

#103 / AÑO 9  
JULIO 2021

# consumar

PUBLICACIÓN  
DIGITAL

## La defensa ante los bancos e instituciones financieras

ADEMÁS EN ESTA EDICIÓN:

- Mesa de diálogo
- Buenas Prácticas Comerciales
- Aumentos al 100%
- Súper Cerca en Rosario
- Cuidemos el agua
- Informe de precios · junio 2021

**CESyAC**

CENTRO DE EDUCACIÓN,  
SERVICIOS Y ASESORAMIENTO  
AL CONSUMIDOR



# Concejo Municipal *de Rosario*



Palacio Vasallo  
PUESTA EN VALOR 2016

Córdoba 501, S2000AWC, Rosario, Santa Fe, Argentina  
Teléfonos: (0341) 410 6200 / 410 6300 | [www.concejorosario.gob.ar](http://www.concejorosario.gob.ar)



# 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](mailto:contacto@soesgpyla.com.ar)

De a poco se va transitando el 2021, y desde nuestro equipo de trabajo nos volvemos a centrar en las temáticas que los pueden ayudar a sortear aquellas situaciones en las cuales sus derechos de usuarios y consumidores se vean vulnerados.

Volvemos a insistir con las estafas de instituciones financieras teniendo en cuenta que en este contexto pandémico han sido una de las prácticas que más han aumentado y por ende es necesario que refresquemos mensualmente toda la información y tengamos presente las herramientas a utilizar.

También le queremos comentar sobre nuestro trabajo en la Mesa de diálogo Provincial donde allí también trabajamos en pos de la defensa de los derechos consumeriles.

Nos toca abordar también un tema muy interesante y

preocupante como es el Agua... teniendo en cuenta que nuestro Río Paraná está a niveles muy bajos les dejamos tips para que entre todos pongamos nuestro granito de arena para que esta situación no se agrave aún más y todos nos veamos altamente perjudicados.

Les dejamos, además, una guía de buenas prácticas que brinda herramientas para que las empresas adopten la perspectiva de género en sus procedimientos comerciales, un tema más que actual que también debemos considerar de gran importancia.

Finalmente, pueden ver en nuestras secciones de Breves y Agenda, las cuestiones más trascendentes en el universo del consumo.

Les dejamos un gran saludo y esperemos encontrarnos el mes que viene!!!

## sumario

### staff

#### DIRECCIÓN GENERAL

Lic. Rita Galiardi

#### REDACCIÓN

Diego Fontela  
y Ignacio Pandullo

#### DISEÑO

Gonzalo Del Canto

#### 04/ NOTA DE TAPA

La defensa ante los bancos  
e instituciones financieras

#### 07/ LO QUE HICIMOS

Covid - segunda ola

#### 08/ TEMA DE INTERÉS

Mesa de diálogo

#### 10/ TIPS

Cuidemos el agua

#### 11/ BREVES

Aumentos al 100%

#### 12/ ACTUALIDAD DEL CONSUMIDOR

Buenas prácticas comerciales

#### 13/ AGENDA

Súper Cerca en Rosario

#### 14/ PRECIOS DEL MES

Informe de precios · junio 2021

REVISTA CONSUMAR / AÑO 9 / JULIO 2021 / #103

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.

# La defensa ante los bancos e instituciones financieras

**Me toca abordar los derechos de las/os consumidoras/es y usuarios/as, frente a los bancos, mutuales, como cualquier institución crediticia. También puede extenderse a usuarias/os de tarjetas de crédito (tanto bancarias o no bancarias).**

En efecto cada 15 de marzo se celebra el Día Internacional de los Derechos de las y los Consumidoras/es. Fecha Instaurada que conmemora el discurso del presidente estadounidense John Fitzgerald Kennedy el 15 de marzo de 1962 en el que reconoció al consumidor como un elemento fundamental dentro del proceso productivo; siendo adoptado por La Organización de las Naciones Unidas (ONU) en 1983 el Día Mundial de los Derechos de los Consumidores.

Nos encontramos a la masividad de los procesos de bancarización de la población en general.

Comenzando en 1997, con la instauración de las cuentas sueldo, primero para trabajadores, luego para jubilados y pensionados, y luego con la masificación para la población en general, de acreditar sus haberes, o subsidios, a través de “cuentas sueldos”, las cuales no deben tener costo alguno para la/el consumidor/a o usuaria/o; sin perjuicio que sea un trabajador, jubilado, estudiante, etc.

