

LA ÚNICA REVISTA DE DEFENSA DEL CONSUMIDOR DE ROSARIO Y SU REGIÓN

#124 / AÑO 10
ABRIL 2023

consumar

PUBLICACIÓN
DIGITAL

Salud alimentaria

ADEMÁS EN ESTA EDICIÓN:

- Ley de alquileres, su futuro incierto
- Dengue y el uso de repelentes
- Aumento de tarifas de taxis
- Viajes de estudios más reales
- Previaje 4
- Informe de precios · Marzo 2023

CESyAC

CENTRO DE EDUCACIÓN,
SERVICIOS Y ASESORAMIENTO
AL CONSUMIDOR



CONCEJO MUNICIPAL
DE ROSARIO

**40 años
de democracia.
Somos tu voz**



SOESGPYLA

Sindicato Obreros de Estaciones de Servicio,
Garages, Playas y Lavaderos Automáticos.
Personería Gremial Nro. 333.

RIOBAMBA 1075

Tel: (0341) 4805552 / 4815075 / 4826705

Email: contacto@soesgpyla.com.ar

NUEVA EDICIÓN, NUEVOS COMPROMISOS

Empezamos esta revista con un tema que quizás cuando uno piensa en derechos del consumidor, a priori no lo relaciona, pero nos pareció interesantísimo poder contarles acerca de cuán importante es poder conocer algunas cuestiones sobre la alimentación, más en estos tiempos donde la mayoría de los envoltorios (desde frascos, bolsas y paquetes) se visten de hexágonos negros... que muchas veces chocan a la vista pero justamente es esa la impresión que quieren causar... que quien las consuma sepa qué consume.

Además, de esta interesante nota, también este mes estuvimos rebalsados de consultas acerca de la ley de alquileres, a partir de un anuncio periodístico de esos que salen de la nada y su impacto es descomunal.... Ya que si bien esas noticias en el mayor de los casos deberían ser chequeadas también nos parece que deben ser cautelosos a la hora de comunicar... Porque sumado al "impacto" que muchos medios quieren conseguir, también generan un sinfín de consecuencias que afectan mucho a las familias... en este caso que alquilan, que iban a alquilar y hasta aquellas que debían renovar su contrato de alquiler.

Estamos en un momento de muchas noticias y que, sinceramente debemos seleccionar dónde ponerlas, pero no porque sean menos importantes sino porque todas lo son.

Tal es así con el tema dengue, ya que en este momento es un tema de salud que se viene priorizando desde diferentes ámbitos por su aumento en los casos, por ende, hay que poner mucha atención, mucho cuidado y difundir lo más que se puedan en las precauciones que se deben tomar para disminuir los contagios.

Y por último, retomando el tema de viajes de estudio de la edición de Consumar anterior... Es gratificante poder anunciar que, con un trabajo en conjunto entre la Secretaría de Comercio de la provincia de Santa Fe, los padres que se veían afectados y las empresas de turismo pudieron llegar a una conclusión con respecto a los viajes de estudios, para que finalmente los beneficiados sean los chicos... Y no las empresas.

Estamos felices de hacer lo que tenemos que hacer, que es acercarles a través de esta revista tema e información que los ayude a ser mejores consumidores.
¡Hasta la próxima, saludos del equipo!

sumario

staff

DIRECCIÓN GENERAL

Lic. Rita Galiardi

REDACCIÓN

Lorena López

Rita Galiardi

DISEÑO

Gonzalo Del Canto

04/ NOTA DE TAPA

Salud alimentaria

08/ TEMA DE INTERÉS

Ley de alquileres, su futuro incierto

10/ TIPS

Dengue y el uso de repelentes

11/ BREVES

Aumento de tarifas de taxis

12/ ACTUALIDAD DEL CONSUMIDOR

Viajes de estudios más reales

13/ AGENDA

Prevía 4

PRECIOS DEL MES

14/ Informe de precios.
Marzo 2023

REVISTA CONSUMAR / AÑO 10 / ABRIL 2023 / #124

Revista propiedad de Asociación Civil Centro de Educación, Servicios y Asesoramiento al Consumidor.

