

La gestión de políticas de defensa y protección de los derechos del consumidor en la ciudad de buenos aires

EL CONTEXTO LEGAL Y LA IMPORTANCIA ECONÓMICA DE LA DEFENSA DEL CONSUMIDOR

En los primeros años de la década del '90 se instrumentó en la Argentina un proceso de reformas económicas y políticas que ha conllevado importantes cambios institucionales. La ejecución de estas reformas estuvo orientada a propiciar una organización económica basada en el mercado como principal asignador de los recursos, tanto a partir de la desregulación de los mercados internos como de la apertura del comercio exterior y de los flujos de capitales.

Esta transformación se asentó sobre la creencia de que, en una economía de mercado, la competencia es el factor que procura que las ganancias de eficiencia se trasladen en forma efectiva a los consumidores. Así, se manifestó la intención de promover la competencia como mecanismo de regulación de los mercados, retrayendo la intervención pública en las decisiones de producción, en lo referido a agentes oferentes, cantidades y precios.

Sin embargo, la competencia no siempre asegura que el mercado asigne eficientemente los recursos. La existencia de asimetrías en la información y la complejidad para determinar el precio de cada proveedor, puede hacer que los consumidores no tengan todos los elementos necesarios para elegir la mejor opción posible y, por lo tanto, el mercado no pueda asignar los recursos de manera óptima. Asimismo, la conformación de monopolios y oligopolios sectoriales puede generar mayores distorsiones en la fijación de precios y las prácticas competitivas (como los existentes en la prestación de los servicios públicos privatizados, de servicios financieros, de medicina prepaga, durante la década de los '90).

Por otra parte, la desregulación de los mercados no sólo derivó en un cambio institucional fundamental sino que modificó las reglas de juego que regían hasta entonces el

comportamiento de los individuos en la sociedad argentina. Esta modificación impactaría tanto en los agentes privados como en los públicos. Los primeros debieron adaptarse a funcionar en un marco en donde el mercado, y ya no el Estado, regulase la producción y la distribución, en donde los incentivos que motorizan a los individuos estén dados por la libre concurrencia a los mercados y la fijación de precios se realice a través de ellos. Asimismo, el Estado se ubicaría en el lugar de garante de los derechos de propiedad privada y de las condiciones necesarias para que los mercados funcionen correctamente.

En ese contexto, surgió la preocupación acerca de la defensa de la competencia y del consumidor, intentando reprimir las conductas de los actores privados tendientes a limitar la competencia como así también aquellas que generasen perjuicios a los consumidores, de manera de proveer un marco jurídico adecuado para el correcto funcionamiento de los mercados. Si bien la primera ley de defensa de la competencia data de 1980, es en estos últimos años cuando este tipo de políticas adquiere más sentido y es incorporado a la agenda política.

En el año 1993, se sancionó la ley 24.240 de Defensa del Consumidor. La misma definió a los consumidores como aquellas personas físicas o jurídicas que adquieran bienes muebles o inmuebles o contraten servicios "para su consumo final o beneficio propio o para su grupo familiar o social".

En el marco de esta definición, los derechos de los consumidores quedaron explícitamente estipulados a partir de la obligación del Estado de gestionar las acciones necesarias para garantizar la protección del acto de consumo, en lo referente tanto a la libertad de elección, la no-discriminación o arbitrariedad, el acceso digno y equitativo como a las normas que regulen los recaudos mínimos de calidad e información relacionada con las características del producto o servicio a consumir.

Esta atención jurídica a la defensa del consumidor fue plasmada en la Constitución Nacional de 1994, en el artículo 42. El mismo expresa que "los consumidores y usuarios de bienes y servicios tienen derecho, en la relación de consumo, a la protección de la salud, seguridad e intereses económicos, a la información adecuada y veraz, la libertad de elección y a condiciones de trato equitativo y digno". Asimismo, establece que las autoridades ejercerán el control de monopolios naturales y legales, brindará protección a la calidad y eficiencia de los servicios públicos y a la constitución de asociaciones de consumidores y de usuarios.