Asimismo, más acá en el tiempo las cuentas “universales” garantizaron mediante sucesivas resoluciones del BCRA (organismo de regulación del sistema bancario argentino), el acceso irrestricto a la población en general de paquetes, que, sin costo alguno, puedan acceder como cliente bancario.

### **DERECHOS Y PLANTEO DEL PROBLEMA**

A partir que el/a cliente bancario decide abrir una caja de ahorros (o por medio del empleador, o la ANSES, etc.), o se solicita una tarjeta de crédito, se firma con la Entidad bancaria un contrato.

Este contrato, no es un “convenio”, ni la negociación de dos partes

iguales (dado que entre el banco y el/la cliente existe una simetría o una hipervulnerabilidad que lo hace hipo suficiente), sino que es un contrato “tipo”, de “adhesión o por adhesión”, y la institución bancaria o financiera fija las condiciones de contratación, y el cliente solo se circunscribe a aceptar o rechazar.

La normativa del Derecho del Consumidor establece que no todo lo que se establezca en el contrato se tendrá por convenido.

Esta norma está destinada a evitar que los errores o abusos en los que las entidades financiera incurran perjudiquen al consumidor. Tampoco se habilita a que se cobren sumas no convenidas previamente y aceptadas por el consumidor, cualquiera sea el concepto sea UNA CLAUSULA ABUSIVA (conforme lo dispone el art. 37 de la Ley 24240 TO. 26.361), y se tendrá como NO escrita.

La entidad financiera o bancaria NO puede exigir nada que no esté previsto en el contrato.

Tampoco el banco podrá pactar, comisiones clausulas o cargos, sin demostrar que efectivamente ha prestado el servicio al cliente.

### **TARJETA DE CRÉDITO**

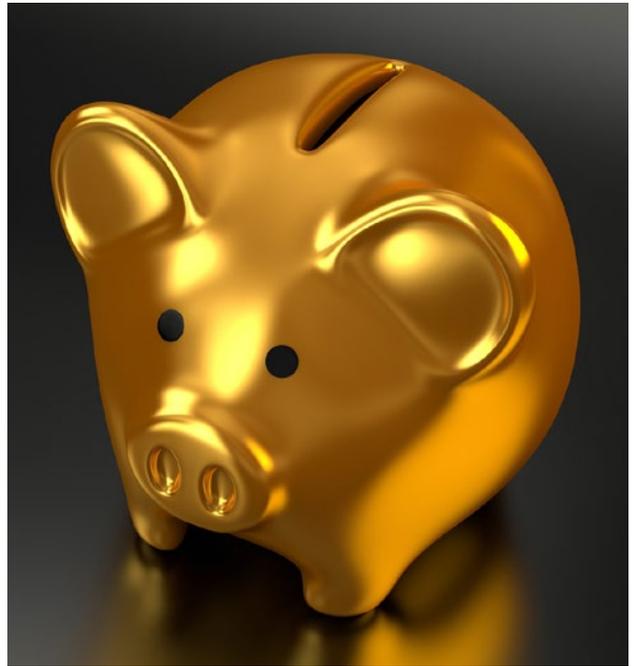
A muchas/os consumidoras/es les ha llegado alguna vez a su domicilio una tarjeta de crédito que no han solicitado. A pocos de transcurrir el tiempo de recibirla (muchas veces sin usar y sin abrir) el banco envía una comunicación en la que informa que existe una “mora” por los gastos administrativos que esa tarjeta de crédito generó.

Se configura abuso de la posición dominante de las entidades

**Dr. Diego Fontela**

Director CESYAC Filial CABA.

✉ [filial.buenosaires@cesyac.org.ar](mailto:filial.buenosaires@cesyac.org.ar)



financieras, abuso por enviar un producto que no se solicitó (no se firmó contrato, no se manifestó voluntad de adquirir esa tarjeta) y por intimara cobrar un cargo por un servicio que no se prestó. Los derechos que asisten a los clientes bancarios, son los siguientes entre otros: Conforme la normativa protectoria, entre otros, los clientes bancarios pueden:

