



Universidad Nacional de La Matanza
Secretaría de Ciencia y Tecnología



Centro de
Investigaciones
Sociales
UNLaM

N°197 julio 2025

Síntesis Clave

Boletín Informativo

ISSN 2344-9632

Los conflictos en torno al consumo y el rol de Defensa al Consumidor: una aproximación desde el Partido de La Matanza

Alan Francisco Lencina Orellana

Universidad Nacional de La Matanza

Rector: Dr. Daniel Martinez

Vice Rector: Dr. Fernando Luján Acosta

Secretaría de Ciencia y Tecnología

Secretario: Lic. Juan Pablo Piñeiro



Centro de Investigaciones Sociales

Síntesis Clave

Boletín Informativo

ISSN 2344-9632

Coordinación General:

Angélica De Sena

Edición:

Andrea Dettano, Victoria Mairano y Florencia Chahbenderian

Maquetación:

Florencia Bareiro Gardenal y Constanza Faracce Macia

Contacto:

Florencio Varela 1903,
B1754 San Justo, Buenos Aires

cis@unlam.edu.ar

www.cis.unlam.edu.ar

 /cis_unlam

 @cis_unlam

 /cis.unlam

Los conflictos en torno al consumo y el rol de Defensa al Consumidor: una aproximación desde el Partido de La Matanza

Alan Francisco Lencina Orellana¹

UNLaM. Argentina.

alencinaorellana@alumno.unlam.edu.ar

Durante los años 2019, 2021 y 2022, se registraron fluctuaciones notables en el número de reclamos de defensa del consumidor a nivel nacional. En 2019, se reportaron 103,147 reclamos, cifra que aumentó en 2021 al recibir un total de 270,791, lo que representó un aumento de más de 150,000 demandas. Los rubros de servicios financieros y de comunicaciones lideraron consistentemente las quejas en estos años. La mayoría de los reclamos en este período provinieron de la provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, y se canalizaron principalmente a través de la modalidad de compra a distancia.

¹ Estudiante de la carrera de Abogacía, Becario Universidad Nacional de la Matanza (UNLaM).

Los conflictos en torno al consumo y el rol de Defensa al Consumidor: una aproximación desde el Partido de La Matanza

Resumen:

El objetivo es rastrear situaciones conflictivas vinculadas con el consumo en el Municipio de La Matanza. Para ello, se llevará adelante una búsqueda de datos sobre el tema, en las diferentes entidades encargadas de la defensa del consumidor a nivel nacional, provincial y municipal. Se abordará el modo en que estas instancias trabajan para proteger los derechos de los consumidores, recopilando información clave sobre las prácticas de protección, los tipos de reclamos más comunes y las acciones llevadas a cabo en los diferentes niveles de gobierno.

Como marco de la temática se realizará un recorrido sobre la noción de defensa al consumidor, así como sobre la legislación vigente, en el cual se desarrollará la Ley de Defensa del Consumidor, las políticas públicas que refuerzan estos derechos y las posibles reformas que se están discutiendo para mejorar la protección de los consumidores frente a las nuevas realidades del mercado, como la digitalización y la globalización del comercio.

Palabras claves: Consumo; Derecho; Defensa del Consumidor.

1. Introducción

La creciente complejidad del mercado de productos y servicios, marcada por la digitalización y la globalización, ha reconfigurado las dinámicas de consumo y, con ellas, la naturaleza de los conflictos que pueden surgir. En este contexto, la defensa del consumidor se erige como un pilar fundamental para garantizar la equidad en las relaciones comerciales.

Este escrito tiene como objetivo central rastrear y analizar las situaciones de conflicto vinculadas con el consumo en el Municipio de La Matanza. Para lograrlo, se realizará un análisis de datos secundarios provenientes de los informes de Reclamos Defensa del Consumidor de los años 2019, 2021 y 2022 de la Secretaría de Comercio Interior de Nación. Se abordará el modo en que estas instancias operan para proteger los derechos de los consumidores, recopilando información clave sobre los tipos de reclamos más frecuentes y las acciones llevadas a cabo por los distintos niveles de gobierno.

Como marco conceptual, se desarrollará la noción de defensa del consumidor, así como la legislación vigente, incluyendo un análisis de los artículos más relevantes de la Ley de Defensa del Consumidor, fundamentalmente del artículo 1° al 10°. Además, se analizarán en profundidad los distintos rubros y subrubros existentes, entre los cuales los más relevantes son los Servicios de Comunicación, Servicios Financieros y de Seguros y Rodados, Embarcaciones y Automotores.

Los informes de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor de los años 2019, 2021 y 2022 revelan un patrón de crecimiento y posterior descenso en la cantidad de reclamos a nivel nacional. En el año 2019, se registraron 103,147 reclamos, cifra que se disparó a 270,791 en 2021. Sin embargo, en los primeros diez meses del año 2022, el total descendió drásticamente a 93,699. Geográficamente, la provincia de Buenos Aires y la Ciudad Autónoma de Buenos Aires fueron las jurisdicciones que concentraron el mayor número de reclamos a lo largo de los años. Un dato relevante del año 2022 es la destacada participación del conurbano bonaerense en los reclamos, en partidos como La Matanza, La Plata, Lomas de Zamora y Quilmes a la cabeza. El perfil del reclamante más común fue una persona de entre 31 y 40 años.

La modalidad de compra a distancia se consolidó como la principal fuente de conflictos, representando el 89% de los reclamos en el año 2021 y el 82% en el año 2022, lo que evidencia el impacto del comercio electrónico en los hábitos de consumo. Los rubros que consistentemente lideraron las quejas fueron los servicios de comunicaciones y los servicios financieros y seguros. En el año 2019, los servicios de comunicaciones encabezaron la lista con el 23% de los casos. Para el 2021, ambos rubros compartieron el primer lugar con un 18% cada uno, y en el año 2022, los servicios financieros y seguros tomaron la delantera con un 18%, seguidos de cerca por los servicios de comunicaciones con un 17%. A nivel de subrubros, los “Paquetes de productos” en el sector de comunicaciones y las “Tarjetas de Crédito” en el sector financiero y de seguros fueron los más problemáticos, concentrando la

mayor cantidad de quejas. Los motivos más frecuentes de los reclamos se centraron en el incumplimiento total o parcial del servicio, fraude o estafa, y la falta de procesamiento de bajas. Finalmente, las empresas más denunciadas en el periodo analizado incluyeron a Telecom Argentina, Movistar, Telecentro y Mercado Libre.

2. Aproximaciones a la Defensa al Consumidor

La Defensa del Consumidor se configura como un campo del Derecho que articula principios, normas e instituciones jurídicas orientadas a morigerar la situación de desventaja estructural del consumidor frente al proveedor. Esta asimetría, es decir, la desventaja estructural que aparece predeterminadamente debido a que el proveedor sabe acerca del producto o servicio que ofrece en tanto el consumidor no, se manifiesta principalmente en la disparidad de información, de recursos económicos y de capacidad de negociación entre el proveedor, generalmente una entidad organizada y con experiencia en el mercado, y el consumidor, un individuo o un colectivo con menor capacidad de análisis y defensa (Lorenzetti, 2003).