Por su parte, la Constitución de la Ciudad de Buenos Aires, sancionada en 1996, asienta el compromiso de la Ciudad, a través de sus gobernantes, en garantizar la defensa de los consumidores "contra la distorsión de los mercados y el control de los monopolios que los afecten..". De esta forma, la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor, actualmente dependiente de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, ha sido creada como la unidad de organización que lleva adelante el procedimiento dispuesto por la Ley 24.240 en el ámbito de la Ciudad de

Buenos Aires. Su función consiste en la recepción de denuncias, la celebración de audiencias de conciliación y la confección de las resoluciones que sancionaran o absolvieran a los proveedores de bienes o servicios que hayan sido denunciados por infracciones a la referida ley. También realiza actuaciones de oficio, y acciones preventivas a partir de actividades de difusión y capacitación a los ciudadanos para el conocimiento de sus derechos como consumidores.

Así, las políticas de defensa de la competencia y las de defensa del consumidor se asentaron en el objetivo común de que los agentes puedan realizar sus planes y sus decisiones de consumo en un marco óptimo de conocimiento de información, calidad y precios. Las primeras asegurarían la existencia de múltiples opciones mientras que las segundas buscarían garantizar la libre elección entre esas opciones.

En la práctica, la defensa de la competencia y del consumidor resultan actividades complejas, a saber:

▲ Las acciones o conductas que dañan la competencia son difíciles de establecer sobre la base de proposiciones generales *a priori*. Las prácticas anticompetitivas deben ser en gran medida demostradas caso por caso, creando así riesgos de discrecionalidad y, por ende, un problema de legitimidad de tales políticas. Asimismo, sus efectos positivos demandan una práctica rigurosa y técnicamente confiable. En caso contrario, los costos económicos y sociales de estas políticas pueden resultar mayores que los beneficios.

▲ La defensa del consumidor debe contemplar no sólo la aplicación de las leyes y la garantía de los derechos, sino también la creación de incentivos que impulsen conductas de mercado preventivas. De modo que deben estar dirigidas a mejorar la transparencia de los mercados, la información disponible y desarrollar los mecanismos de resolución de conflictos más eficientes.

De todas formas, el fin último de ambas políticas es procurar que más consumidores accedan a una mayor cantidad de bienes y servicios, a menores precios y de mejor calidad.

Desde la perspectiva del desarrollo productivo, la defensa del consumidor y la competencia auspician y establecen reglas de juego que deberán contemplar los productores, en materia de calidad de los bienes y las prestaciones de servicios, de manera que estas políticas actúen como control y estímulo para el avance en favor del desarrollo de la calidad como factor de competitividad de los bienes y servicios producidos en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires.

ALGUNOS RESULTADOS DE LAS POLÍTICAS IMPLEMENTADAS EN LA CIUDAD DE BUENOS AIRES

LAS INSTANCIAS DEL TRÁMITE

La Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor de la Secretaría de Desarrollo Económico del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires ha desarrollado desde su creación en el año 1998, diversas actividades orientadas a informar, educar y hacer respetar, mediante la recepción y gestión de las denuncias recibidas, a los consumidores.

El procedimiento que se auspicia ante la supuesta infracción de la Ley 24.240 tiene cuatro instancias. La primera es el momento mismo de la recepción de la denuncia. Posteriormente se convoca a una audiencia de conciliación a la que acuden las partes involucradas, es decir, consumidor denunciante y proveedor o empresa denunciada, con un mediador comunitario que propone una solución al conflicto de intereses. El mediador actúa como figura neutral ante el conflicto, y en la práctica, esa gestión la realiza personal afectado a los Centros de Gestión y Participación habilitados o a la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor¹. Las instancias finales dependen del resultado de la mediación. En caso de arribarse a un acuerdo, el mismo se asienta en un acta que se remite a la etapa de homologación por parte del Director General, con el fin de otorgarle al acuerdo la suficiente entidad como para presentarlo ante el órgano judicial y obtener el cumplimiento forzado del mismo, si posteriormente se constatará un incumplimiento de lo acordado. En el caso de que no se llegue a una confluencia o composición de intereses, se realiza un proyecto de resolución con las actuaciones para remitirlas al Secretario de Desarrollo Económico quien absuelva o sancione al denunciado, según sea verificada la infracción por parte de la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor. Las sanciones pueden contemplar el pago de una multa de \$ 500 a \$ 500.000 y, para los casos de extrema gravedad, pueden disponer decomisos de mercaderías y/o clausuras de establecimientos.