Registro de la propiedad intelectual N° 5262331 de la DNDA. Balcarce 1793. 2000.Rosario, Santa Fe. CUIT N° 30-70954959-2.



Salud alimentaria

El consumo es una temática que atraviesa a los sujetos, es una de las formas en que se satisfacen las necesidades de las personas en casi todos los aspectos de su vida. Puede vérselo en múltiples objetos o bienes: productos tecnológicos, servicios de turismo o alimentos.

Las estrategias de marketing y las políticas de venta han propiciado la creación de nuevas necesidades y costumbres, que antes no existían, y se han ido agregando a las necesidades básicas de los consumidores.

Esta creación de nuevos productos y servicios que vienen a llenar necesidades que antes no existían, muchas veces se transforma en prácticas abusivas, que acaban por generar perjuicios a los consumidores.

Puntualmente, en materia de relaciones de consumo es de destacar la posición asimétrica o de desventaja en la que se encuentra la persona consumidora respecto de quien ofrece sus productos o servicios en el mercado, presentándose una desigualdad estructural en la relación no sólo a partir del contrato de consumo sino en etapas anteriores a éste, es necesario visibilizar estas prácticas que vulneren derechos fundamentales de toda persona humana.

Este evidente desequilibrio determinó que se dictasen normas protectorias de los derechos de las y los consumidores, con el objetivo de evitar prácticas abusivas y que se encuentran incorporadas en la Constitución Nacional, Código Civil y Comercial de Nación, Ley Nacional N° 24.240 y sus modificatorias, todos ellos en su conjunto constituyen un marco normativo que debe ser abordado de manera transversal e interrelacionarse.

LA PUBLICIDAD COMO HERRAMIENTA

En las contrataciones de bienes o servicios la publicidad es el vehículo fundamental no sólo de transmisión de información, sino que además direcciona la oferta, con el objetivo de determinar la toma de decisiones de la persona consumidora, encuadrándola en patrones culturales, orientando de esta forma las preferencias del mercado. El objetivo de este artículo es aportar herramientas para que a través de la sensibilización, información, capacita-



ción, orientación y promoción de derechos se procure el acceso a la protección de la salud alimentaria, el acceso igualitario al mercado y a las consecuentes relaciones de consumo que éste origina.

Así se busca formar personas consumidoras conscientes, activas y responsables que se interioricen en el conocimiento de los derechos que le asisten como sujetos de protección, lo que llevará a prácticas comerciales más equitativas, igualitarias, incorporando espacios inclusivos y respetuosos de los Derechos Humanos y con un enfoque de co construcción de una ciudadanía activa; revirtiendo prácticas que vulneren derechos fundamentales de la persona consumidora.

En cuanto al consumo de alimentos, actualmente existen cambios en los patrones de consumo, así se han sustituido alimentos naturales y preparados en el hogar por

alimentos altamente procesados, generalmente con una marca y una imagen publicitaria.

Estos cambios hacen que disminuyan las compras de frutas y verduras o leche y se incremente la de refrescos, o azúcares presentes en los productos industrializados, de estas cantidades de azúcares presentes en los alimentos los consumidores no tienen suficiente información, no garantizando de esta forma los derechos a una adecuada alimentación.

La comida tiene un significado para cada uno de nosotros en todas las culturas, por ello es asociada con lo familiar o con la felicidad, pero promoviéndose productos que ponen en riesgo la salud.

Hace un tiempo se ha promulgado la Ley de Etiquetado frontal Nro 27.642 la que entre otras cosas obliga a las empresas a identificar con un octógono negro, con letras

blancas aquellos productos que poseen alta concentración de azúcares, sodio, grasas, etc. Así como también se regula el tema de la publicidad dirigida a las infancias.

Por ejemplo: las publicidades que se realizan de McDonalds: donde hay juegos dentro del local, o juguetes que acompañan los productos; otro ejemplo es Zucaritas: donde su composición es de un 40% de azúcar, esto es un engaño, es publicidad engañosa.

En conclusión, la etiqueta del producto alimenticio debe contener información suficiente, accesible, y veraz para que, quien vaya a consumirlo no ponga en riesgo su salud.