- **Información:** Derecho a la información clara, detallada, veraz y gratis. La entidad bancaria debe brindar la información en forma gratuita como obligación pre-contractual (Art. 4 ley 24240).
- **Recibir copia del Contrato, SIMULTANEAMENTE.** El convenio o contrato de adhesión que se firme con la entidad bancaria debe ser sea entregado/enviado; en de papel (o por mail), o medio que permita, anteriormente a la firma su suscripción, para que el/a cliente lo pueda analizar detenidamente y evacuar todas las dudas, antes de firmarlo (Art. 38 ley 24240).
- Los términos, plazos y condiciones del mismo deben ser respetados en todos sus términos (art. 19 Ley 24.240 LDC)
- **Se deben notificar** sobre cambios en condiciones de contratación en los contratos de ejecución continuada, con una antelación mínima de al menos 60 días (res. 9/2004 SCT, ME, Anexo 3)
- **Información periódica:** la entidad financiera debe comunicar en forma clara, escrita o por medios electrónicos (que el cliente haya previamente aceptado), al menos una vez al año, un resumen de los movimientos de las cuentas del cliente. (art. 1382 CCCN)
- **Registro de Reclamos** (comunicación "A" 5388 BCRA)
- **Trato Digno** (art. 8bis. Ley 24240 de Defensa del Consumidor)
- **Caja de ahorro gratuita,** con tarjeta de débito vinculada, tanto en apertura y mantenimiento, si no tuviese ninguna otra en el sistema bancario. (si no se reclama queda como letra muerta).

**Algunos casos de responsabilidad de las entidades financieras por inserción de cláusulas abusivas.**

A continuación, se enunciarán algunos casos eventualmente que tanto pueden o podrían generar responsabilidad por parte de las entidades financieras frente al cliente.

Cabe mencionar que en algunos casos, la justicia dio la razón al peticionante, dando en muchos precedentes judiciales un verdadero leading case, a favor de los derechos de las y los Consumidoras/es, respetando el principio constitucional establecido en el art. 42 CN.

- 1 - Cláusula de prórroga de competencia** incluida en una "solicitud de ingreso al sistema de cuentas personales" (art. 36 ley 24240; y antecedente jurisprudencial (art. 18 CN)
- 2 - Cancelación intempestiva del uso de tarjeta de crédito.** La jurisprudencia ha hecho responsable a las entidades que actúen bajo dicho proceder por haber encarado en forma profesional la prestación de un servicio oneroso de alcances masivos.
- 3 - Contrato de tarjeta de crédito emitida por el banco** donde se incluye una cláusula que se establece que, a los fines de la determinación del saldo deudor, será suficiente lo que resulte del acta notarial expedida por la entidad (existiendo profusos antecedentes en especial la legislación comparada, ej. España).
- 4 - Gastos de tasación impuestos al cliente,** no asumidos por éste en el contrato de préstamo hipotecario.
- 5 - Seguros de Vida** No contratados o que no se incluyen en los contratos. Se ha impedido que las entidades impongan a sus usuarios cargos no informados sobre el seguro de vida sobre el saldo deudor de los usuarios de tarjetas de créditos por violar el derecho

a la información y a la propiedad.

**6** - Aplicación de intereses moratorios al contrato de préstamo, cuya tasa es aplicada por el banco por remisión a una cláusula desconocida por el usuario.

**7** - Cláusula de un contrato de crédito para el consumo por la que se obliga al usuario, en carácter de garantía, a la firma complementaria de un pagaré en blanco

**8** - Cláusula exonerativa de responsabilidad del banco por daños y perjuicios sufridos por los clientes por pérdidas sufridas por las cosas contenidas en cajas de seguridad debidas a la apertura de ésta por cualquier causa o con motivo de todo otro hecho o siniestro.

**9** - Cláusula que faculta al banco a rescindir unilateralmente una operación de crédito si se produce alguna circunstancia que transforme la acreencia en "cobro dudoso".

**10** - Impuesto de Sellos. También se incluye, el cuestionamiento que algunos precedentes judiciales, aplicaron al "impuesto de Sellos", en los resúmenes de las Tarjetas de Crédito, existiendo antecedentes, casuísticos, que cuestionan la posibilidad de establecer un "impuesto de sellos", sobre un instrumento "contrato", que conlleva obligaciones de ambas partes.