En vistas a una pronta resolución de disputas en las relaciones de consumo, se instauró un mecanismo de recepción de denuncias descentralizado desde algunos Centros de Orientación al Consumidor y Resolución de Conflictos, localizados en los Centros de Gestión y Participación barriales, y desde la Dirección Jurídica de Protección al Consumidor. En todos estos centros se realizan las audiencias de conciliación para lograr un acuerdo entre las partes involucradas en la denuncia, consumidor y empresa denunciada.

RESULTADOS DE LAS POLÍTICAS DESARROLLADAS

En virtud de la acción desarrollada por el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, el Cuadro 1 detalla la evolución de las denuncias recibidas y los acuerdos tramitados por la Dirección General de Defensa y Protección al Consumidor.

¹ De hecho, no sólo son abogados y otros profesionales sino que también realizan estas mediaciones estudiantes de la Universidad de Buenos Aires, en su mayoría de la carrera de Abogacía.

La cantidad de denuncias recibidas se incrementó en un 117%, entre 1998 y 2000, mientras que la cantidad de acuerdos subió un 93%. Asimismo, el porcentaje de resolución de los conflictos a través de mediaciones pasó del 32,9% en el año 1998 al 29,3% en el 2000. Sin embargo, resulta importante destacar que el 99% de las homologaciones de los acuerdos registrados se realizaron a partir de octubre de 2000, debido a que la acción de homologación no estaba contemplada por la gestión anterior pese a ser la instancia administrativa que le da validez legal al acuerdo. De esta forma, considerando que se gestionaron 3.159 acuerdos en el año 2000 y más de 2.407 acuerdos en los primeros 9 meses del año 2001 que incorporaron acuerdos de años anteriores, se revela un incremento en el grado de efectividad de la acción de homologación.

Cuadro 1
Evolución de las denuncias por irregularidades en las relaciones de consumo. Ciudad de Buenos Aires, 1998-2001

Año	Denuncias		Acuerdos homologados		Acuerdos/Denuncias %
	Cantidad	Var. interanual (%)	Cantidad	Var. interanual(%)	
1998	3.470	- - -	1.140	- - -	32,9
1999	5.950	71,5	1.709	49,9	28,7
2000	7.520	26,4	2.200	28,7	29,3
2001*	5.500	s/d	1.466	s/d	26,7

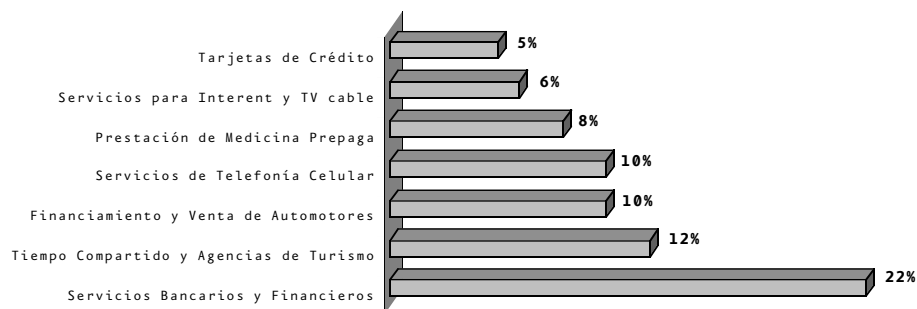
(*): datos hasta septiembre de 2001.

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

En el año 2000, los principales rubros que registraron la mayor cantidad de denuncias se describen en el Gráfico 1. Los servicios financieros y bancarios concentraron el 22% del total de las denuncias recibidas. Le siguen en magnitud las vinculadas a inconvenientes con las empresas administradoras de tiempos compartidos y las agencias de turismo (12%), las financiaciones y ventas de automotores –donde también se incluyen reclamos por el tratamiento del plan canje- (10%), y las denuncias a las prestaciones de servicios de telefonía celular, que concentran un 10% del total.