Debe entenderse que es obligación de los proveedores brindar al consumidor información calificada, cierta, eficaz y suficiente sobre las características esenciales de los bienes y servicios ofrecidos.

Contar con información le permite al consumidor tomar mejores decisiones en su contratación y, de esta forma, proteger sus intereses.

En el caso de los alimentos, la etiqueta es un vehículo fundamental de transmisión de información relevante para el consumidor.

Puede entenderse “etiqueta” como aquellos signos colocados en el envase del producto, de manera gráfica o rotulado.

El art. 11 del DNU 274/2019 especifica esta prohibición genérica y establece bajo el título “publicidad engañosa” que “Queda prohibida la realización de cualquier clase de presentación, de publicidad o propaganda que mediante inexactitudes u ocultamientos pueda inducir a error, engaño o confusión respecto de las características o propiedades, naturaleza, origen, calidad, pureza, mezcla, cantidad, uso, precio, condiciones de comercialización o técnicas de producción de bienes muebles, inmuebles o servicios”.

Puede pensarse la actividad publicitaria como “un fenómeno de la comunicación cuyo desarrollo se produjo principalmente en la economía” Es decir, se trata de una forma de comunicación cuyo objetivo principal es, además de, brindar información sobre el producto, generar en el potencial consumidor un estado emocional que lo lleve a la compra del producto.

La publicidad influye en la conducta de los potenciales consumidores, incidiendo en la toma de decisiones.



Esta aptitud para incidir en la conducta de los consumidores, junto a la ya mencionada necesidad de introducir la equidad en las relaciones de intercambio que se dan en el mercado, es lo que ha determinado la atención del legislador hacia el mensaje publicitario.

Se prohíbe la publicidad falsa. La inclusión de falsedades que induzcan o puedan inducir a error al consumidor es contraria al deber de buena fe que debe primar en las relaciones mercantiles, entre ellas, también las de consumo. En particular, una publicidad que induce a error, vulnera la buena fe debido a que crea expectativas y una apariencia que debe guardar correlato con el producto o servicio real.

Y, por último, se prohíbe la publicidad abusiva, discriminatoria, el mensaje publicitario no debe contener referencias lesivas o vejatorias que intenten fundarse en razones de género, preferencia sexual, etnia, religión, nacionalidad. Está prohibida también la publicidad que incite a la violencia, ya sea entre personas o respecto a bienes o al medioambiente. Debe considerarse abusiva aquella publicidad que utilice el miedo para generar ventas. Y, además, también se prohíbe la publicidad que induzca al consumidor a llevar adelante conductas que pongan en riesgo su propia salud o seguridad.

Bajo el título “De la información en el comercio”, el art.



16 del DNU 274/2019, inicia el capítulo estableciendo: "Requisitos para la identificación de productos. Los productos envasados que se comercialicen en el país, fabricados o no en él, indicarán, en sus envases, envoltorios o etiquetas, la siguiente información:

- A)** El nombre del producto.
- B)** El país donde fueron producidos o fabricados.
- C)** Su calidad, pureza o mezcla.
- D)** Las medidas netas de su contenido.

Si se comercializa en el país sin envasar, deberán cumplir con las indicaciones establecidas en los incisos a), b) y c) de este artículo, a menos que de la simple observación del producto surja su naturaleza o calidad en cuyo caso las indicaciones previstas en los incisos a) o c) no serán obligatorias.

Esta norma establece de manera detallada el contenido mínimo de la rotulación o etiqueta para la venta al público de los productos desde un punto de vista comercial, como desarrollo del deber de información que el art. 4 de la Ley de Defensa del Consumidor N° 24.240 establece para el proveedor. Por lo tanto, esta información debe ser clara, veraz y suficiente.

AUTORIDAD DE APLICACIÓN

La Secretaría de Comercio Interior y Servicios del Ministe-

rio de Producción Ciencia y Tecnología de la Provincia de Santa Fe es la Autoridad Administrativa de aplicación de la Ley de Defensa del Consumidor y de los Títulos II y III del DNU 274/2019.

