



DIRECTOR DEL PROYECTO

ALEJANDRO MARIO MANCINI

ALUMNO INVESTIGADOR

AGUSTÍN ACEVEDO GÓMEZ

DOCENTES INVESTIGADORES

VIVIANA IRENE AMIGO

MARCELA ISABEL D'IPPOLITO

ADRIANA LORENA GROCCIA

NORA CECILIA PELAEZ

GUSTAVO EDUARDO SODERINI

MARÍA INÉS SOFIA

PEDRO LUIS SUAREZ

ADRIANA MARTA VIOLA

MARCELA ADRIANA VIVONA



**Departamento de Ciencias Económicas
Universidad Nacional de La Matanza**

INTRODUCCIÓN

Este proyecto de investigación está orientado fundamental y principalmente a conocer e identificar las situaciones más conflictivas para los consumidores dentro del Partido de La Matanza, así mismo también se busca clarificar sobre los derechos de los usuarios en el marco de las relaciones de consumo.

MARCO CONCEPTUAL

A partir de la sanción de la Ley 24.240 se reconoce por primera vez en la Argentina la necesidad de legislar especialmente sobre el mercado de consumo, asumiendo como premisa la situación de debilidad en la que se encuentra el consumidor y usuario con respecto a los proveedores de bienes y servicios, ya sea esto por desconocimiento de las leyes que los amparan, como así también de las vías formales para canalizar los reclamos.

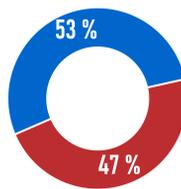
METODOLOGÍA

Se aplicará el método de análisis tanto deductivo como inductivo, partiendo de situaciones fácticas de problemáticas con los derechos de los consumidores y usuarios y sus posibles soluciones.

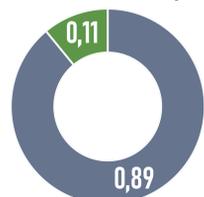
A partir de un análisis jurídico-sociológico deducir conclusiones utilizando pensamiento y razonamiento crítico, la resolución adecuada a situaciones de conflicto y el aporte de novedosas perspectivas para la creación de nuevos paradigmas.

Por último, se tomará en cuenta la descripción del problema para poder clasificarlo y obtener conclusiones concretas y llegar al objetivo propuesto.

Reclamos por género



Reclamos por modalidad de compra



● Masculino ● Femenino ● A Distancia ● Presencial

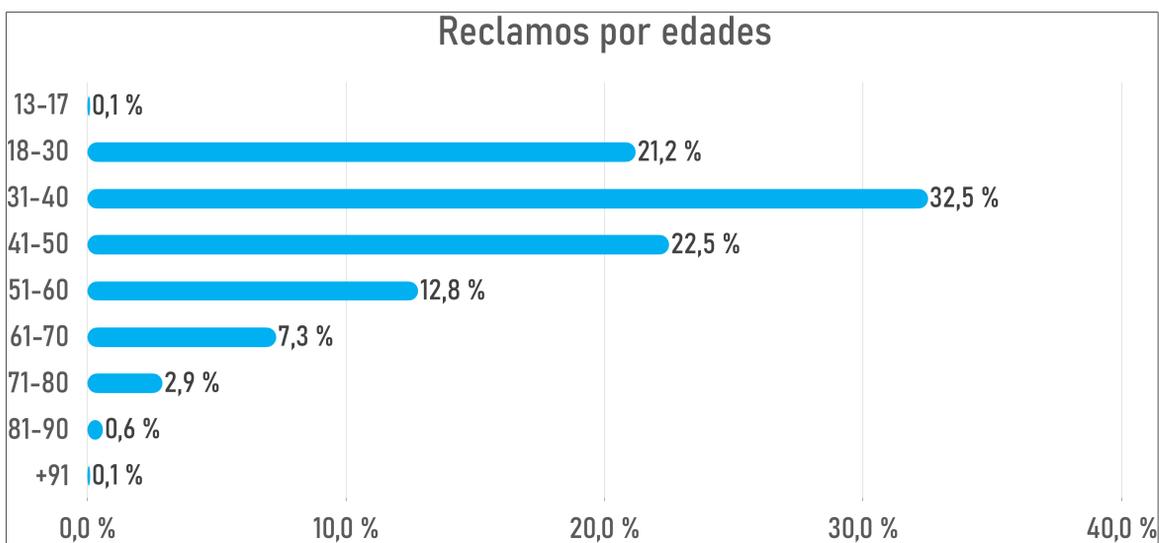
Fuente: Secretaría de Comercio Interior en base a datos de 2021.

RESULTADOS ESPERADOS

Conocer de que manera se trabaja dentro de organismos oficiales y organizaciones de la sociedad civil para informar y educar a los consumidores, establecer cual es la información realmente conocida por estos para el uso de sus derechos y las herramientas por las cuales se sirven para ejercerlos.

Por ultimo, analizar las implicancias que podría tener una mayor existencia y conocimiento de las herramientas disponibles para abordar un reclamo.

Reclamos por edades



Fuente: Secretaría de Comercio Interior en base a datos de 2021.

BIBLIOGRAFÍA

1. GHERSI, Carlos - WEINGARTEN, Celia (2017) "Manual de los derechos de usuarios y consumidores" Edit. La Ley
2. KRIEGER, Walter (2018) "Practicas abusivas en el derecho del consumidor" Edit. El Derecho
3. LOPEZ ALFONSIN, Marcelo (2000) "Protección constitucional de los consumidores y usuarios" Edit. Estudio
4. VITOLLO, Daniel (2015) "Defensa del consumidor y del usuario" Edit. Ad Hoc
5. STIGLITZ, Gabriel (2020) "El nuevo derecho del consumidor" Edit. La Ley
6. SHINA, Fernando (2012) "Tutela judicial del consumidor" Edit. 20XII Grupo Editorial



Para más información sobre
Defensa de las y los
Consumidores