Para Huenchiman (2004), el derecho del consumidor surge para restablecer el equilibrio en la relación de consumo, reconociendo la debilidad estructural del consumidor frente al proveedor. Su objetivo principal es nivelar y elevar la posición del consumidor, asegurando que ambas partes se encuentren en una situación de igualdad real al momento de contratar. Esta protección no solo beneficia al consumidor de forma individual, sino que también funciona como un reaseguro de la libre competitividad en el mercado, promoviendo la transparencia y posibilitando el ejercicio de la libertad económica. De esta forma, al empoderar al consumidor para tomar decisiones informadas, el derecho garantiza la libre elección de productos y, en consecuencia, una dinámica de mercado más justa y eficiente.

Desde otra perspectiva, la Defensa del Consumidor se fundamenta en el reconocimiento de la vulnerabilidad estructural del consumidor en el mercado, influenciada por factores como la complejidad de los productos y los servicios, las estrategias de marketing persuasivas y la dificultad para acceder a la información completa y veraz (Colombero, 2016). En este sentido, la misma se erige como un instrumento de política pública orientado a garantizar un equilibrio contractual y una justicia sustantiva en las transacciones de consumo (Colombero, 2016).

En lo que refiere al marco teórico de la Defensa del Consumidor, este se nutre de diversas ramas del Derecho, incluyendo el Derecho Civil Contractual, el Derecho Comercial, el Derecho Administrativo (en lo referente a la regulación y supervisión de los mercados) e incluso, el Derecho Constitucional (en la medida en que se vincula con principios de igualdad, dignidad y acceso a la justicia).

En el ámbito académico en general, el estudio de la Defensa del Consumidor implica el análisis de la legislación específica, la jurisprudencia relevante, las políticas públicas implementadas y los debates doctrinales en torno a la interpretación y

aplicación de sus principios y normas. Allí, se examinan los desafíos contemporáneos, como la protección de los consumidores en el entorno digital, la responsabilidad por los productos defectuosos, la regulación de los servicios financieros y la efectividad de los mecanismos de resolución de conflictos (Truscello, 2013).

Desde el Derecho, Stiglitz y Sahián (2020) conciben la defensa del consumidor como un “nuevo derecho” con raíz constitucional (Art. 42 CN), de carácter intuitivo y protectorio, que reconoce y busca remediar la vulnerabilidad estructural del consumidor en el mercado. Para ellos, va más allá de lo contractual, abarcando una dimensión protectora integral de los derechos fundamentales del consumidor.

Por otro lado, desde una perspectiva sociológica y económica, la Defensa del Consumidor también se relaciona con la regulación de los mercados, la promoción de la competencia leal y la protección de los derechos económicos de los ciudadanos, buscando fomentar un consumo responsable y sostenible, así como prevenir externalidades negativas derivadas de prácticas comerciales abusivas (Lorenzetti, 2003).

3. Estrategia Metodológica

La metodología de investigación se centró en un análisis combinado de fuentes normativas y documentales, con el objetivo de entender la dinámica de los reclamos de consumo en el Municipio de La Matanza. El primer pilar de esta estrategia fue la revisión exhaustiva de la Ley 24.240 de Defensa del Consumidor, un instrumento legal fundamental para la protección de los derechos del consumidor en Argentina. Para esta investigación, se consideraron cruciales los diez primeros artículos de la ley, ya que establecen los cimientos de dicha protección. Estos artículos definen al consumidor (Art. 1°), extienden el alcance de la ley a los proveedores (Art. 2°), establecen el principio de interpretación a favor del consumidor (Art. 3°) y exigen la obligación de brindar información clara, veraz y suficiente (Art. 4°). Asimismo, garantizan la seguridad de los productos (Art. 5° y 6°), regulan la oferta y la publicidad (Art. 7° y 8°), y lo más relevante, a través del Artículo 8° bis, prohíben el trato indigno y las cláusulas contractuales abusivas que desnaturalicen las obligaciones o limiten la responsabilidad del proveedor, lo que constituye un avance clave en la protección del consumidor. Finalmente, establecen la obligación de advertir sobre productos usados (Art. 9°) y detallan la información esencial en los comprobantes de compra (Art. 10°). Este marco legal sirvió como guía para evaluar las situaciones de conflicto que se buscaron identificar.

Simultáneamente, se llevó a cabo una búsqueda de informes de reclamos de Defensa del Consumidor para los años 2019, 2021 y 2022. El propósito fue identificar los patrones de conflicto más comunes, las áreas de mayor fricción entre consumidores y proveedores, y las posibles vulneraciones de los artículos de la Ley 24.240 en el ámbito de La Matanza. Sin embargo, la investigación se topó con una limitación

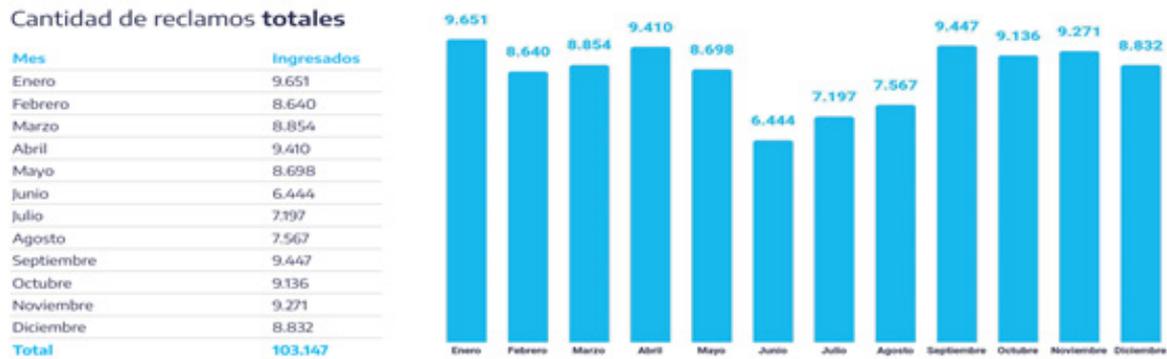
metodológica significativa: a pesar de la búsqueda, no se encontraron datos desagregados o informes específicos provenientes de las oficinas de Defensa del Consumidor de dicho municipio. Por el contrario, la información disponible se limita a datos y estadísticas de alcance nacional. Esta falta de datos locales impidió un análisis directo de los conflictos en La Matanza, obligando a que las conclusiones se basaran en una inferencia a partir de los datos nacionales, lo que ofrece una visión más general de la problemática y no permite un rastreo pormenorizado de las situaciones específicas del municipio. La imposibilidad de obtener información local directa representó un desafío, ya que la aplicación y efectividad de la ley pueden variar significativamente en diferentes jurisdicciones.

4. Una revisión para el caso argentino

El presente análisis se fundamenta en los informes oficiales de reclamos de defensa del consumidor a nivel nacional, emitidos por la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo de Argentina. En concreto, se han consultado los “Informes de reclamos Defensa del consumidor” correspondientes a los períodos enero-diciembre de 2019, enero-diciembre de 2021 y enero-octubre de 2022. Estos documentos, elaborados bajo la órbita del Ministerio de Desarrollo Productivo, proveen datos sobre las presentaciones efectuadas por los consumidores en todo el territorio argentino, lo que permite un análisis de las tendencias y problemáticas en la materia. A continuación se desarrollarán los datos más relevantes aportados por cada informe. Aunque es crucial analizar los reclamos del partido de La Matanza, actualmente no hay datos oficiales disponibles del municipio.