Esto significa que la autoridad administrativa provincial es la a quien compete el contralor y eventual sanción por el incumplimiento en la rotulación e identificación de los productos, el incumplimiento del deber de información, de la prohibición de Este procedimiento puede iniciarse por una denuncia o bien por una inspección o actuación de oficio, pero siempre quien es acusado de haber incumplido alguna de las normas es notificado del procedimiento que se sigue en su contra, y se preserva el pleno ejercicio de su derecho de defensa.

INFO ÚTIL



- 0800 555 6768 (opción 3)
- Cualquier oficina Municipal de Información al Consumidor u Oficina Comunal de Información al Consumidor (OMIC - OCIC)
- Presencialmente en: Bv. Pellegrini 3100 - Santa Fe y Mitre 930, 3er Piso - Rosario.



Ley de alquileres, su futuro incierto

En el mes de abril trascendió que el Gobierno Nacional tendría decidido suspender la normativa que regula el mercado de alquileres desde 2020. En CESyAC estamos alertas ante novedades que surjan.

Es una realidad que el gobierno nacional dejó trascender la noticia pero en el mientras tanto explora opciones para modificar la normativa que regula el mercado desde hace casi tres años razón por la cual, aún no oficializada y eso trae como consecuencia que inquilinos, propietarios e inmobiliarias, impactados de diferentes maneras frente al posible cambio se encuentran expectantes.

Los dichos y trascendidos en relación a una posible suspensión de la ley incrementaron las dudas del universo de inquilinos en Rosario y la región porque, si se concreta, desconocen qué sucederá con los contratos vigentes y los que estaban a punto de firmarse, al tiempo que también genera vacilaciones en torno a cómo impactará en el mercado, una preocupación que comparten las inmobiliarias y los dueños.

¿QUÉ SE SABE?

Según un borrador interno que circula en el Gobierno y que

llegó a manos de fuentes del sector inmobiliario, el Ministerio de Economía prevé suspender la actual Ley de Alquileres y poner en vigencia el esquema que regía antes por 180 días. A la par, se le pedirá al Congreso que elabore una nueva ley (ya hay un dictámen de mayoría de legisladores oficialistas del año pasado pero que no modifica los puntos más polémicos de la ley actual).

Además, el equipo de especialistas que trabaja en la cuestión estudia beneficios fiscales para los propietarios con el objetivo de aumentar la oferta de unidades. Se suspenderá el pago del Impuesto a los Bienes Personales sobre los inmuebles que se pongan en alquiler y también el pago del impuesto a las Ganancias sobre los nuevos contratos. Actualmente, por la ley vigente, los contratos de alquileres deben declararse ante la AFIP.

En el momento de su discusión, la Ley de Alquileres que está vigente en la actualidad tuvo amplio consenso



legislativo: fue aprobada por la Cámara de Diputados en noviembre de 2019, durante el gobierno de Mauricio Macri, y terminó siendo sancionada por el Senado en junio de 2020, durante la gestión de Alberto Fernández. Introdujo al mercado dos cambios clave: extender la duración de los contratos de dos a tres años y convalidar una sola actualización anual del valor mensual del alquiler de acuerdo a un índice que combina la evolución de los salarios y la inflación.

Lejos de solucionar problemas, el nuevo esquema provocó subas por encima de la inflación para los nuevos contratos y una menor cantidad de propiedades disponibles para alquilar. Al poco tiempo, diversos sectores comenzaron a plantear cambios y el tema fue uno de los temas de campaña de la oposición en las elecciones legislativas.

¿CÓMO ES EN REALIDAD?

El Consejo Asesor de la Vivienda de Rosario manifestó su preocupación por la incertidumbre que surgió en torno a las

versiones que hablaban de una derogación de la ley de alquileres, situación que derivó en problemas para inquilinos que deben encarar la firma de nuevos contratos, trámites que en muchos casos son postergados o suspendidos por algunas inmobiliarias, especulando con la reglamentación de una nueva normativa.

Por lo tanto, para que la sociedad de inquilinos se quede tranquila el organismo ratificó la "vigencia plena" de la normativa nacional que regula la actividad.

Lo que se conoció la semana pasada no dejó de ser un trascendido periodístico.

INFO ÚTIL



• www.argentina.gob.ar/justicia/derechofacil/leysimple/alquileres



Dengue y el uso de repelentes

▪ ¿QUÉ ES?

