

# Defensa del consumidor y apuestas en línea

---



**Secretaría de  
Industria y Comercio**  
Ministerio de Economía

Subsecretaría de Defensa  
del Consumidor y Lealtad  
Comercial

Dirección Nacional de  
Defensa del Consumidor

Escuela Argentina de  
Educación en Consumo

# Introducción

---

El sistema de protección de derechos de los consumidores está formado por marcos generales (Constitución Nacional -CN-, Código Civil y Comercial de la Nación -CCyC-, Ley de Defensa del Consumidor -LDC-), y por normas específicas. La Constitución Nacional en su artículo 42 refiere expresamente al rol que le cabe al Estado en este reconocimiento de Derechos. Establece específicamente que “Las autoridades proveerán a la protección de esos derechos, a la educación para el consumo, a la defensa de la competencia contra toda forma de distorsión de los mercados, al control de los monopolios naturales y legales, al de la calidad y eficiencia de los servicios públicos, y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios. (...)”.

Por su parte, la LDC, en su carácter de ley nacional, constituye un piso mínimo uniforme en materia de derechos de los consumidores. La LDC es de aplicación en todo el territorio nacional, sin necesidad de adhesión por las legislaturas locales, quienes sí tienen la potestad de ampliar, reglamentar e implementar este piso mínimo en el marco de sus competencias. La reglamentación e implementación local siempre deben respetar el estándar mínimo establecido por la ley nacional, es decir que no pueden ser regresivas ni limitar o disminuir aquellos derechos y garantías reconocidos por ésta.

# Partes de la relación de consumo

---

## ► CONSUMIDOR

El sujeto de derechos reconocido por el ordenamiento jurídico como merecedor de una tutela especial es el Consumidor. Es definido como toda persona física o jurídica que adquiere o utiliza bienes o servicios como destinatario final de estos; es decir, sin intención de volver a introducirlos en el mercado.

El término “Consumidor” es utilizado por la ley con un sentido muy amplio, puesto que, en principio, tutela a todo aquel que adquiere un bien o servicio para su consumo o uso personal o el de su grupo familiar o social. Además del art. 1092 CCyC, su contenido se completa con otras normas tales como el art. 1096 CCyC que refiere a las personas expuestas.

# Partes de la relación de consumo

---

## ► PROVEEDOR

El CCyC define al proveedor en su artículo 1093 como la persona humana o jurídica que actúe profesional u ocasionalmente o con una empresa productora de bienes o prestadora de servicios, pública o privada, que tenga por objeto la adquisición, uso o goce de los bienes o servicios por parte de los consumidores o usuarios, para su uso privado, familiar o social.

Por su parte, la ley 24240 en su art. 2, lo define de un modo muy similar y en ambos casos se mantienen exclusiones al régimen de consumo. No están comprendidos los servicios de profesionales liberales que requieran para su ejercicio título universitario y matrícula otorgada por colegios profesionales reconocidos oficialmente o autoridad facultada para ello, pero sí la publicidad que se haga de su ofrecimiento.

# Partes de la relación de consumo

---

## ► RELACIÓN DE CONSUMO

El artículo 1092 CCyC y el artículo 3 de la Ley 24.240 la definen del siguiente modo: “La relación de consumo es el vínculo jurídico entre el proveedor y el consumidor o usuario”.

Se trata de relaciones entre **Consumidores** y **Proveedores** complejas y desiguales. Este desequilibrio obedece a la vulnerabilidad estructural de los consumidores en el mercado, que se evidencia en los distintos campos: informativo, técnico, negocial, entre otros aspectos a resaltar.

# Partes de la relación de consumo

---

## ► RELACIÓN DE CONSUMO

El **Consumidor**, por lo general, carece del conocimiento exhaustivo sobre las características relevantes de los innumerables bienes y servicios que necesita o desea y se presenta en el mercado con sus escasos medios, careciendo como ya dijimos -además- de poder de negociación para discutir los términos contractuales de los principales bienes y servicios que adquiere.

El **Proveedor** posee toda la información sobre el producto o servicio que ofrece, tanto en cuanto a su conocimiento técnico, como respecto a las condiciones de comercialización. Es quien posee la capacidad económica que le permite administrar la información que proporciona, determinar las condiciones del contrato y organizar la publicidad de su producto o de su servicio. Por otra parte, es quien también tiene mejor poder de organización, a través de las cámaras empresarias y otras organizaciones profesionales.

# Integración normativa

---

En suma, el Derecho del Consumidor se erige como un sistema de normas de orden público y fuente constitucional, transversal, con carácter esencialmente protectorio de los consumidores en las relaciones de consumo. La defensa del consumidor es una rama jurídica con anclaje constitucional.