**11** - Créditos Hipotecarios UVA. Si bien la Unidad de Valor Adquisitivo, fue establecida en 2016, para la vivienda, por medio de esto, en primero lugar en otro contexto, (cuya política era la intención de reducción de la inflación), lo cierto, es que más de 100 mil usuarios, han registrado un ingente incremento, con el alargamiento de los créditos, como la suba de las cuotas muchas veces superiores a la inflación, y con el incremento que superan varias veces la relación de la cuota/ingreso, de accesibilidad al sistema. Dichos procesos se encuentran cuestionados judicialmente, haciendo de una onerosidad sobreviniente que hace imposible la continuidad del contrato, pudiéndose aplicar al caso la "teoría de la imprevisión".

## A MODO DE CONCLUSIÓN

Las instituciones financieras, se han convertido en instituciones de fuerte interés público al servicio de la sociedad, cumpliendo operaciones determinantes a los fines de alcanzar un equilibrio económico, monetario, político y social. Pero ha habido abusos, al masificarse.

Esta influencia en el mercado de capitales de las entidades en la vida cotidiana y el hecho de concentrar grandes masas del ahorro nacional, así como también la posibilidad de crear nuevos medios de pago, han justificado la intervención normativa del Estado sobre la actividad bancaria/financiera. A veces, desde el punto de vista del consumidor/a, podría resultar insuficiente, pues el lobby de los bancos en la agenda del Estado, es superior a la agenda que le dedican los gobiernos a los derechos de Consumidores/as y Usuarios/as.

No obstante el intervencionismo, no solo a través del BCRA, en lo atinente a su organización y regulación, sino también en las normas referidas a las obligaciones que las entidades deben observar en la contratación con sus clientes. Si bien resulta lógico que la escala tuitiva deberá guardar una relación proporcional a las menores posibilidades de cada uno de sus clientes sean de índole cultural, técnica o económica.

Es necesario, como sujetos finales e hipervulnerables estar al tanto de que se contrata, pero teniendo de manifiesto las disposiciones de la Res. 139/2020, de la Secretaría de Comercio, sobre la definición de Consumidor hipervulnerable.

No debemos olvidar, tampoco un tema que daría para otro artículo, el de los fraudes bancarios/financieros, que por medios electrónicos, se accede o se efectúan "estafas virtuales", lo mencionado daría para otro artículo, que seguramente nos explicaremos oportunamente.

Si tienes alguna duda o piensas que te están cobrando cargos que no solicitaste, o afectan a tu trato digno, puedes efectuar reclamo ante el Organismo de Defensa del Consumidor más cercano, a la Asociación de Defensa del Consumidor/a, como al BCRA.

El/la consumidor/a debe estar informado, sobre sus derechos que le asisten.

# Entre todos nos cuidamos de la segunda ola

El equipo de CESYAC informa que conforme a los hechos de público conocimiento y teniendo en cuenta las medidas y el pedido del Gobierno Nacional de circular lo mínimo e indispensable, la entidad suspende sus actividades hasta que finalice la cuarentena.

**En caso de necesitar hacer alguna consulta o reclamo, los medios de contacto serán únicamente digitales, Facebook, Instagram y Twitter.**

**También atendemos en el mail [consumidor@cesyac.org.ar](mailto:consumidor@cesyac.org.ar)**



**Si sospechas que tenés síntomas compatibles con Coronavirus comunicate al 0800 555 6549 o a tu servicio de emergencia privada. Si sos afiliado/a de Pami hazelo al 138 (opción 9)**



# Mesa de diálogo

**Mediante el decreto 1057/20, publicado en el Boletín Oficial el día 13 de octubre de 2020, el Gobernador de la Provincia de Santa Fe dispuso que en el ámbito del Ministerio de Ciencia, Producción y Tecnología se crease la Mesa de Diálogo Provincial de Promoción del Comercio y Consumo.**

En el articulado de dicha norma se señaló que la misma conformaría un órgano consultivo no vinculante, que ofrecería un espacio participativo de discusión y diseño en materia de programas, proyectos y acciones orientadas al fortalecimiento de la actividad comercial y a la defensa de los derechos de usuarios y consumidores en el ámbito provincial.

Reglamentando el decreto referenciado, el Ministro Daniel Costamagna, dictó la disposición 320 por la cual se dispuso la conformación plural y amplia del órgano creado, buscando mediante la misma la participación de los sectores comerciales, industriales, académicos, gremiales y de defensa del consumidor, más representativos del territorio santafesino. Nuestra entidad, el CESYAC, fue invitada a participar de dicha Mesa en representación de los usuarios y consumidores.