Según el Informe de Reclamos Defensa del Consumidor correspondiente al periodo de Enero-Diciembre del año 2019, el área de Defensa del Consumidor recibió un total de 103.147 reclamos, lo que representa una disminución del 21,25% respecto del año anterior, que había registrado 130.979 presentaciones. Los meses con mayor volumen de quejas fueron enero, septiembre y noviembre, todos superando los 9.200 casos. La mayoría de estos reclamos fueron ingresados a través de la plataforma de Ventanilla Única del sitio argentina.gob.ar (77,15%), seguida por la plataforma Consumo Protegido (22,07%).

Gráfico N°1: Cantidad de Reclamos totales a nivel nacional 2019



Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje, 2019, p.2

En cuanto a la distribución geográfica, la mayoría de los reclamos provinieron de la provincia de Buenos Aires (45,7%), seguida por la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (35,6%). Otras provincias con volúmenes destacables fueron Córdoba (3,9%), Santa Fe (2,5%) y Mendoza (1,7%), mientras que el resto de las jurisdicciones se mantuvo por debajo del 2% cada una. En menor medida, se recibieron presentaciones presenciales en Catamarca (0,7%) y por el Sistema Nacional de Arbitraje de Consumo (0,08%) (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2019).

Respecto al perfil etario de los consumidores que ejercieron esos reclamos, el grupo de edad que en mayor medida presentó reclamos fue el de 31 a 40 años (35,1%), seguido por el de 18 a 30 años (25,4%) y el de 41 a 50 años (20,8%). Los grupos mayores de 50 años representaron un porcentaje más bajo, 10,7% entre 51 y 60 años, y apenas un 8% en total para los mayores de 60. Esta distribución muestra una predominancia de usuarios jóvenes y adultos de mediana edad que ejercen sus derechos como consumidores (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2019).

En relación con los rubros más reclamados, los servicios de comunicaciones encabezaron la lista con el 23% de los casos, incluyendo televisión por cable y satelital, internet, telefonía fija y móvil, y correos postales. Le siguieron los servicios financieros y seguros con el 21%, donde se destacan reclamos por tarjetas de crédito, seguros, préstamos personales y cajas de ahorro. El tercer puesto lo ocuparon los rodados, automotores y embarcaciones con un 8%, seguido de cerca por electrodomésticos y artefactos del hogar (7%) y productos textiles, calzado y marroquinería (5%) (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2019).

Gráfico N°2: 10 rubros más reclamados a nivel nacional 2019

	Cantidad	% *	INCLUYE
1 Servicios de comunicaciones	23.647	23%	Televisión por cable / Satelital - Internet - Telefonía celular - Telefonía fija - Correos Postales
2 Servicios financieros y seguros	21.718	21%	Tarjetas de Crédito - Seguros - Cajas de ahorro - Préstamos personales - Tarjetas de descuentos (365, etc.)
3 Rodados, automotores y embarcaciones	8.271	8%	Automóviles - Motos - Bicicletas y Tricidos - Cuatriciclos - Embarcaciones
4 Electrodomésticos y artefactos para el hogar	6.801	7%	TV Led y artículos de video - Heladeras y Freezers - Ventilación y Calefacción - Electrodomésticos de lavado - Pequeños electrodomésticos de cocina
5 Textil, calzado y marroquinería	5.033	5%	Indumentaria - Mercería - Calzado - Accesorios (Corbatas, etc.) - Blanquería
6 Servicios de transporte aéreo	4.073	4%	Transporte aéreo de pasajeros - Transporte aéreo de cargas
7 Servicios públicos domiciliarios	3.824	4%	Luz - Gas por red - Agua y residuos cloacales
8 Equipos de telefonía	3.534	3%	Teléfonos celulares - Accesorios para celulares - Repuestos para celulares - Teléfono fijo - Accesorios de redes
9 Servicios de transporte terrestre de pasajeros y cargas	2.564	2%	Mudanzas - Mensajería - Transporte Público - Taxi y Transporte Privado
10 Servicios de Salud	2.385	2%	Medicina Prepaga - Odontología - Centro de diagnóstico laboratorio - Clínicas Sanatorias - Servicios de Emergencias - Obras Sociales

* Sobre total de 103.147 reclamos

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje, 2019, p.8

Dentro de los sub rubros más reclamados, podemos encontrar dentro de “Servicios Comunicacionales” a los “Paquetes de productos” que abarcan un 40,5 %, dentro de “Servicios Financieros y Seguros” encontramos a las “tarjetas de crédito” liderando la mayor cantidad de reclamos con el 49,3 % y en el caso de “Rodados, Automotores y Embarcaciones” aparecen los “Automóviles” como los más reclamados con un porcentaje de 90,7 % (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2019).

Gráfico N°3: Subrubros más reclamados a nivel nacional del año 2019

Servicios Comunicacionales			Servicios Financieros y Seguros			Rodados, Automotores y Embarcaciones		
	CANTIDAD	%		CANTIDAD	%		CANTIDAD	%
Paquetes de productos	9.579	40,5%	Tarjetas de Crédito	10.701	49,3%	Automóviles	7.503	90,7%
Telefonía celular	4.505	19,9%	Paquetes de productos	2.613	12,0%	Motos	339	4,7%
Televisión por Cable/ Satelital	3.871	16,4%	Seguros	2.182	10,0%	Repuestos y accesorios	247	3,0%
Internet	3.222	13,5%	Cajas de ahorro	1.887	8,7%	Bicicletas y Tricidos	123	1,5%
Telefonía fija	1.982	8,4%	Préstamos personales	1.373	6,3%	Otros*	59	0,7%
Correos Postales	472	2%	Compañías financieras (mutuos)	1.033	4,8%	Total	8.271	100%
Televisión abierta	16	0,7%	Tarjetas de descuentos (365 etc.)	538	2,5%			
Total	23.647	100%	Tarjetas de Débito	461	2,7%			
			Cuentas corrientes	265	1,2%			
			Tarjetas de Compra	210	1,0%			
			Préstamos hipotecarios	148	0,7%			
			Plazos fijos	135	0,6%			
			Otros*	172	0,8%			
			Total	21.718	100%			

* Patines Skates y Monopatines - Embarcaciones - Cuatriciclos

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje, 2019, p.9

En lo que respecta a estos subrubros, se observa que las causas principales de los reclamos corresponden al incumplimiento total de la prestación del servicio contratado, al cumplimiento parcial o defectuoso del mismo, y a los problemas relacionados con los planes de ahorro previo para fines determinados (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2019).