Gráfico 1

Principales rubros denunciados. En porcentaje. Ciudad de Buenos Aires. 2001

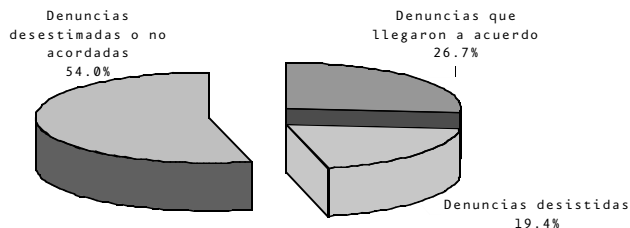


Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, en base a datos de la DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

En términos de las denuncias recibidas hasta septiembre de 2001, el Gráfico 2 revela que el 26,7% llegaron a un acuerdo con validez legal. Un 19,4% contempla los casos donde los consumidores desisten de la instancia de mediación, muchas veces producto de un acuerdo informal con la parte denunciada posterior al contacto en una primera audiencia, cuyo resultado termina siendo el retiro de la denuncia. El 54% restante nuclea los casos que se derivan al sector jurídico por dos razones. Por un lado, involucra a aquellas denuncias que pasaron por la instancia de mediación sin haber concretado un acuerdo entre las partes, pero que el mediador considera que hubo una irregularidad en el acto de consumo. Estas denuncias siguen el curso explicado sobre la comprobación de la infracción del denunciado por parte del personal de la Dirección. Por otro lado, se derivan los casos que requieren de una revisión legal ante la opinión del personal que toma la denuncia o del mediador de que la misma no tiene sustento y el caso debe ser desestimado. A veces esto es consecuencia de que los consumidores no pueden comprobar fehacientemente que hubo una relación de consumo o que la transacción en cuestión no cuenta con la documentación mínima necesaria que la valide.

Gráfico 2

Situación de las denuncias de los consumidores. Ciudad de Buenos Aires. Enero-Septiembre de 2001.



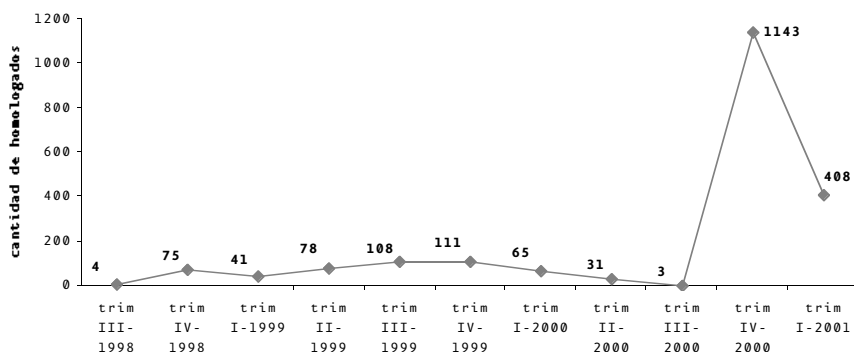
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos muestrales de los expedientes tramitados en DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS DE LAS CONCILIACIONES

Para analizar en detalle los resultados de las mediaciones, en particular la evolución de las conciliaciones y su homologación, se realizó un relevamiento de 2067 expedientes en los cuales tramitaron acuerdos conciliatorios homologados, realizados entre el tercer trimestre de 1998 y el primer trimestre de 2001. La muestra representa aproximadamente el 43% del total de expedientes tramitados en dicho período que llegaron a un acuerdo. El Gráfico 3 muestra el incremento de la tramitación legal de homologación a partir del cuarto trimestre de 2000, que coincide con el inicio de actividades de la nueva gestión del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires².

Gráfico 3

Homologación de las conciliaciones. Muestra de 2067 expedientes. Ciudad de Buenos Aires. Trim III 1998- Trim I 2001