### UN BREVE RECORRIDO

El día 19 de mayo del 2021, se llevó adelante la primera reunión plenaria en la sede de Gobernación de la ciudad de Rosario, con la participación de sus veintidós miembros –tanto en forma virtual o presencial-, en este primer encuentro se designaron las autoridades, se presentaron los distintos actores y se expusieron las principales problemáticas de cada uno de los sectores. Asimismo, en el marco de la pluralidad y participación que inspira la conformación de este ente, se invitó a todos los presentes a proponer los temas que ocuparían el orden del día del segundo cónclave.

La segunda sesión se desarrolló el día 21 de julio de este

año, en la sede de la Federación de Centros Comerciales de Santa Fe con bimodalidad virtual-presencial. En la misma se trató un diverso y enriquecedor orden del día donde se plasmaron las principales preocupaciones, desafíos y propuestos de cada uno de los representantes participantes. Es importante destacar que desde Cesyac propusimos el tratamiento de tres temas medulares: **1)** la creación de un observatorio que estudie la cadena de valor y formación de precios, buscando soluciones a corto y largo plazo para el acceso a los bienes y servicios esenciales; **2)** la confección de una guía de buenas prácticas comerciales respetuosas del derecho del consumidor y **3)** la urgente implementación de una campaña de prevención contra el fraude bancario y comercial. En tal sentido, luego de la exposición que realizamos de dichos ejes temáticos, logramos el apoyo unánime de los participantes, disponiéndose la creación de comisiones de trabajo a los fines de avanzar con el desarrollo de las cuestiones aludidas.

Por otro lado, y atento al impacto que tiene sobre el consumo, es importante mencionar que en la última reunión el Secretario de Comercio de Santa Fe Lic. Juan Marcos Aviano, expuso sobre la difusión que tuvo el programa Billetera Santa Fe, refiriéndose al uso que los consumidores realizan del mismo, los principales bienes adquiridos por intermedio de dicho plan, así como también las distintas medidas que se han tomado para evitar fraudes. Asimismo, el funcionario recordó que los productos que se paguen por ese medio no pueden tener recargo alguno, a la vez que puso de resalto las distintas inspecciones que se realizan en comercios para evitar sobre costos y las sanciones que se aplicaron en consecuencia. Finalmente, Aviano recordó

**Dr. Ignacio Pandullo**

Coordinador Asuntos Jurídicos CESyAC

✉ [consumidor@cesyac.org.ar](mailto:consumidor@cesyac.org.ar)

la importancia que tiene Billetera Santa Fe para auxiliar a los comercios en el marco pandémicos y para estimular el consumo mediante importantes descuentos.

En el horizonte de la Mesa de Diálogo se encuentra la puesta en marcha de las distintas comisiones, que estudiarán los temas tratados en las reuniones, intercambiarán ideas y opiniones y luego volcarán sus conclusiones a las reuniones plenarias. Posteriormente todo ello se traducirá en aportes e ideas que por intermedio de las autoridades se plasmarán en más y mejores normas que aseguren una mayor protección para la sociedad santafesina.

### CONCLUSIÓN

La conformación y puesta en marcha de la Mesa de Diálogo importa la concreción de una novedosa e importante decisión del gobierno, puesto que asegura la participación plural y amplia de todos los sectores. Asimismo, supone el destierro de viejas posturas adversariales, donde por intermedio de binomios tales como “consumidores vs empresarios” se tornaba imposible la realización de un diálogo enriquecedor que permita intercambiar ideas, problemáticas y propuestas para hacer que la vida de todas las personas sea mejor.

Los miembros del Centro de Educación, Servicios y Asesoramiento al Consumidor no sentimos muy honrados por la invitación que se nos formuló para integrar este órgano consultivo y hemos tomado el compromiso de realizar todos los aportes necesarios para lograr la plena vigencia de todos los derechos del consumidor, y así, la tutela efectiva de todas las personas.



### FUENTES

- [elsantafesino.com](http://elsantafesino.com)
- [ellitoral.com](http://ellitoral.com)
- [universojus.com](http://universojus.com)



# Cuidemos el agua



Desde Aguas Santafesinas, expresaron en sus redes sociales un mensaje solicitando que “hoy más que nunca hagamos un uso solidario y responsable del agua potable”, frente “a la extraordinaria bajante del río Paraná”.

Para ello, principalmente solicitaron no dejar que el agua corra innecesariamente al lavar los platos, lavarse los dientes o bañarse, y recordaron que, por ejemplo, una ducha de 10 minutos consume 80 litros de agua.