Gráfico N°4: Ranking de motivos más reclamados a nivel nacional 2019

Servicios Comunicacionales			Servicios Financieros y Seguros			Rodados, Automotores y Embarcaciones		
	CANTIDAD	%		CANTIDAD	%		CANTIDAD	%
Incumplimiento total de la prestación del servicio contratado	8.083	34%	Cumplimiento parcial o defectuoso de la prestación del servicio	6.036	28%	Problemas Planes de Ahorro Previo para Fines Determinados	3.927	47%
Falta de procesamiento de baja del servicio	4.367	18%	Incumplimiento de Oferta	3.374	16%	Incumplimiento de Oferta	998	12%
Cumplimiento parcial o defectuoso de la prestación del servicio	3.077	13%	Problemas de fraude o estafa	2.636	12%	Garantía de Bienes	919	11%
Facturación excesiva/ facturación cargos no convenidos	3.045	13%	Falta de Información relevante	2.286	11%	Falta de Entrega del bien	659	8%
Incumplimiento de Oferta	2.952	12%	Incumplimiento total de la prestación del servicio contratado	2.235	10%	Problemas de fraude o estafa	300	4%

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje, 2019, p.11

Gráfico N°5: 20 empresas más denunciadas a nivel nacional 2019

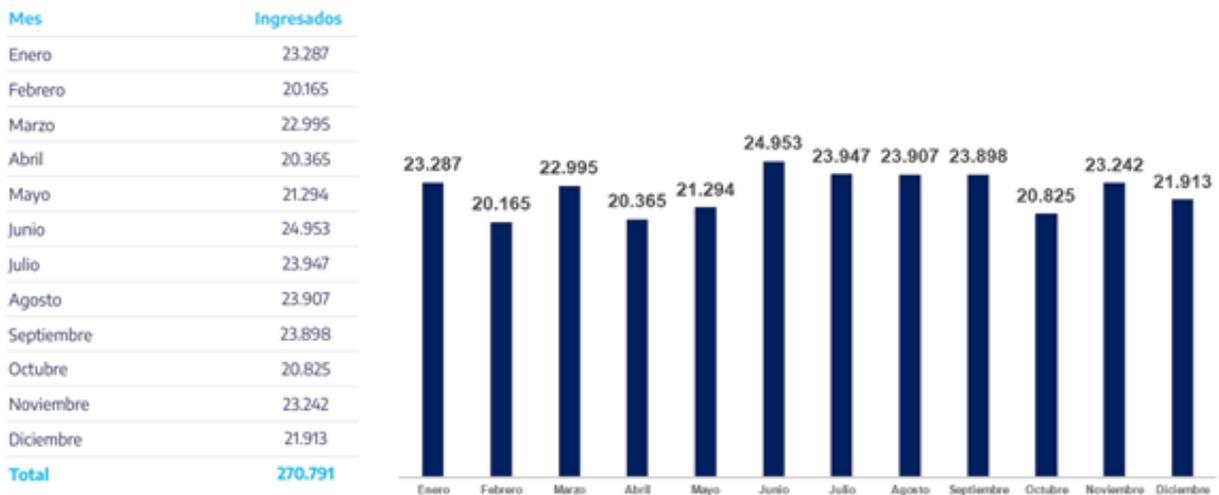
	Cantidad
TELECOM ARGENTINA	8.685
MOVISTAR	7.238
TELECENTRO	5.494
MERCADO LIBRE	3.116
SANTANDER RIO	2.093
FALABELLA	1.682
EDESUR	1.622
BANCO FRANCES	1.487
DIRECTV	1.410
BANCO GALICIA	1.333
FRAVEGA	1.260
BANCO HIPOTECARIO	1.183
LATAM	1.089
PRISMA MEDIOS DE PAGO	1.027
BANCO DE LA NACIÓN ARGENTINA	913
AMX ARGENTINA	869
BFOOT SRL	865
DESPEGAR COM AR SA	856
BANCO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES	817
BANCO PATAGONIA	813

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje, 2019, p.13

En lo que respecta al informe del año 2021, se registró un total de 270.791 reclamos ante la Defensa del Consumidor, lo que representa un aumento significativo

respecto al año 2019 debido a que los reclamos subieron a más de 150.000 demandas. Los meses con mayor cantidad de casos fueron junio (24.953), julio (23.947), y agosto (23.907), manteniéndose una tendencia mensual estable con picos en el segundo semestre. La mayor parte de los reclamos se canalizó a través de la Ventanilla Única del sitio argentina.gob.ar, que concentró el 87,99% de los ingresos. En segundo lugar, se ubicó la plataforma COPREC con el 11,95% y en menor medida, los Centros de Acceso a la Justicia, con un 0,06% (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

Gráfico N°6: Cantidad de Reclamos totales a nivel nacional 2021



Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021, p.2

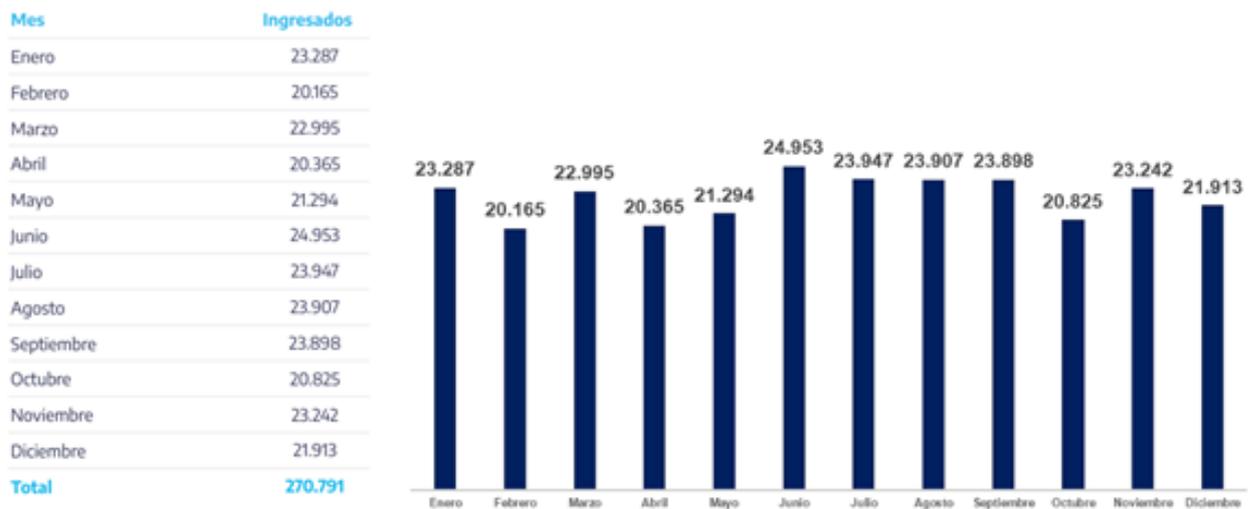
En cuanto a la distribución por jurisdicción, los reclamos provinieron principalmente de la provincia de Buenos Aires (47,38%) y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (29,4%). Otras provincias con participación destacada fueron Santa Fe (6,39%) y Córdoba (4,77%), mientras que el resto de las provincias se ubicaron por debajo del 2%. Esta concentración reafirma la centralidad de las grandes urbes en las gestiones de reclamos de consumo (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

Respecto al perfil etario de los consumidores, el grupo de 31 a 40 años volvió a ser el más activo con el 32,5% de los reclamos, seguido por el rango de 41 a 50 años con el 22,5%, y 18 a 30 años con el 21,2%. Los consumidores mayores de 50 años representaron el 24,9% en conjunto, mientras que los menores de edad (+13 años) y mayores de 90 tuvieron una participación marginal (0,1% cada uno). En cuanto al género, si bien se menciona la variable, el informe no detalla datos específicos por sexo (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

La modalidad de compra predominante fue claramente la compra a distancia, que concentró el 89% de los reclamos. Esto refleja, también para el año 2021, el fuerte crecimiento del comercio electrónico, acelerado probablemente por los efectos de la pandemia y los cambios en los hábitos de consumo. Las compras presenciales, en cambio, representaron solo el 11% del total (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