Para abordar las distintas situaciones que plantea una relación de consumo debemos armonizar todas las normas en lo que se caracteriza en la ley como “**principio de integración normativa**”. Las relaciones de consumo pueden estar reguladas por diversas normativas generales o particulares relacionadas con las propias actividades comerciales.

La guía siempre será el principio protectorio (art. 42 de la Constitución Nacional).

En este orden de ideas, cuando se analiza o presenta un caso que tiene regulación específica y que a su vez implica una relación de consumo, es necesario hacer un esfuerzo de integración de normas, que tenga siempre como eje la defensa de los consumidores y usuarios. Las normas se complementan con fundamento en el principio protectorio.

# Integración normativa

---

## Como consumidor tenés derecho a recibir:

- ▶ **Información clara, cierta y detallada.** Esto constituye uno de los pilares fundamentales de la Ley 24.240. Los proveedores tienen la obligación de indicar todas las condiciones de contratación: características del producto o servicio, precio, medios de pago, plazos de entrega, términos y condiciones de garantía, botón de baja, etc.
- ▶ **Protección de la salud.** Ello comprende la protección frente a los riesgos para la salud y la seguridad física de los consumidores que debe observarse en la elaboración y comercialización de productos y en la prestación de servicios.
- ▶ **Trato digno y equitativo.** Las empresas no pueden ejercer prácticas discriminatorias de ningún tipo en perjuicio del consumidor en razón del género, el color de piel, la edad, la condición física, etc. El proveedor debe abstenerse de llevar a cabo conductas que coloquen a los consumidores en situaciones vergonzantes, vejatorias o intimidatorias.



# Integración normativa

---

## Como consumidor tenés derecho a recibir:

- **Protección de intereses económicos.** Promueve la protección de los intereses económicos de los Consumidores, en caso de sufrir daños, a través de la reparación efectiva o la indemnización. El régimen de garantías establece que la garantía legal tendrá vigencia por TRES (3) meses cuando se trate de bienes muebles usados y por SEIS (6) meses en los demás casos a partir de la entrega, pudiendo las partes convenir un plazo mayor, que es lo que sucede en general ya que los bienes de uso durable pueden tener plazos de garantía comercial de 1. 2 o más años. En caso de que la cosa deba trasladarse a fábrica o taller habilitado el transporte será realizado por el responsable de la garantía, y serán a su cargo los gastos de flete y seguros y cualquier otro que deba realizarse para la ejecución del mismo.

# Publicidad

Conforme la normativa citada, las precisiones formuladas en la publicidad o en anuncios, prospectos, circulares u otros medios de difusión obligan al oferente y se tienen por incluidas en el **contrato con el consumidor.**

**Para el derecho del consumidor es tan contrato un papel con cláusulas como una publicidad en las redes, televisiva, gráfica o por otros medios que implique una oferta específica.**

El consumidor podrá exigir todo lo que se haya ofrecido en publicidad no pudiendo el proveedor alegar que en el contrato relativo a la adquisición de los bienes o servicios no aparece recogido, generando el incumplimiento y responsabilidad contractual. Las precisiones que aparecen en los anuncios, por parte de aquellos que pretenden colocar sus productos y/o servicios en el mercado, se integrarán al contrato que se celebre con el consumidor, sin importar su transcripción o no en el correspondiente instrumento (en caso de existir).

El oferente deberá responder indefectiblemente por aquello a lo que se ha obligado a través de la publicidad.

# Dimensiones del consumo

---

## DIMENSIONES DEL CONSUMO

El consumo está influenciado por y a la vez contribuye a formar pautas sociales de consumo. Factores como la publicidad, las técnicas de marketing, el crédito y la permanente tecnologización y globalización confluyen para definir y, en muchos casos, imponer y/o determinar patrones de consumo determinados, que debemos considerar permanente si se ajusta a nuestros intereses y necesidades.

Por todo ello afirmamos que el consumo constituye una dimensión individual y además tiene otras dimensiones sobre las que es necesario reflexionar:

- ▶ **Una dimensión normativa**, la cual se corresponde con las leyes y demás instrumentos que regulan los derechos de los Consumidores.
- ▶ **Una dimensión comportamental**, relativa a los comportamientos que desarrollan los consumidores y proveedores en el marco de las relaciones de consumo.
- ▶ **Una dimensión subjetiva**, en la cual se analiza el sentido que adquiere la compra para los Consumidores en términos de pertenencia social, construcción de identidad, entre otros.