Es una enfermedad viral transmitida por la picadura del mosquito *Aedes aegypti*. Cuando el mosquito se alimenta con sangre de una persona enferma de dengue y luego pica a otras personas les transmite esta enfermedad. El contagio solo se produce por la picadura de los mosquitos infectados, nunca de una persona a otra, ni a través de objetos o de la leche materna. Sin embargo, aunque es poco común, las mujeres embarazadas pueden contagiar a sus bebés durante el embarazo.

▪ ¿CUÁLES SON LOS SÍNTOMAS?

Fiebre acompañada de uno o más de los siguientes síntomas:

- Dolor detrás de los ojos, de cabeza, muscular y de articulaciones
- Náuseas y vómitos
- Cansancio intenso
- Aparición de manchas en la piel
- Picazón y/o sangrado de nariz y encías

Ante estos síntomas se debe acudir al centro de salud de inmediato para recibir el tratamiento adecuado.

Si al momento de disminuir la fiebre o en los días posteriores, alguno de los síntomas se agudiza, reaparece o se detectan síntomas nuevos, acudir al centro de salud /servicio de salud a la brevedad.

Si tenés diagnóstico de dengue no dejes de acudir a los controles diarios.

IMPORTANTE: Ante síntomas de dengue, no te automediques. No tomes aspirinas, ibuprofeno, ni te apliques medicamentos inyectables. Lo más conveniente es que realices una consulta médica para que te indiquen el tratamiento adecuado.

▪ ¿CUÁL ES EL TRATAMIENTO?

No hay vacuna ni tratamiento específico para el dengue. Por ello, el tratamiento es fundamentalmente sintomático. A las personas infectadas se les recomienda tomar abundante agua para reponer líquidos y realizar control y seguimiento médico diarios.

- Para evitar que el insecto pique se recomienda el uso de repelentes, por lo cual la demanda de este producto se ha visto incrementada en las últimas semanas. La aplicación en el caso de los aerosoles puede darse sobre la ropa y la piel expuesta debe hacerse en los horarios picos, donde el mosquito suele tener mayor actividad que es en las primeras horas de la mañana y el cierre del día en el atardecer.

INFO ÚTIL

- www.argentina.gob.ar/salud/glosario/dengue

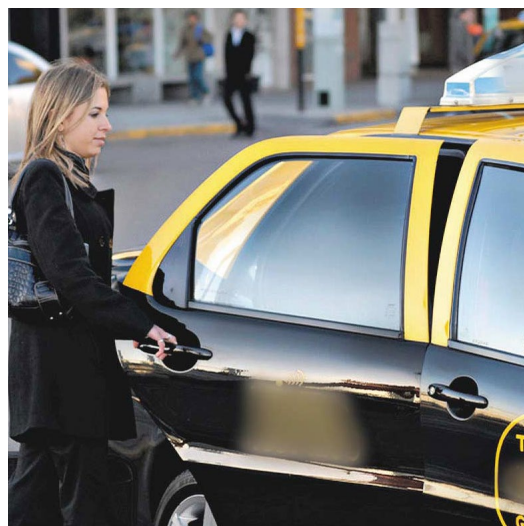


AUMENTO DE TARIFAS DE TAXIS

El Concejo municipal aprobó el aumento de la tarifa de taxi, que empezará a regir en el corto plazo. Serán tres tramos del 33%, hasta alcanzar el 100% previsto por la inflación. En consecuencia, la bajada de bandera de la tarifa diurna será de \$381,70 y la nocturna \$446,20. En tanto, domingos y feriados, \$463,50. El cuadro tarifario completo podrá verse en www.rosario.gob.ar/inicio/tarifas-de-taxis-y-remises.

Se ha llegado a un acuerdo por unanimidad, en virtud de la inflación que ronda el 100% anual. El planteo de los taxistas, es que tienen su costo cuando hay un incremento, y prevemos que ese 100 por ciento debería ser en tres veces, espaciados de a tres o cuatro meses.