De esta forma, expusieron algunos consejos simples y prácticos para que entre todos cuidemos el agua como corresponde.

**01 - ¿Cómo cepillarte los dientes?:** A la hora de lavarnos los dientes debemos mantener la canilla cerrada y usar preferentemente un vaso.

**02 - ¿Cómo bañar a tu mascota?:** Cuando realizamos el aseo de nuestras mascotas debemos utilizar baldes o recipientes para recargar, evitando abrir la canilla continuamente.

**03 - Lavado de manos:** Al lavarnos las manos debemos mantener la canilla cerrada y sólo abrirla al momento de enjuagarnos.

**04 - Lavado de platos:** Al momento de lavar los platos debemos mantener la canilla cerrada para enjabonarlos y abrirla sólo a la hora de enjuagarlos.

**05 - Recargá tu botella:** Recordá tomar mínimo 2 litros de agua por día y mantener siempre recargada tu botella con agua de la canilla y así evitás el consumo de plástico innecesariamente.

**06 - Regado de plantas:** Un correcto regado de plantas debe hacerse utilizando regadera y preferentemente cuando no da el sol.

**07 - Limpieza de veredas:** Antes de baldear las veredas, recordá barrer, juntar las hojas y los residuos para evitar la obstrucción de los desagües.

**08 - Uso responsable del inodoro:** No debemos arrojar pañales, toallas higiénicas, algodón, etc., y así evitamos la obstrucción y desborde de las cloacas.

**09 - Mantenimiento de piletas:** Para prolongar el uso del agua de la pileta, debemos cubrirla al no utilizarla y mantenerla limpia con cloro y los productos correspondientes.

## FUENTES

- [Aguas Santafesinas.com.ar](http://AguasSantafesinas.com.ar)
- [f /aguas.santafesinas](https://www.facebook.com/aguas.santafesinas)
- [t /aguassantafe](https://twitter.com/aguassantafe)



## AUMENTOS AL 100%

Los precios de algunas frutas y verduras se dispararon esta semana como consecuencia de las heladas de la semana anterior que generaron cosechas magras en las huertas de la región. De una semana a otra, algunos valores se duplicaron y hubo subas de entre 50% y 100% en pimientos, tomates, berenjenas y zapallitos, entre otros.

En el caso de los pimientos, el incremento oscila un 60%: hace unos días vendía dos por 100 pesos y hoy lo ofrece a casi 200 el kilo o un pimiento a 100 pesos.

En los cajones del comercio el kilo de tomate perita se promocionaba a 198 pesos mientras que "la semana pasada estaba dos kilos a 200 pesos".

El consejo: seguir la evolución de los productos de estación. "En invierno lo que más sale es el cítrico, la mandarina y la naranja (en verano sube de precio y en invierno baja), además de papa y cebolla".

**Fuente: Rosario 3, disponible en [www.rosario3.com](http://www.rosario3.com), el día 6/7/2021.**



## CERTIFICADO DIGITAL DE VACUNACIÓN

Más de 7 millones de usuarios de la aplicación Mi Argentina ya disponen, dentro de la misma, de su credencial de vacunación contra el coronavirus, señaló la Jefatura de Gabinete comandada por Santiago Cafiero.

El gobierno desarrolló el Certificado de Vacunación Digital a través de la aplicación Mi Argentina (app que se descarga en las tiendas on line tanto en sistemas Android y iOS), para que toda persona que haya recibido la vacuna cuente con su credencial digital. El certificado ganará relevancia y será importante para los habitantes de las provincias que decidan implementar el sistema de "pase" o "certificado" sanitario como el que comenzará a implementar la semana que viene la provincia de Buenos Aires.

En Santa Fe la ministra de Salud, Sonia Martorano, señaló que está en evaluación en el seno del gobierno la implementación de una medida similar.

**Fuente: La Capital, disponible en [www.lacapital.com.ar](http://www.lacapital.com.ar), el día 21/7/2021.**



## AFIP VS BILLETAS VIRTUALES

La Afip incorporó hoy a los Proveedores de Servicios de Pago (PSP) que administran billeteras virtuales y otras plataformas, al régimen de información previsto para las transacciones de activos efectuadas mediante herramientas y/o aplicaciones informáticas. Esos cambios establecieron que estarán alcanzadas por el gravamen las personas jurídicas que realicen operaciones en cuentas de pago, debiendo actuar como agente de retención y liquidación los PSP.