# Dimensiones del consumo

---

## DIMENSIONES DEL CONSUMO

En el propio acto de consumo estamos afirmando y configurando identidades.

El proceso de la compra, entre otros aspectos, da cuenta de:

- 01** *Quiénes somos y quiénes queremos llegar a ser* (universo aspiracional).
- 02** *Cómo nos vemos y cómo queremos que otros nos vean.*
- 03** *Cómo nos vinculamos con los objetos.*
- 04** *Nuestras preferencias acerca de los objetos y las emociones que nos proporcionan.*
- 05** *Cómo repercute todo ello en nuestros múltiples vínculos con otros sujetos.*

# Consumo en entornos digitales

---

El crecimiento exponencial del comercio electrónico, que se vio acrecentado por el escenario de pandemia, por el incremento y variedad de ofertas que están disponibles en Internet, y por la diversidad de modalidades de compra en estos entornos (que permite adquirir productos y/o contratar servicios a través de diferentes entornos digitales como plataformas, páginas web, aplicaciones y redes sociales, entre otras), complejiza las relaciones de consumo y, por ende, vuelve necesario brindar una mayor atención y prevención por parte de los consumidores, y una especial atención del regulador en esta materia.

Más aún, observando que en la actualidad una gran proporción de niños, niñas y adolescentes se incorporan cada año, y cada vez a edad más temprana, a las diversas modalidades de compras en línea que ofrecen los entornos digitales de consumo.

# Consecuencias del uso indebido de entornos digitales en nuestra sociedad

---

## APUESTAS EN LÍNEA

Un fenómeno que inquieta particularmente a la sociedad en su conjunto producto de los múltiples impactos que genera es el relativo a las apuestas en línea de niños, niñas y adolescentes, con el agravante que muchas veces suceden también en entornos escolares.

Las apuestas virtuales se refieren a la práctica de apostar dinero u otros bienes en eventos deportivos o juegos de azar que se realizan en plataformas digitales, sitios web o aplicaciones móviles. Estos eventos pueden incluir carreras de caballos, partidos de fútbol, juegos de casino, e incluso competiciones simuladas por software.

# Una problemática social

---

## APUESTAS EN LÍNEA

Las publicidades de apuestas deportivas en los clubes más importantes de nuestro país, los influencers y los streamers promocionando apuestas online, habilitaron que esta práctica sea naturalizada en nuestra sociedad. Cabe aclarar que las apuestas, sean online o no, están prohibidas en Argentina para menores de 18 años.

## ¿A quiénes afecta?

Esta práctica afecta principalmente a adolescentes quienes tienen acceso a billeteras virtuales personales por medio de sus familias.

# Una problemática social

---

Pautas que podrían indicar que un adolescente abusa de los juegos de azar online:

- ▶ **Cambios significativos en el comportamiento o estado de ánimo** como ansiedad, irritabilidad, cambios de humor repentinos, aislamiento social.
- ▶ **Pérdida de interés repentina en otras actividades que antes disfrutaba** como deportes, estudios o relaciones sociales y que ahora reemplazar por el juego online.
- ▶ **Preocupación constante por el juego** como hablar constantemente sobre apuestas, consultar resultados de manera compulsiva o buscar en forma reiterada oportunidades para jugar.
- ▶ **Problemas financieros** como dificultades para pagar deudas o rápido agotamiento de sus recursos económicos sin una explicación clara.
- ▶ **Aumento del tiempo que dedica al juego.**
- ▶ **Negación o minimización del problema** como justificar su comportamiento o mentir sobre la cantidad de tiempo o dinero que dedica al juego.

\*Pautas tomadas del [Ministerio de Justicia](#).



# Una problemática social

## ¿Cuáles son los sitios donde se realizan las apuestas en líneas?

Es importante distinguir que en los entornos digitales conviven sitios clandestinos con sitios legales de apuestas en línea.

Veamos y comparemos algunas características:

Sitios clandestinos	Sitios legales
<b>No tiene herramientas sobre el juego responsable.</b>	<b>ALEA</b> (Asociación de Loterías Estatales Argentina) cuenta con un espacio donde <b>sus miembros comparten buenas prácticas</b> y trabajan de manera conjunta sobre los respectivos programas de Juego Responsable, las acciones para el cuidado y promoción de la salud, la prevención del juego patológico, las herramientas de consulta y atención.
Por lo general <b>son plataformas con domicilio legal en el exterior.</b>	Cuentan con <b>domicilio fácilmente identificable</b> y dentro del país para realizar las denuncias en caso de necesitarlo.
<b>Captan a clientes por medio de redes sociales</b> (envían mensajes a través de redes sociales: WhatsApp, Instagram, con usuario y contraseña y en algunas ocasiones piden el CBU).	Principalmente <b>utilizan los medios de publicidad tradicionales.</b>