Fuente: Rosario 3, disponible en www.rosario3.com, el día 05/04/2023.-



MÁS PRECIOS JUSTOS PARA CARNES

La Secretaría de Comercio de la Nación confirmó los precios vigentes hasta el 30 de abril, es decir, por las próximas tres semanas, de los siete cortes de carne vacuna de consumo masivo que forman parte del programa Precios Justos Carne.

Hasta fin de mes, los precios de los siete cortes seleccionados se mantendrán fijos tras el ajuste del 3,2% acordado con las exportadoras de carne vacuna que ingresaron en el «Programa Integral de Impulso a la Producción y el Consumo de Carne».

También continuarán vigentes las promociones en carnicerías de reintegro del 10% abonando con tarjetas de débito o crédito y del 35% para clientes de Banco Nación abonando con la App MODO para las compras de los días viernes y sábados.

Fuente: Conclusión, disponible en www.conclusion.com.ar, el día 11/04/2023.-



SEMANA SANTA Y LOS PRECIOS

En Semana Santa no son pocos los que viven la tradición de evitar comer carnes rojas el Viernes Santo, día en que se recuerda la muerte de Jesús e incorporan el pescado en el menú. Por eso, las pescaderías estos días trabajan a destajo. Lo mismo sucede en las panaderías y chocolaterías donde los huevos de Pascua salen “como pan caliente”. Eso sí, los precios están por las nubes: los productos cuestan el doble que el año pasado.

Lo que han hecho algunos comercios fue proponer distintas ofertas y bajar un poco los precios, “hasta agotar el stock”, para que sea más accesible a los que quieran vivir la Semana Santa.

Fuente: La Capital, disponible en www.lacapital.com.ar, el día 06/04/2023.-



Viajes de estudios más reales

Siguiendo con lo que fuera Tema de Interés en la edición anterior, se informa que luego de los reclamos y las denuncias de un grupo numeroso de padres se pudo llegar a un buen resultado.

En el mes de Abril, con el compromiso de las empresas de turismo estudiantil de ofrecer paquetes de viajes de egresados de 7º grado que arranquen en los 140 mil pesos, claridad en la información sobre las cuotas, paquetes y ofertas “extras” que no hacen a la excursión pero la encarecen, la Secretaría de Comercio Interior de la provincia consideró exitosa la reunión que coordinó entre empresarios del sector y familias que denunciaron un aumento desmedido de las tradicionales excursiones.

El encuentro se concretó luego de las manifestaciones públicas y denuncias formales que hicieron grupos de padres autoconvocados, quienes se encontraron con incrementos abusivos de hasta el 300 por ciento en el precio de los viajes estudiantiles a Villa Carlos Paz, el destino por excelencia para coronar el final de la escuela primaria.

Hubo acuerdo por parte de las empresas para que den a conocer las ofertas que promueven, paquetes incluidos y precios, tanto de la cuota cero como el monto a financiar; aclarar a las familias qué deben contemplar para contratar un viaje de turismo estudiantil; transparentar los precios y que se puedan ofertar viajes que arranquen



en los 140 mil pesos, aproximadamente, con 4 noches y todo incluido, y excursiones.

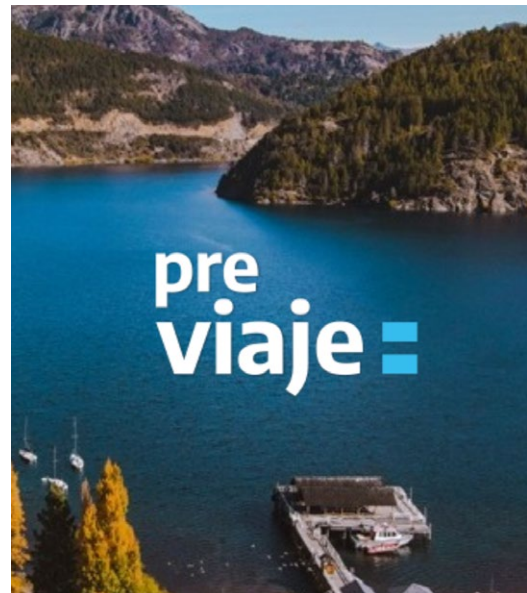
El compromiso fue acordado con las empresas Auckland, Rostrip, Ragvi, Edu Viajes y Flecha Bus, por su parte la Secretaría va a seguir monitoreando las ofertas para que se cumpla con su contenido.