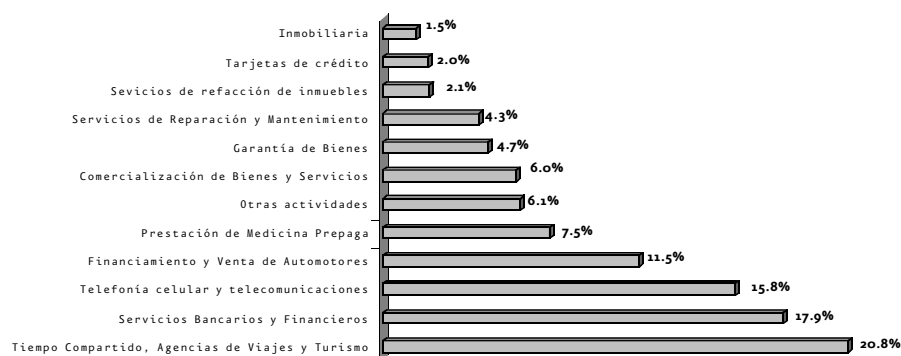
Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos muestrales de los expedientes tramitados en DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

² En este sentido, el retraso en la homologación de los acuerdos realizados con anterioridad a esa fecha marcó la necesidad de realizar un operativo especial para la tramitación de dichos casos.

En función del relevamiento realizado, es posible analizar la configuración y distribución sectorial de los reclamos que derivaron en una conciliación de ambas partes, así como el tipo de actividad económica y de empresa que involucraron los acuerdos homologados.

Como lo muestra el Gráfico 4, las denuncias por irregularidades en la prestación de servicios bancarios y financieros son las más frecuentes y las empresas denunciadas de dicho rubro se presentan a las instancias de mediación en vistas a solucionar los conflictos. Se destacan por un comportamiento similar las agencias de turismo, viajes y compañías que ofrecen servicios de tiempo compartido, además de las prestadoras de telefonía celular.

Gráfico 4
Principales rubros que involucraron conciliaciones. Muestra de 2067 expedientes.
Ciudad de Buenos Aires. Trim III 1998- Trim I 2001



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos muestrales de los expedientes tramitados en DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

La instancia de conciliación puede considerar dos tipos de soluciones posibles. Por un lado, están aquellas que involucran una solución de tipo económico, que puede implicar la devolución de dinero o la prestación de un servicio compensatorio por las irregularidades en la relación de consumo asumidas por la parte denunciada. Por otro lado, pueden involucrar una solución administrativa o una aclaración que no necesariamente involucre un monto económico.

En función de las empresas denunciadas, en el Cuadro 2 se detalla a aquéllas que fueron más denunciadas y que respondieron a las instancias conciliatorias, acordando con los consumidores una solución al conflicto existente. Es importante resaltar que las empresas detalladas no sólo han sido las que más han reconocido una irregularidad en las relaciones de consumo y convinieron la mayor cantidad de acuerdos con sus clientes, sino que también han sido las más denunciadas.

Cuadro 2

Las 25 empresas que se involucraron en mayor cantidad de acuerdos conciliatorios incorporados en la muestra. Ciudad de Buenos Aires. Trim III 1998- Trim I 2001

Nombre de la empresa	Actividad	Cantidad de Conciliaciones	%
Compañía de Radiocomunicaciones Móviles S.A.(Movicom)	Telefonía celular	164	7,9
Solanas Country Club S.A.	Tiempo compartido	120	5,8
Sol Club Vacation S.A.	Tiempo compartido	77	3,7
Club Vacacional S.A.	Tiempo compartido	63	3,0
Crédito Automotor Argentino S.A.	Financiamiento y venta de automotores	59	2,9
Miniphone S.A.	Telefonía celular	56	2,7
Maranello Automotores S.A.	Financiamiento y venta de automotores	51	2,5
La Primera Alborada S.A de Capitalización y Ahorro	Servicios bancarios y financieros	49	2,4
Banco Francés S.A.	Servicios bancarios y financieros	39	1,9
Rincon Club S.A.	Agencia de viajes y turismo	36	1,7
Citibank S.A.	Servicios bancarios y financieros	30	1,5
Comafi Fiduciario Financiero S.A.	Servicios bancarios y financieros	26	1,3
Bank Boston S.A.	Servicios bancarios y financieros	26	1,3
Banco de Galicia y Buenos Aires S.A.	Servicios bancarios y financieros	22	1,1
Multicanal S.A.	Telecomunicaciones	22	1,1
Instituto Privado de Nutrición y Metabolismo S.A.	Prestación de medicina prepaga	20	1,0
Cablevisión S.A.	Telecomunicaciones	18	0,9
Telecom Personal S.A.	Telefonía celular	17	0,8
Argencard S.A.	Tarjeta de crédito	16	0,8
Fiat Auto Argentina S.A.	Financiamiento y venta de automotores	15	0,7
Ocean Village Resort S.A.	Tiempo compartido	14	0,7
Telefónica Comunicaciones Personales S.A.	Telefonía celular	14	0,7
Ferrytur S.A.	Agencia de viajes y turismo	11	0,5
Banco Bansud S.A.	Servicios bancarios y financieros	10	0,5
Banco Liniers Sudamericano S.A.	Servicios bancarios y financieros	10	0,5
Otras empresas	Actividades varias	1.099	53,2
Total		2.067	100,0