En lo que respecta a los rubros más reclamados, el primer lugar fue compartido por dos sectores: servicios financieros y seguros (18%) y servicios de comunicaciones (18%). Los siguientes servicios turísticos (7%), automotores y embarcaciones (7%), y electrodomésticos (6%). Otros sectores relevantes fueron textiles y calzado, administración de pagos (como Rapipago), telefonía móvil, transporte aéreo y servicios públicos domiciliarios, todos con alrededor del 4% cada uno (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

Gráfico N°6: Cantidad de Reclamos totales a nivel nacional 2021



Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021, p.2

En cuanto a la distribución por jurisdicción, los reclamos provinieron principalmente de la provincia de Buenos Aires (47,38%) y de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires (29,4%). Otras provincias con participación destacada fueron Santa Fe (6,39%) y Córdoba (4,77%), mientras que el resto de las provincias se ubicaron por debajo del 2%. Esta concentración reafirma la centralidad de las grandes urbes en las gestiones de reclamos de consumo (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

Respecto al perfil etario de los consumidores, el grupo de 31 a 40 años volvió a ser el más activo con el 32,5% de los reclamos, seguido por el rango de 41 a 50 años con el

22,5%, y 18 a 30 años con el 21,2%. Los consumidores mayores de 50 años representaron el 24,9% en conjunto, mientras que los menores de edad (+13 años) y mayores de 90 tuvieron una participación marginal (0,1% cada uno). En cuanto al género, si bien se menciona la variable, el informe no detalla datos específicos por sexo (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

La modalidad de compra predominante fue claramente la compra a distancia, que concentró el 89% de los reclamos. Esto refleja, también para el año 2021, el fuerte crecimiento del comercio electrónico, acelerado probablemente por los efectos de la pandemia y los cambios en los hábitos de consumo. Las compras presenciales, en cambio, representaron solo el 11% del total (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

En lo que respecta a los rubros más reclamados, el primer lugar fue compartido por dos sectores: servicios financieros y seguros (18%) y servicios de comunicaciones (18%). Los siguientes servicios turísticos (7%), automotores y embarcaciones (7%), y electrodomésticos (6%). Otros sectores relevantes fueron textiles y calzado, administración de pagos (como Rapipago), telefonía móvil, transporte aéreo y servicios públicos domiciliarios, todos con alrededor del 4% cada uno (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

Gráfico N°7: 10 rubros más reclamados a nivel nacional 2021

	Cantidad	% *	INCLUYE
1 Servicios financieros y seguros	49.774	18%	Tarjetas de Crédito - Seguros - Cajas de ahorro - Préstamos personales - Tarjetas de descuentos (365, etc.)
2 Servicios de comunicaciones	48.298	18%	Televisión por cable / Satelital - Internet - Telefonía celular - Telefonía fija - Correos Postales
3 Servicios turísticos	18.303	7%	Hoteles - Excursiones - Paquetes turísticos
4 Rodados, automotores y embarcaciones	18.081	7%	Automóviles - Motos - Bicicletas y Triciclos - Cuatriciclos - Embarcaciones
5 Electrodomésticos y artefactos para el hogar	16.905	6%	TV Led y artículos de video - Heladeras y Freezers - Ventilación y Calefacción - Electrodomésticos de lavado - Pequeños electrodomésticos de cocina
6 Textil, calzado y marroquinería	12.030	4%	Indumentaria - Mercería - Calzado - Blanquería - Accesorios
7 Servicio de administración de pagos	11.713	4%	Administración de pagos (Pago Fácil Rapipago etc.) - Recargas de Saldo Virtuales (SUBE Celulares etc.)
8 Equipos de telefonía	10.958	4%	Teléfonos celulares - Repuestos y accesorios para celulares (baterías fundas cargadores etc.) - Teléfono fijo
9 Servicios de transporte aéreo	10.699	4%	Transporte aéreo de pasajeros - Transporte aéreo de cargas
10 Servicios públicos domiciliarios	10.695	4%	Luz - Gas por red - Agua y residuos cloacales

* Sobre total de 270.791 reclamos

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021, p.7.

Este informe revela que los reclamos se agrupan en tres grandes áreas de servicios, cada una con subrubros específicos que concentran la mayor cantidad de quejas. En el sector de Servicios Financieros y Seguros, el principal foco de reclamos son las Tarjetas de Crédito, que acumulan 15.615 denuncias, representando un significativo 31,37% del total de esta categoría. Le siguen las Cajas de ahorro, con 7.174 reclamos. Por otro lado, los Servicios de Comunicaciones muestran que los Paquetes de productos son, con diferencia, el subrubro más conflictivo, registrando 22.732 reclamos, lo que equivale a un considerable 47,1% del total de reclamos en esta sección. Internet también genera una cantidad notable de quejas, con 7.697. Finalmente, en los Servicios Turísticos, la gran mayoría de las quejas se concentran en los Paquetes turísticos, que suman 16.657 reclamos y constituyen un abrumador 91,0% del total para este rubro. Los hoteles y otros alojamientos le siguen, pero con una diferencia muy marcada. En conjunto, estos datos ofrecen una visión clara de dónde se concentran las mayores insatisfacciones de los consumidores, siendo los “Paquetes de productos” de comunicaciones el subrubro individual con más reclamos en términos absolutos.

Gráfico N° 8: Subrubros más reclamados a nivel nacional 2021

Servicios Financieros y Seguros			Servicios de Comunicaciones			Servicios Turísticos		
	CANTIDAD	%		CANTIDAD	%		CANTIDAD	%
Tarjetas de Crédito	15.615	31,37%	Paquetes de productos	22.732	47,1%	Paquetes turísticos	16.657	91,0%
Cajas de ahorro	7.174	14,41%	Internet	7.697	15,8%	Hoteles hosterías Albergues etc.	1.349	7,4%
Paquetes de productos	5.963	11,98%	Telefonía celular	7.146	14,7%	Excursiones etc.	286	1,5%
Seguros	4.973	9,98%	Televisión por Cable/ Satelital	5.436	11,3%	Parques Nacionales	11	0,1%
Préstamos personales	3.776	7,59%	Telefonía fija	4.715	9,8%			
Compañías financieras (mutuos)	3.444	6,92%	Correos Postales	569	1,2%			
Tarjetas de Compra	3.441	6,91%	Televisión abierta	3	0,1%			
Cuentas corrientes	2.418	4,86%						
Home Banking	974	1,96%						
Tarjetas de Débito	939	1,89%						
Préstamos hipotecarios	523	1,05%						
Tarjetas de descuentos (365 etc.)	239	0,48%						
Préstamos prendarios	176	0,35%						
Plazos fijos	94	0,19%						
Cajas de seguridad	24	0,05%						
Servicios de sala y escrituración	1	0,01%						
Total	49.774	100%	Total	48.298	100%	Total	18.303	100%

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021, p.8.

Los motivos más frecuentes de reclamo fueron el cumplimiento parcial o deficiente del servicio (38%), seguido por problemas de fraude o estafa (13%), incumplimiento total del servicio (10%), falta de procesamiento de bajas (10%), e incumplimiento de promociones u ofertas (7%). En sectores específicos como turismo, por ejemplo, el principal reclamo fue la imposibilidad de darse de baja, mientras que en automotores predominó el conflicto con los planes de ahorro.