PREVIAJE 4

El gobierno de Alberto Fernández confirmó semanas atrás que habrá PreViaje 4 para viajes a realizar entre mayo y junio por lo que los operadores turísticos esperan que este año no haya "temporada baja".

Merced del programa al incentivo al turismo este sector de la economía, uno de los más dinámicos a la hora de generar puestos de trabajo, recuperó en los últimos dos años los niveles de la prepandemia y en algunos casos hasta los superó.

Como en las ediciones anteriores se prevé que quienes participen del programa obtendrán un reintegro del 50% de sus gastos en servicios de turismo (70% en el caso de los afiliados al PAMI) con un tope de devolución cuyo monto todavía se desconoce.



PHISHING EN CUENTAS DE GOOGLE

Un grupo de ciberdelincuentes llevó a cabo una campaña de suplantación de identidad creando una copia de YouTube, la plataforma de videos de Google. Y un detalle que llamó la atención fue que los correos electrónicos enviados por los hackers provenían de una dirección @youtube.com, lo que implica que el ataque de phishing se hizo por medio de una vía de comunicación oficial de la empresa.

Sin embargo, esto no implica que los hackers hayan robado una dirección de e-mail oficial para utilizarla con fines maliciosos. Lo que hicieron fue explotar el sistema que permite compartir videos por correo electrónico, obteniendo resultados peligrosamente efectivos.

El mensaje estaba diseñado para parecer una comunicación formal de la plataforma, y al tratarse de un correo que llegaba de un remitente oficial de YouTube, es probable que varios usuarios hayan caído en la trampa.

COBRO DE PLUS EN CARGA DE SUBE

Empezaron a llover las denuncias de vecinos de Rosario por un problema histórico del sistema de transporte de la ciudad: el cobro de un plus para cargar la Sube, un mal que se arrastra desde la Movi y que ya tiene 100 reclamos en un mes por los canales oficiales. El ente de la Movilidad recogió las inquietudes e ingresó al Palacio Vasallo un pedido para que el Ministerio de Transporte de la Nación, Movi, Banco Nación y Banco Municipal adviertan a los comercios que no insistan con la práctica.

Sube tiene canales de denuncia por cobro de plus: se puede hacer vía web o llamando al 0800-777-7823 opción 4. También, a través de la app Sube o las redes sociales Facebook y Twitter. Transporte sostiene que por convenio, el Ente de la Movilidad de Rosario es el encargado de fiscalizar las denuncias. La sanción que toma Nación Servicios, quien explota el sistema, es la anulación del posnet al detectar irregularidades.



Informe de Precios MARZO 2023

Rosario



CANASTA BÁSICA:
\$273.160,01.-

Para el mes de Marzo la canasta de alimentos y servicios ha presentado variaciones, con un valor de \$273.160,01 lo que representa un aumento intermensual del 7,17% respecto al mes de Febrero de 2023.

Si desglosamos por tipo de productos, observamos que el grupo de Comestibles Envasados se incrementó un 4,62%; Carnes subió 5,86%; Pdtos de limpieza 7,23% y Frutas y Verduras 18,41%.

Y con respecto a los servicios, hubo variaciones en Prepagas 7,66%; Medicamentos 3,00%; Combustibles 5,27%; Cable e Internet 3,50%; Telefonía Fija y Móvil 3,50%; Cuota Colegios 22,12% Servicio de luz 20,50% y Cuota Club 27,00%.

Si comparamos el costo de la misma canasta con el mismo mes del año 2022 el cálculo de variación interanual arroja un promedio de 102,94% y la variación durante el 2023 es de 19,35%.

CABA

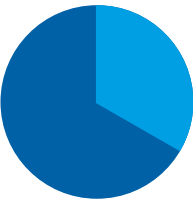


CANASTA BÁSICA:
\$361.001,36.-

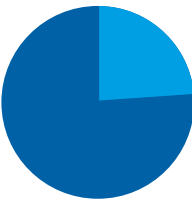
Para el mes de MARZO de 2023 la canasta de alimentos y servicios se ha ubicado en un total de \$361.001,36. La variación total fue del 4,16%. La variación del rubro Productos de Consumo Masivo registró un incremento de 2,84%.