Se incorpora como parte de la información a suministrar por parte de las PSP el dato de la Clave Virtual Uniforme (CVU) que permite la identificación y trazabilidad de transferencias de fondos que se realicen entre cuentas a la vista cuando, como mínimo, una de ellas pertenezca a una empresa proveedora de servicios de pago, facilitando la interoperabilidad entre cuentas a la vista y servicios de pago, de acuerdo con el texto oficial.

**Fuente: Conclusión, disponible en [www.conclusion.com.ar](http://www.conclusion.com.ar), el día 22/7/2021.**



# Buenas prácticas comerciales

La Secretaría de Comercio Interior del Ministerio de Desarrollo Productivo de la Nación presentó una guía de buenas prácticas que brinda herramientas para que las empresas adopten la perspectiva de género en sus procedimientos comerciales. Frente a la necesidad de abordar la doble desigualdad que enfrentan las mujeres y diversidades en las relaciones de consumo, primero como consumidoras/es y, además, por su condición de género u orientación sexual, el documento tiene por objetivo lograr relaciones de consumo más equitativas.

### UN RESUMEN DE LA MISMA:

**1. Información:** La Ley 24.240 establece las características de base que debe tener la información prestada al/la consumidor/a. Esta información debe ser dirigida sin identificaciones de orientación por género ni sesgada en virtud del sexo biológico.

**2. Rotulados:** La presentación del producto no debe orientarse a un público segmentado por género, evitándose la utilización de colores o códigos que se encuentren socialmente relacionados con estereotipos de género.

**3. Protección a la salud y la seguridad:** La ley 24.240 establece la obligación de la persona o empresa proveedora de garantizar la protección a la salud y seguridad de las y los consumidoras/es. Por lo tanto, ninguna práctica de la relación de consumo puede poner en riesgo a las y los consumidoras/es

**4. Publicidad:** La ley 24.240 de Defensa del Consumidor establece la obligación que tiene el/la proveedor/a de brindar un trato digno y equitativo durante todas las etapas de la relación de consumo, por lo tanto, no debe tener mensajes discriminatorios. Al mismo tiempo, la ley 26.485 de Protección Integral a las Mujeres habla de violencia simbólica para referirse a los mensajes que reproducen estereotipos de género. La publicidad no sexista en los medios audiovisuales también ha sido abordada por la Ley

26.522 de Servicios de Comunicación audiovisual, que en su artículo 70 establece la obligatoriedad de evitar la producción y reproducción de contenido que promueva o incite al trato discriminatorio basado en el sexo y la orientación sexual [8]. Por su parte la Ley 23.592 sobre Actos discriminatorios menciona en particular el sexo o los caracteres físicos como característica para identificar actos u omisiones específicamente discriminatorias [9].

### 5. Condiciones de atención y trato:

**Derecho de admisión sin discriminación** En línea con el derecho de las y los consumidoras/es a recibir un trato digno y equitativo, es importante recordar que no se puede negar o restringir subjetivamente el acceso a un consumo. Como ejemplos de restricciones subjetivas podemos citar la identidad de género de una persona, la forma o tamaño de su cuerpo, la vestimenta que use, etc.

**Servicios brindados a cambio de prácticas sexistas** La exigencia de determinadas prácticas sexistas como condición para lograr una mejoría del servicio constituye una práctica nociva.

**6. Contratos, formularios y documentación:** Contratos respetuosos e inclusivos, los contratos también forman parte de la relación de consumo y por lo tanto se aplican las mismas reglas. A la hora de celebrar un contrato, éste no puede tener cláusulas abusivas que discriminen a las consumidoras y los consumidores por su identidad de género.

### INFO ÚTIL

- [www.argentina.gob.ar](http://www.argentina.gob.ar)
- [www.argentina.gob.ar](http://www.argentina.gob.ar)



## SÚPER CERCA EN ROSARIO

Súper Cerca, un programa por el cual el Estado nacional acordó congelar el precio hasta fin de año de 70 productos producidos por 24 firmas líderes de Argentina para venderlos en almacenes y autoservicios de barrio. Llegará con fuerza a la ciudad luego de un comienzo tibio desde su lanzamiento, con denuncias de faltante de mercadería de los comerciantes, que identificaban solo unos 30.