# Impactos perjudiciales

---

## Consecuencias de un consumo problemático en el juego

Con el avance de las tecnologías de la información y comunicación (TICs), los adolescentes vienen atravesando en el mundo entero situaciones de vulnerabilidad frente a los entornos digitales, que por otra parte, crecieron de forma exponencial desde el COVID, y se profundizaron con los problemas económicos de las sociedades pospandemia. De esta forma se pone en agenda la temática creciente de ludopatía. Puntualmente, en nuestro país y a raíz del intento de suicidio de un joven de Comodoro Rivadavia, quien con solo 14 años se vio atrapado en una espiral de ludopatía que lo llevó a gastar todos los ahorros de su madre, sumando un total de 2.800 dólares podemos afirmar que la temática está presente y en busca de soluciones definitivas.

# Ludopatía

---

Según la Organización mundial de la salud OMS, “la ludopatía es una enfermedad clasificada dentro de los trastornos de los hábitos y del control de los impulsos”.

Las personas con este trastorno sienten una necesidad de jugar con cantidades cada vez mayores de dinero para conseguir el nivel de euforia deseado y se muestran muy irritables cuando no pueden jugar o intentan reducir estas conductas. Se trata de una “adicción conductual” o sin sustancia, para distinguirlo de otras adicciones como el alcohol y otras drogas.

## ¿Cómo ayudar?

Trabajar esta temática implica un compromiso por parte del Estado en sus diferentes niveles, ONG's, escuelas, clubes (recreativos, sociales y deportivos), y familias. En principio se propone concientizar a las partes sobre esta problemática, con la finalidad de informar y promover actitudes positivas en la propia formación ciudadana.

# Pautas

---

## Pautas para juegos saludables

A continuación se explicitan pautas de juego responsable en sitios legales para mayores de 18 años:

- ▶ *Definí de antemano un tiempo y respétalo.*
- ▶ *No juegues para evadir problemas.*
- ▶ *No permitas que el juego afecte a tus relaciones familiares.*
- ▶ *No pidas dinero prestado para jugar.*
- ▶ *Si perdés no sigas jugando para recuperar tu dinero.*
- ▶ *Alterna el juego con otras actividades recreativas.*
- ▶ *Jugá para divertirte.*

# Consejos

---

## Consejos para padres y educadores en la prevención de adicción en los adolescentes por los juegos en línea:

- ▶ **Propiciar una comunicación abierta** donde sea posible compartir sus preocupaciones y experiencias.
- ▶ **Colaborar para desarrollar en ellos un pensamiento racional y crítico.**
- ▶ **Estimular cálculos matemáticos y probabilidades en la vida cotidiana** diferenciándolos del azar.
- ▶ **Concientizar sobre los riesgos** que implican los juegos de azar y la ludopatía digital.
- ▶ **Establecer límites.** Pautar el ámbito, el tiempo y el dinero vinculados al juego.
- ▶ **Promover actividades alternativas.** Incentivar la participación en actividades recreativas, deportivas o artísticas.
- ▶ **Distinguir deporte y apuestas.**

# Consejos

---

## Consejos para padres y educadores en la prevención de adicción en los adolescentes por los juegos en línea:

- ▶ **Informar sobre seguridad en línea.** Enseñar la importancia de la privacidad online y el manejo seguro de la información personal.
- ▶ **Educar en valores financieros:** Ahorro, economía doméstica, presupuesto familiar, crédito, ocio y consumo.
- ▶ **Predicar con el ejemplo.** Usar equilibradamente los dispositivos electrónicos y juegos en línea.
- ▶ **Supervisar el tiempo que pasan frente a las pantallas** y qué tipos de juegos eligen.
- ▶ **Buscar ayuda profesional** si es necesario.

¿Dónde  
denunciar?

---

## Defensa del Consumidor

Contacto

Dirección: **Av. Julio A. Roca 651- Piso 4º - C.A.B. A**

Código postal: **C1067AAB**

Teléfono: **(54 -11) 4349-3000**

Correo electrónico: **consultas@consumidor.gob.ar**

# ¡Gracias!

---



**Secretaría de  
Industria y Comercio**  
Ministerio de Economía

Subsecretaría de Defensa  
del Consumidor y Lealtad  
Comercial

Dirección Nacional de  
Defensa del Consumidor

Escuela Argentina de  
Educación en Consumo