El rubro Servicios Básicos se incrementó en 4,66% Los aumentos más relevantes en el rubro de Productos de Consumo Masivo han sido los siguientes sub-rubros:
- Carnes: 6,95%; -Comestibles envasados: 2,62%.

Dentro del rubro Servicios Básicos se distinguen los siguientes aumentos: -Telefonía móvil: 3,5%; -Televisión por Cable e Internet: 3,5%; -Combustible 3,8%; -ABL: 7%; -Medicina prepaga: 7,66% (Resolución 2577/2022 del Ministerio de Salud); - Cuotas Colegios: 16,8%.



Productos de consumo masivo:
● **\$ 110.474,04.**
Servicios básicos para el hogar:
● **\$ 162.685,97.**



Productos de consumo masivo:
● **\$ 98.485,68**
Servicios básicos para el hogar:
● **\$ 262.515,68**



Jubilados



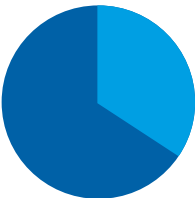
CANASTA BÁSICA:
\$127.831,52.-

Para el mes de Marzo la canasta de alimentos y servicios ha presentado variaciones, con un valor de \$127.831,52 lo que representa una variación del 6,03% respecto al mes de Febrero de 2023.

Si desglosamos por tipo de productos, observamos que el grupo de Comestibles Envasados se incrementó un 7,38%; Carnes 10,15%; Bebidas 1,57%; Frutas y Verduras 20,62% y Pdtos de Limpieza 9,52%.

Y con respecto a los servicios, hubo variaciones Cable e Internet 3,50%; Telefonía Fija y Móvil 3,50%; Medicamentos 6,05%; Cable e Internet 3,50% y Servicio de luz 20,50%

Si comparamos el costo de la misma canasta con el mismo mes del año 2022 el cálculo de variación interanual arroja un promedio de 100,05% y la variación durante el 2023 es de 14,03%.



Productos de consumo masivo:
● \$ 49.128,90
Servicios básicos para el hogar:
● \$ 78.702,62

CESyAC

**CENTRO DE EDUCACIÓN,
SERVICIOS Y ASESORAMIENTO
AL CONSUMIDOR.**

TE ESPERAMOS EN NUESTRA SEDE

📍 Balcarce 1793

DE LUNES A VIERNES

🕒 De 9 a 12 hs.

COMUNICATE CON NOSOTROS

☎ 0341 4855301/09

✉ consumidor@cesyac.org.ar

🌐 www.cesyac.org.ar



¡SEGUINOS! facebook.com/cesyac

consumar

Accedé a todas las ediciones
ingresá a www.cesyac.org.ar

NÚMEROS ÚTILES

DEFENSA DEL CONSUMIDOR

DEFENSA DEL CONSUMIDOR

0800-666-1518

www.consumidor.gob.ar

Santa Fe
Provincia

**SECRETARÍA DE COMERCIO
INTERIOR Y SERVICIOS**

0800-555-6768 - opción 3

www.santafe.gov.ar/tramites

ENACOM
Ente Nacional de Comunicaciones

**ENTE NACIONAL
DE COMUNICACIONES**

0800-333-3344

www.enacom.gob.ar

SSN
Superintendencia de Seguros de la Nación

SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS

0800-666-7400

www.ssn.gob.ar

CNRT
Comisión Nacional de Regulación del Transporte

CNRT

0800-333-0300

www.cnrt.gov.ar

SSSalud
Superintendencia de Servicios de Salud

SUPERINTENDENCIA DE SALUD

0800-222-72583 (SALUD)

www.sssalud.gov.ar

ENARGAS
Ente Nacional de Regulación del Gas

ENARGAS

0800-333-4444

www.enargas.gov.ar

EnReSS
Ente Nacional de Regulación de los Servicios de Salud

ENRESS

0800-777-0072

www.enress.gov.ar

**Concejo Municipal
de Rosario**

OFICINA MUNICIPAL

0800-666-8845

www.concejorosario.gov.ar/defensadelconsumidor