Finalmente, este informe también señala que las empresas con mayor cantidad de denuncias fueron Telecom Argentina (19.530), Movistar (12.761), Mercadolibre

(12.446) y Telecentro (12.046). También figuraron entre las más denunciadas Despegar, bancos como Galicia, Santander y BBVA, servicios de televisión paga como DirecTV, y retailers como Frávega y Garbarino (Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021).

Gráfico N°9: 20 empresas más denunciadas a nivel nacional 2021

	Cantidad
TELECOM ARGENTINA	19.530
MOVISTAR	12.761
MERCADO LIBRE	12.446
TELECENTRO	12.046
DESPEGAR.COM.AR	8.419
BANCO DE GALICIA Y BUENOS AIRES	4.826
BANCO SANTANDER RIO	4.187
BBVA BANCO FRANCES	4.146
DIRECTV ARGENTINA	4.005
FRAVEGA	3.933
AEROLINEAS ARGENTINAS	3.889
CENCOSUD	3.674
EDESUR	3.625
GARBARINO	3.339
FIAT	2.932
BANCO DE LA NACION ARGENTINA	2.834
VISA	2.711
ALMUNDO.COM	2.694
BANCO HIPOTECARIO	2.410
BANCO DE LA PROVINCIA DE BUENOS AIRES	2.382

12

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2021, p.12.

En lo que respecta al Informe de Reclamos correspondiente a los periodos de Enero-Octubre de 2022, durante los primeros diez meses de 2022 se registraron 93.699 reclamos en total, en donde se vio un descenso de los reclamos con respecto al año 2021, con una distribución mensual que muestra una tendencia decreciente. Enero fue el mes con más casos (12.056), mientras que octubre cerró con 7.556. Estos datos revelan una reducción progresiva del volumen de reclamos a lo largo del año.

Gráfico N°10: Cantidad de Reclamos totales a nivel nacional 2022



Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022, p.2.

Los reclamos provinieron principalmente del conurbano bonaerense, destacándose partidos como La Matanza (2.168), La Plata (1.620), Lomas de Zamora (1.118) y Quilmes (1.075). (Dirección Nacional de Defensa del Consumidor, 2022). La única referencia al partido de La Matanza es que presentaron 2.168 reclamos, lo que la posiciona como el distrito con más quejas en el conurbano bonaerense

Gráfico N°11: Distribución por OMICS

25.371 reclamos
totales

Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad	Cantidad
La Matanza 2.168	Ezeiza 319	Ensenada 58	Saladillo 24	Carmen de Areco 10
La Plata 1.620	Hurlingham 305	Chascomús 57	Lincoln 24	General Arenales 10
Lomas de Zamora 1.118	San Fernando 276	Branden 54	San Miguel del Monte 22	Coronel Dorrego 9
Quilmes 1.075	Bahía Blanca 225	Exaltación de la Cruz 51	San Antonio de Areco 21	General Viamonte 9
Vicente López 1.008	Jose C Paz 218	Marcos Paz 49	San Andrés de Giles 20	Laprida 8
Lanús 993	La Costa 185	Villa Gesell 47	Magdalena 19	Lobería 8
General Pueyrredón 984	Zárate 170	Balcarce 45	General Belgrano 18	Hipólito Yrigoyen 7
Almirante Brown 940	Tandil 158	Hipervulnerables 43	Bragado 18	BS AS Hipervulnerables 7
Avellaneda 939	Luján 145	Pehuajó 42	Ayacucho 17	Daireaux 7
San Isidro 936	Campana 143	Salto 41	Capitán Sarmiento 16	Las Flores 7
Morón 891	General Rodríguez 120	General Alvarado 41	Ramallo 16	General Pinto 6
Tres de Febrero 887	San Nicolás 115	Coronel Rosales 40	Coronel Suárez 15	Rivadavia 6
Tigre 791	Pergamino 112	San Pedro 39	Colón 15	Tapalque 6
General San Martín 783	Olavarría 109	Mar Chiquita 38	General Madariaga 15	Castell 6
Pilar 635	Necochea 101	Dolores 38	Benito Juárez 14	Rauch 5
Buenos Aires 574	Berisso 100	San Vicente Alejandro Korn 30	Coronel Pringles 13	Tres Lomas 5
Moreno 571	Junín 94	Lobos 30	Adolfo Alsina 13	General Lavalle 5
Merlo 558	San Vicente 77	Chacabuco 29	Sulpacha 12	Roque Pérez 5
Berazategui 517	Cañuelas 69	Baradero 28	Alberti 12	General La Madrid 5
San Miguel 477	Mercedes 67	Trenque Lauquen 28	Puán 12	Pellegrini 4
Esteban Echeverría 449	Pinamar 66	Veinticinco de Mayo 28	Rojas 12	Pila 3
Ituzingó 407	Tres Arroyos 61	Bolívar 25	Arrecifes 11	San Cayetano 3
Escolbar 388	Azul 61	Carlos Casares 25	Leandro N Alem 11	Saliquehú 2
Florencio Varela 379	Chivilcoy 58	Patagones 25	Maipú 11	Carlos Tejedor 2
Malvinas Argentinas 375	Nueve de Julio 58	General Villegas 25	Guaminí 11	Coronel Suárez Huangulien 1
				Lavalle 1
				Adolfo González Chaves 1

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022, p.3.

En cuanto al perfil de los reclamantes por género, el 53% se identificó como femenino (50.017 reclamos), el 46% como masculino (43.618) y el 1% como no binario (64 reclamos), evidenciando una participación mayoritaria de mujeres en la defensa de sus derechos como consumidoras. Desde la perspectiva etaria, el grupo más activo fue el de 31 a 40 años, que concentró el 32,7% de los casos, seguido por los rangos de 41 a 50 (23,6%) y 18 a 30 (22,5%). Los mayores de 50 representaron el 21,1%, mientras que los menores de edad y mayores de 90 tuvieron presencia marginal (Ministerio de Economía, Secretaría de Comercio y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022).

La modalidad de compra más conflictiva fue nuevamente la compra a distancia, que concentró el 82% de los reclamos (77.114 casos), frente a solo el 18% correspondiente a compras presenciales. Esto reafirma la tendencia ya observada en años anteriores, en la que el comercio electrónico y los servicios digitales son fuente creciente de conflictos con los consumidores.

Respecto a los rubros más reclamados, el primer lugar fue para los servicios financieros y seguros con un 18% del total (17.172 reclamos), seguido muy de cerca por los servicios de comunicaciones con 17% (16.194). Otros sectores importantes fueron electrodomésticos (7%), automotores (6%), administración de pagos (6%) y productos textiles (5%). Completan el top 10: telefonía, turismo, transporte aéreo y servicios públicos domiciliarios, con porcentajes de entre 3 y 4% cada uno (Ministerio de Economía, Secretaría de Comercio y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022).

Gráfico N°12: 10 rubros más reclamados a nivel nacional 2022

	Cantidad	%
1 Servicios financieros y seguros	17.172	18%
2 Servicios de comunicaciones	16.194	17%
3 Electrodomésticos y artefactos para el hogar	6.337	7%
4 Rodados, automotores y embarcaciones	6.027	6%
5 Servicio de administración de pagos	5.664	6%
6 Textil, calzado y marroquinería	4.687	5%
7 Equipos de telefonía	4.197	4%
8 Servicios turísticos	4.108	4%
9 Servicios de transporte aéreo	3.643	4%
10 Servicios públicos domiciliarios	3.102	3%

* Sobre total de 93.699 reclamos

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022, p.6.

