 de enero de 2021: <https://dre.pt/home/-/dre/145131801/details/maximized>

Decreto-ley nº 100/2020, de 26 de noviembre - Extiende la tarifa social eléctrica y la tarifa social del gas natural a más situaciones de insuficiencia social y económica: <https://dre.pt/home/-/dre/149707127/details/maximized>

Decreto Ley nº 105/2020, de 23 de diciembre, instituyó el Sistema Público de Apoyo a la Conciliación en Sobreendeudamiento (SISPACSE): <https://dre.pt/home/-/dre/152015940/details/maximized>

Moratorias de deudas hipotecarias y de créditos y préstamos: <https://clientebancario.bportugal.pt/pt-pt/covid-19-moratoria-para-contratos-de-credito-hipotecario-e-de-credito-para-educacao>

La prohibición de corte de los servicios por falta de pago de los importes en deuda cuando ello sea motivado por situaciones de desempleo o caída del ingreso familiar: <https://www.consumidor.gov.pt/comunicacao/noticias/nao-suspensao-dos-servicos-publicos-essenciais-demonstracao-da-quebra-de-rendimentos-.aspx>

Educación financiera: Portal “Todos Contam”: <https://www.todoscontam.pt/>

Red de apoyo al consumidor endeudado: https://www.consumidor.gov.pt/consumidor_4/rede-de-apoio-ao-consumidor-endividado.aspx

Carta Portuguesa de Derechos Humanos en la Era Digital: <https://dre.pt/web/guest/pesquisa/-/search/163442504/details/maximized>

“Guía Práctica para el Consumidor Mayor” https://www.consumidor.gov.pt/comunicacao/noticias/dia-28-de-outubro-e-o-dia-mundial-da-terceira-idade.aspx?fbclid=IwAR0y4hkSaoh_xMB9RhiK4GBNoHnAVYXqUw_R-c4gkiSGcqHPCc35THbNYNw



Ministerio de Economía y Finanzas - Dirección General de Comercio – Área Defensa del Consumidor

Página web institucional:

<https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/area-defensa-consumidor>

Tarifas “sociales” de los servicios públicos esenciales: <http://guiaderecursos.mides.gub.uy/106697/tarifa-social>

Relevamiento de las medidas adoptadas por las empresas financieras ante la emergencia sanitaria:

<https://www.gub.uy/ministerio-economia-finanzas/comunicacion/noticias/medidas-adoptadas-administradoras-creditofinancieras-emergencia-sanitaria>



Federal Trade Commission (FTC)

Página web institucional: <https://www.ftc.gov/>

Ley “Dodd-Frank”:

[https://www.govinfo.gov/app/details/PLAW-](https://www.govinfo.gov/app/details/PLAW-111publ203#:~:text=An%20act%20to%20promote%20the,practices%2C%20and%20for%20other%20purposes)

[111publ203#:~:text=An%20act%20to%20promote%20the,practices%2C%20and%20for%20other%20purposes](https://www.govinfo.gov/app/details/PLAW-111publ203#:~:text=An%20act%20to%20promote%20the,practices%2C%20and%20for%20other%20purposes)

<https://www.ftc.gov/news-events/media-resources/consumer-finance>

Ley de Igualdad de Oportunidades de Crédito (ECOA) <https://www.consumidor.ftc.gov/articulos/s0347-sus-derechos-de-igualdad-de-oportunidad-de-credito>

Comunidad Latinx: Consejos prácticos para ayudar a detectar y detener estafas comunes

<https://www.consumer.ftc.gov/features/feature-0031-fotonovelas>

La iniciativa “Pass it On”:

<https://www.consumer.ftc.gov/blog/2015/05/get-act-and-pass-it>

<https://www.consumer.ftc.gov/features/feature-0030-pass-it>.

Información dirigida a consumidores en dificultades financieras <https://www.consumer.ftc.gov/blog>

Oficina para la Protección Financiera del Consumidor <https://www.consumerfinance.gov/es/>

Información para los consumidores afectados financieramente por la pandemia:

<https://www.consumer.ftc.gov/coronavirus/financial-impact>



septiembre 2021