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos muestrales de los expedientes tramitados en DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

A su vez, el Cuadro 3 detalla los rangos de los montos económicos que surgen de las conciliaciones, en función del tipo de actividad que se encuentra involucrada.

Cuadro 3

Distribución de las conciliaciones según el rango de monto económico que surge del acuerdo y el rubro denunciado. Ciudad de Buenos Aires. Trim III 1998- Trim I 2001

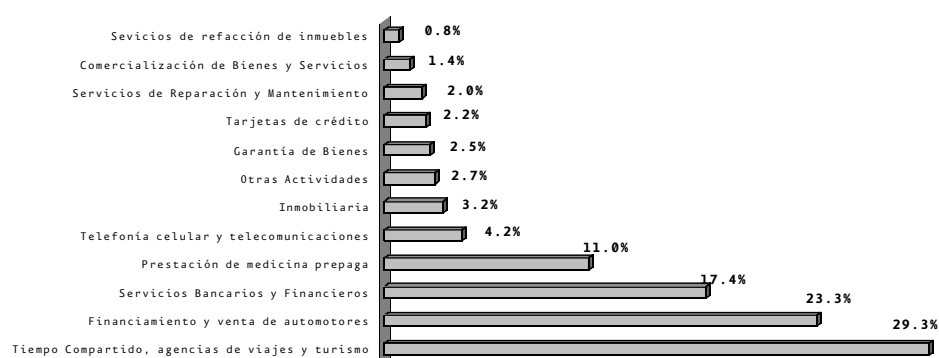
Principales rubros de conciliaciones	Sin Resar. económico	1\$ 100	101\$ 500	501\$ 1.000	1.001 5.000	5.001 10.000	Más de 10.000	N° casos	Monto total (\$)	Particip. monto total (\$)
Servicios Bancarios y Financieros	78	39	92	88	67	3	3	370	305.482	17,4
Tiempo Compartido, agencias de viajes y turismo	76	22	87	92	136	22	3	429	516.5412	9,3
Telefonía celular y telecomunicaciones	20	112	177	10	5	2	--	326	74.135	4,2
Financiamiento y venta de automotores	28	11	74	51	52	7	14	237	409.585	23,3
Prestación de medicina prepaga	26	19	57	14	31	4	3	154	193.383	11,0
Comercialización de Bienes y Servicios	5	62	38	15	3	--	--	123	24.569	1,4
Garantía de Bienes	13	22	32	16	15	--	--	98	43.564	2,5
Servicios de Reparación y Mantenimiento	7	31	38	8	4	1	--	89	35.459	2,0
Sevicios de refacción de inmuebles	7	15	13	4	4	--	--	43	14.618	0,8
Tarjetas de crédito	4	5	11	11	10	1	--	42	39.160	2,2
Inmobiliaria	4	1	10	7	7	1	1	31	55.922	3,2
Servicios de computación	6	4	4	1	1	--	--	16	3.647	0,2
Educación Privada	4	--	8	4	--	--	--	16	5.165	0,3
Prestación de seguros y patentes	1	1	4	2	4	--	--	12	11.488	0,7
Venta telefónica de bienes y servicios	1	3	5	2	--	--	--	11	2.759	0,2
Trabajo editorial	--	6	--	2	--	--	--	8	1.724	0,1
Servicios comunitarios	--	2	3	2	--	--	--	7	1.987	0,1
Otras Actividades	9	9	16	6	6	--	--	46	21.424	1,2
Total general	289	364	669	335	345	41	24	2.067	1.760.612	100

Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos muestrales de los expedientes tramitados en DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

Los montos económicos que surgen de las conciliaciones pueden constituirse como una devolución en efectivo, o la prestación de un servicio que busca reparar el daño provocado (puede ser el servicio mismo que originó el reclamo). También se considera un beneficio para el consumidor la devolución de cheques o cupones de tarjetas de crédito por pagos anticipados de cuotas del servicio contratado que generó el reclamo.