En términos de subrubros, dentro de los servicios financieros se destacaron las tarjetas de crédito (34,4%), las cajas de ahorro, los paquetes bancarios y los seguros. En el rubro comunicaciones, la mayoría de las quejas (49,1%) se dirigieron contra paquetes de productos combinados (TV, internet y telefonía fija), seguidas por telefonía celular, internet y televisión por cable. En cuanto a los electrodomésticos, los artículos más problemáticos fueron los TVs LED y artículos de video (19%), equipos de ventilación, heladeras, lavarropas y pequeños electrodomésticos de cocina (Ministerio de Economía, Secretaría de Comercio y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022).

Gráfico N° 13: Subrubros más reclamados a nivel nacional, 2022

Servicios Financieros y Seguros			Servicios de Comunicaciones			Electrodomésticos y artefactos para el hogar		
	Cantidad	%		Cantidad	%		Cantidad	%
Tarjetas de Crédito	5.911	34,42%	Paquetes de productos (Tv Satelital + Internet + Telefonía fija, etc.)	7.961	49,16%	TV Led y artículos de video	1.210	19%
Cajas de ahorro	2.732	15,91%	Telefonía celular	2.476	15,29%	Ventilación y Calefacción	1.072	17%
Paquetes de productos	2.346	13,67%	Internet	2.313	14,28%	Heladeras y Freezers	981	15%
Seguros	2.176	12,67%	Televisión por Cable/ Satelital	1.982	12,24%	Electrodomésticos de lavado	836	13%
Préstamos personales	1.342	7,82%	Telefonía fija	1.349	8,33%	Pequeños electrodomésticos de cocina	565	9%
Compañías financieras (mutuos)	1.123	6,54%	Correos Postales (Correo Argentino, OCA, etc.)	111	0,69%	Cocinas y Homos	529	8%
Tarjetas de Compra	574	3,34%	Televisión abierta	2	0,01%	Termotanques y Calefones	425	7%
Tarjetas de Débito	359	2,09%	Total	16.194	100%	Herramientas eléctricas	213	3%
Home Banking	212	1,23%			Hogar y Limpieza	193	3%	
Préstamos hipotecarios	158	0,92%			Equipos de Sonido	162	3%	
Cuentas corrientes	78	0,45%			Cuidado personal	151	3%	
Préstamos prendarios	68	0,40%			Total	6.337	100%	
Tarjetas de descuentos (365, etc.)	42	0,24%						
Plazos fijos	32	0,19%						
Cajas de seguridad	16	0,09%						
Servicios de sala y escrituración	3	0,02%						
Total	17.172	100%						

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022, p.7.

Los motivos más comunes de reclamo incluyeron el cumplimiento parcial o deficiente de servicios, que lideró en todos los rubros analizados (entre 32% y 42% según el caso). También fueron relevantes los problemas de fraude o estafa, el incumplimiento total de servicios o productos, el incumplimiento de ofertas o promociones, y la falta de procesamiento de bajas, especialmente en telecomunicaciones y servicios bancarios. En automotores, el conflicto más frecuente estuvo relacionado con los planes de ahorro previo, representando un 64% de los reclamos de ese sector (Ministerio de Economía, Secretaría de Comercio y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022).

Gráfico N°14: Ranking de motivos de reclamos a nivel nacional 2022

Servicios Financieros y Seguros		Servicios de Comunicaciones		Electrodomésticos y artefactos para el hogar	
	%		%		%
Cumplimiento parcial o defectuoso de la prestación del servicio	33%	Cumplimiento parcial o defectuoso de la prestación del servicio	32%	Garantía de Bienes.	42%
Problemas de fraude o estafa	17%	Facturación excesiva/ facturación cargos no convenidos.	21%	Incumplimiento de Oferta, Promociones y/o Bonificaciones.	15%
Incumplimiento total de la prestación del servicio contratado	15%	Falta de procesamiento de baja del servicio	17%	Entrega Defectuosa	13%
Incumplimiento de Oferta, Promociones y/o Bonificaciones.	9%	Incumplimiento total de la prestación del servicio contratado	12%	Falta de Entrega del bien	11%
Falta de procesamiento de baja del servicio	8%	Incumplimiento de Oferta, Promociones y/o Bonificaciones.	13%	Problemas con la devolución del bien o el reembolso de sumas	8%

Fuente: Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo, 2022, p.9.

A continuación se presenta un análisis comparativo de la variación de reclamos en distintos rubros a lo largo del período 2019-2022. El gráfico no solo detalla la cantidad de reclamos por año, sino que también cuantifica la dinámica de cambio en tres momentos clave: la variación porcentual entre 2019 y 2021, la posterior variación entre 2021 y 2022, y el cambio global del período. En síntesis, se elaboró una herramienta analítica para evaluar el comportamiento de los reclamos, permitiendo identificar patrones de crecimiento y descenso en sectores específicos y medir la tendencia final de la conflictividad en cada uno de ellos.

Tabla 1: Variación porcentual de reclamos por rubro (2019-2022).

Rubro	Año 2019	Año 2021	Año 2022	% Cambio 2019-2021	% Cambio 2021-2022	% Cambio 2019-2022
Servicios financieros y seguros	21718	49774	17172	129.18%	-65.5%	-20.93%
Servicios de comunicaciones	23647	48298	16194	104.25%	-66.47%	-31.52%
Rodados, automotores y embarcaciones	8271	18081	6027	118.61%	-66.67%	-27.13%
Electrodomésticos y artefactos para el hogar	6801	16905	6337	148.57%	-62.51%	-6.82%
Textil, calzado y marroquinería	5033	12030	4687	139.02%	-61.04%	-6.87%

Fuente: Elaboración propia en base a los Informes del Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo (2019, 2021) y del Ministerio de Economía, Se-

cretaría de Comercio y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo (2022).

Un análisis comparativo de los informes anuales de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor de 2019, 2021 y 2022 revela una notable fluctuación en el número de reclamos en la mayoría de los rubros. Por un lado, se observa un patrón de aumento significativo en el año 2021, seguido de una fuerte caída en el 2022, en sectores claves como Servicios financieros y seguros, Servicios de comunicaciones y Rodados y automotores. Por ejemplo, los reclamos en el rubro de Servicios financieros y seguros se dispararon un 129% de 2019 a 2021, pasando de 21.718 a 49.774, para luego descender drásticamente a 17.172 en 2022, una caída de más del 65%. Una tendencia similar se registró en Servicios de comunicaciones y en el sector de Rodados y automotores, que también experimentaron un alza en 2021 y una posterior reducción en 2022. En cambio, rubros como electrodomésticos y textil, calzado y marroquinería mostraron un comportamiento más estable, con valores en 2022 similares a los de 2019. Esta discrepancia podría estar relacionada con el crecimiento del comercio electrónico durante la pandemia, que incrementó las operaciones a distancia y los conflictos de consumo asociados, y una posterior normalización en 2022, con mejoras en la atención al cliente y en los canales de resolución de conflictos.

5. Vinculación de los Reclamos de Consumo con la Ley 24.240

La Ley Nacional de Defensa del Consumidor, Ley 24.240, es la base sobre la cual se registran y procesan los reclamos analizados en los informes de los años 2019, 2021 y 2022. La recurrencia y los tipos de conflictos reflejan directamente el incumplimiento de algunos de los artículos de esta normativa, los cuales establecen los pilares de la protección al consumidor.

Incumplimiento de la Obligación de Información (Art. 4.º): Este artículo establece el deber del proveedor de proporcionar información veraz, clara y detallada sobre el producto o servicio. En el informe, esto se manifiesta directamente en los principales motivos de reclamo. Por ejemplo, en 2021, con el auge del comercio electrónico, los reclamos se dispararon, y las causas como “incumplimiento de oferta” o “publicidad engañosa” en rubros como servicios de comunicaciones y compra de productos a distancia son evidencia del incumplimiento de este deber. La falta de claridad en las condiciones de venta a distancia y la diferencia entre lo ofrecido y lo entregado son una clara violación de este principio.

Efectos Vinculantes de la Oferta y la Publicidad (Art. 7.º y 8.º): La ley establece que la oferta y la publicidad son vinculantes para el proveedor. Esta disposición se relaciona de manera directa con las quejas por “incumplimiento total o parcial del servicio” que se observan de forma recurrente en los rubros de servicios de comunicaciones, servicios financieros y seguros. Cuando un proveedor no entrega el servicio prometido o no respeta las condiciones publicitadas, está violando estos

artículos. Un ejemplo concreto sería el caso de un servicio de telefonía que publica un plan con ciertas características que luego no son respetadas al momento de la facturación, generando un reclamo por parte del consumidor.

Cláusulas Abusivas y Trato Digno (Art. 8.º bis): Este artículo, que prohíbe el trato indigno y declara nulas las cláusulas que perjudiquen al consumidor, se vincula con los reclamos relacionados con la “rescisión del servicio” o “cobros indebidos”. En los informes, esto se refleja en las quejas sobre “planes de ahorro previo”, donde a menudo los términos contractuales son desfavorables para el consumidor. Un cobro no autorizado o la dificultad para dar de baja un servicio, que a menudo implica un trato despectivo por parte de la empresa, son violaciones directas a este principio fundamental.

Protección de la Salud y Seguridad (Art. 5.º y 6.º): Aunque los informes se centran principalmente en reclamos económicos, la ley establece la obligación de ofrecer productos y servicios que no presenten riesgos para la salud. En el informe, este principio se puede vincular con los reclamos en el rubro de electrodomésticos o productos automotores, donde un bien defectuoso no solo representa un perjuicio económico, sino que también puede ser un riesgo. Si bien no es la principal causa de reclamo, su existencia en la ley es el fundamento para cualquier reclamo de esta naturaleza que se registre.

La estructura de los reclamos de consumo, con su alta concentración en rubros específicos como comunicaciones y finanzas, y la predominancia de motivos como el incumplimiento de oferta y los cobros indebidos, es una evidencia empírica de cómo la Ley 24.240 y sus principios más básicos son constantemente puestos a prueba. La lectura de los informes confirma que la defensa del consumidor es necesaria precisamente porque la asimetría entre proveedor y cliente persiste, generando conflictos que encuentran su base legal en la violación de los derechos establecidos en los primeros diez artículos de la ley.

6. Conclusiones

El presente estudio, enfocado en las dinámicas de los conflictos de consumo y el papel de la Defensa del Consumidor, ha logrado rastrear y analizar las situaciones conflictivas más recurrentes en el mercado argentino, utilizando como marco de referencia los informes oficiales de reclamos de la Dirección Nacional de Defensa del Consumidor de los años 2019, 2021 y 2022, respectivamente. Si bien el objetivo original de este escrito era centrarse en el Partido de La Matanza, la falta de datos municipales disponibles llevó a un análisis a nivel nacional, lo que permitió identificar tendencias significativas que probablemente se replican en el conurbano bonaerense, donde se encuentra el partido de La Matanza. De hecho, cabe destacar que el dato que se observó respecto a La Matanza se refiere a la cantidad de reclamos realizados dentro de las OMICS, siendo el municipio con la mayor cantidad de reclamos.

El análisis de los datos a nivel país reveló una tendencia clara y preocupante: un aumento drástico en la cantidad de reclamos entre los años 2019 y 2021, seguido de una fuerte caída en 2022. En el año 2021, los reclamos se dispararon a 270.791, más del doble que en 2019 (103.147). Y la modalidad de compra a distancia resultó la principal causa de quejas, representando el 89% del total.

Los rubros con más reclamos a lo largo de los años analizados fueron consistentemente los servicios de comunicaciones y los servicios financieros y seguros. Dentro de estos, los subrubros que generaron la mayor cantidad de reclamos fueron los “Paquetes de productos” (telefonía, internet, TV) y las “Tarjetas de crédito”. Además, los motivos más comunes de reclamo en todos los rubros incluyeron el incumplimiento total o parcial del servicio y los problemas relacionados con los planes de ahorro previo en el caso de los automotores.

En cuanto al perfil de los reclamantes, se observó una participación mayoritaria de los jóvenes y adultos de mediana edad (18 a 50 años), destacándose el grupo de 31 a 40 años como el más activo en la defensa de sus derechos. Además, en el año 2022, se incluyeron datos de género, revelando que las mujeres presentaron la mayoría de los reclamos, con un 53% del total.

A pesar de las limitaciones para obtener datos específicos de La Matanza, la investigación logró establecer una base sólida para entender las problemáticas de consumo en el contexto de grandes centros urbanos. Se concluye que la defensa del consumidor sigue siendo un pilar fundamental para equilibrar la asimetría entre proveedores y consumidores, especialmente en un mercado cada vez más digitalizado y complejo.

Referencias bibliográficas

Colombero, A. (2016). *El Derecho del Consumo en Argentina: La situación post reforma del Código Civil y Comercial de la Nación*. <https://riu.austral.edu.ar/bitstream/handle/123456789/1516/El%20Derecho%20del%20Consumo%20en%20Argentina.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Huenchiman, C. M. (2003). *Manual de Defensa del Consumidor*. Juris

Lorenzetti, R. L. (2003). *Defensa del consumidor: Fundamentos de Derecho Privado*. Rubinzal-Culzoni Editores.

Ministerio de Desarrollo Productivo, Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo. (2019). *Informe de reclamos Defensa del consumidor: Enero - Diciembre 2019*. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/informe_de_reclamos_-_2019.pdf

Ministerio de Desarrollo Productivo (2021). *Informe de reclamos Defensa del consumidor: Enero - Diciembre 2021*. Secretaría de Comercio Interior y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo. https://www.argentina.gob.ar/sites/default/files/12-diciembre_2021_acumulado.pptx.pdf

Ministerio de Economía, Secretaría de Comercio y Dirección Nacional de Defensa del Consumidor y Arbitraje de Consumo. (2022). *Informe de reclamos Defensa del consumidor: Enero - Octubre 2022*. https://drive.google.com/file/d/12jYzM_bHhEsWI0P8h1EEox6Yzefx-o8N/view

Stiglitz, G. A. y Sahián, J. H. (2020). *El nuevo derecho del consumidor*. La Ley.

Truscello, P. (2013). *Evolución y actualidad del derecho del consumidor en Argentina y el Mercosur*. [Tesis de grado, Universidad de Ciencias Empresariales y Sociales]. https://dspace.uces.edu.ar/bitstream/123456789/2382/1/Evolucion_Truscello.pdf