Las empresas registradas en el Cuadro 2 han sido no sólo las que se involucraron en la mayor cantidad de conciliaciones sino que fueron las que debieron resarcir con los montos más elevados a los consumidores que las denunciaron. No obstante, el rubro que implicó los mayores montos económicos a los consumidores demandantes fue la prestación de servicios de tiempo compartido, agencias de viajes y turismo, que involucró el 29,3% de los montos totales de la muestra. Le sigue en importancia el financiamiento y la venta de automotores, 23,3%. Pese a la cantidad de mediaciones registradas por servicios de telefonía celular y telecomunicaciones, los acuerdos de este rubro involucran montos relativamente menos elevados, que equivalen al 4,2%. Esto se debe a que la mayor cantidad de denuncias responde a la mala información en los contratos de servicios o a pedidos de rescisión de contratos que no involucran altos montos de resarcimiento económico. Estas diferencias se observan en el Gráfico 5, que dispone la participación por monto económico de las actividades.

Gráfico 5
Participación de las actividades sobre el monto total de resarcimiento económico que surge de las conciliaciones. Muestra de 2067 expedientes. Ciudad de Buenos Aires. Trim III 1998- Trim I 2001



Fuente: CEDEM, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA, en base a datos muestrales de los expedientes tramitados en DGDyPC, Secretaría de Desarrollo Económico, GCBA.

Comparando este Gráfico 5 con las participaciones volcadas en el Gráfico 4, se destaca que las primeras actividades según el resarcimiento económico. En suma, no necesariamente han sido las que implicaron la mayor cantidad de conciliaciones. Si se descartan

los acuerdos que no implicaron un arreglo económico entre las partes, las empresas desembolsaron un promedio de \$ 990 por cada acuerdo con los consumidores.

SINTESIS Y CONCLUSIONES

El relevamiento realizado indica que las políticas desarrolladas en el ámbito de la Ciudad de Buenos Aires para la defensa y protección de los consumidores han arrojado un importante beneficio para los mismos.

El incremento del número de denuncias indica la mayor difusión de esta herramienta de defensa de los consumidores de la Ciudad y, en alguna medida, podría estar reflejando cierto deterioro de las relaciones de consumo que se ha registrado en los últimos años, en especial en lo referente a los contratos de servicios que se promueven sin la información necesaria para que los consumidores puedan realizar una elección racional. No obstante ello, la acción de mediación que ha llevado adelante el Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires reveló a las empresas denunciadas las disconformidades manifestadas por los consumidores y se instauró institucionalmente la resolución del conflicto existente.

Asimismo, de las denuncias registradas en los primeros nueve meses de 2001, surge que casi la mitad de los consumidores llegan a una resolución del conflicto con la empresa denunciada, de los cuales más de 2 de cada 10 lo hacen por la instancia de la mediación institucionalizada con la firma de un acuerdo legalizado (homologado). Del resto, algunas denuncias resultan improcedentes y otras, ante la falta de acuerdo, siguen un trámite legal para sancionar a la empresa denunciada.

De las instancias conciliatorias ha surgido un beneficio económico para los consumidores. En términos de los acuerdos de la muestra realizada, el 86% de los denunciantes recibieron un resarcimiento económico, que en promedio alcanzó los \$990. Mientras que el 14% restante encontró en la instancia de mediación una reparación no económica al maltrato o la mala prestación de servicios recibida o la mala calidad del bien adquirido. En ambos casos, la mediación implicó un reconocimiento por parte de las empresas denunciadas de una irregularidad en la prestación de sus servicios o en la provisión de bienes de consumo. Este reconocimiento se auspicia como una primera instancia para exigir y defender las normas de calidad, la prestación de la información necesaria para un acto de consumo y en suma, los derechos de los consumidores en general.