El plan, que tiene el objetivo de poner un coto al proceso inflacionario durante los próximos seis meses, llegará ahora con la totalidad de los artículos y el monitoreo estatal y de las cámaras comerciales, en lo que se estima son 6.000 comercios de proximidad de la ciudad que contarán con esas manufacturas. La aplicación completa, sin embargo, llevará un tiempo de implementación que no es tan sencillo de llevar a cabo, pero la idea es darle un espaldarazo.



## ESTUDIO DE LEY DE TALLES

El Instituto Nacional de Tecnología Industrial (INTI) reabrió la convocatoria para la última etapa del primer Estudio Antropométrico Argentino (EAAR) que comenzará en la ciudad de La Plata y releve las medidas de los cuerpos argentinos para cumplimentar la Ley N° 27.521, conocida como Ley de Talles.

El equipo de científicos del INTI recorre el país con un escáner 3D para crear un nuevo estándar, que permitirá ajustar la tabla de talles de indumentaria a la morfología real de los habitantes y unificar el criterio de la industria local. De esta manera, el estudio antropométrico dará sustento al Sistema Único Normalizado de Identificación de Talles de Indumentaria (SUNITI) creado a partir de la Ley de Talles que se reglamentó el 10 de junio pasado.

La Ley establece que la totalidad de la indumentaria deberá ser fabricada, confeccionada, comercializada e importada de conformidad con el SUNITI.

## ENACOM Y SUBAS A SERVICIOS

El Ente Nacional de Comunicaciones (Enacom) autorizó a los licenciatarios de servicios de telefonía, cable e internet a aumentar el precio minorista de sus servicios. La disposición rige a partir del 1° de julio, por lo que las empresas podrán trasladar el incremento a partir de este mes.

De acuerdo a la resolución 862/2021 publicada en el Boletín Oficial, el aumento será del 5% y sólo podrán aplicarlos aquellos prestadores que hayan cumplido con las resoluciones anteriores que autorizaron aumentos desde enero de este año.

Al mismo tiempo, la normativa aclara que los aumentos no podrán alcanzar a los precios de las prestaciones básicas universales y obligatorias. Además, estableció en \$ 25 el valor máximo del precio de recarga de 50 MB de datos móviles por día; en \$ 0,38 el del segundo de voz; y en \$ 5 el del precio del SMS, todos con impuestos incluidos, para servicios móviles en la modalidad "prepaga pura".



## Informe de Precios JUNIO 2021

### Rosario



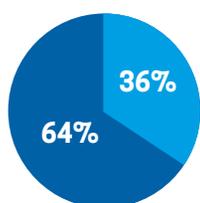
**CANASTA BÁSICA:**  
**\$ 94.790,70.-**

Para el mes de Junio la canasta de alimentos y servicios ha presentado variaciones, con un valor de \$ 94.790,70 lo que representa un aumento intermensual del 2,25% respecto al mes de Mayo de 2021.

Si desglosamos por tipo de productos, observamos que el grupo de Carnes varió un 3,64%; Pdtos de Limpieza 2,45% y Bebidas un 1,22%.

Y con respecto a los servicios, hubo variaciones en Electricidad 14,78%; Gas natural 3,37%; Cuota Colegio 6,68%; Medicamentos 6,01% y Seguro Automotor un 20,00% para la canasta básica.

Si comparamos el costo de la misma canasta con el mismo mes del año 2020 el cálculo de variación interanual arroja un promedio de 43,63% y la variación acumulada para 2021 es de 22,03%.



Productos de consumo masivo:  
**\$ 34.387,96.-**  
Servicios básicos para el hogar:  
**\$ 60.409,94.-**

### Buenos Aires



**CANASTA BÁSICA:**  
**\$ 141.254,29.-**

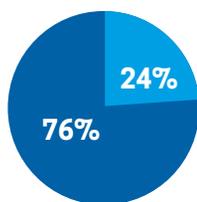
Para el mes de Junio de 2021 la canasta de alimentos y servicios se ha ubicado en un total de \$ 141.254,29. La variación general fue del 1,62%. La variación de Productos de Consumo Masivo registró un incremento de 5,05%. El rubro Servicios Básicos se incrementó en 0,51%.

Los aumentos más relevantes en el rubro de Productos de Consumo Masivo han sido los siguientes sub-rubros: Carnes 5,26%; Comestibles envasados 7,88%; y Bebidas: 6,30%.

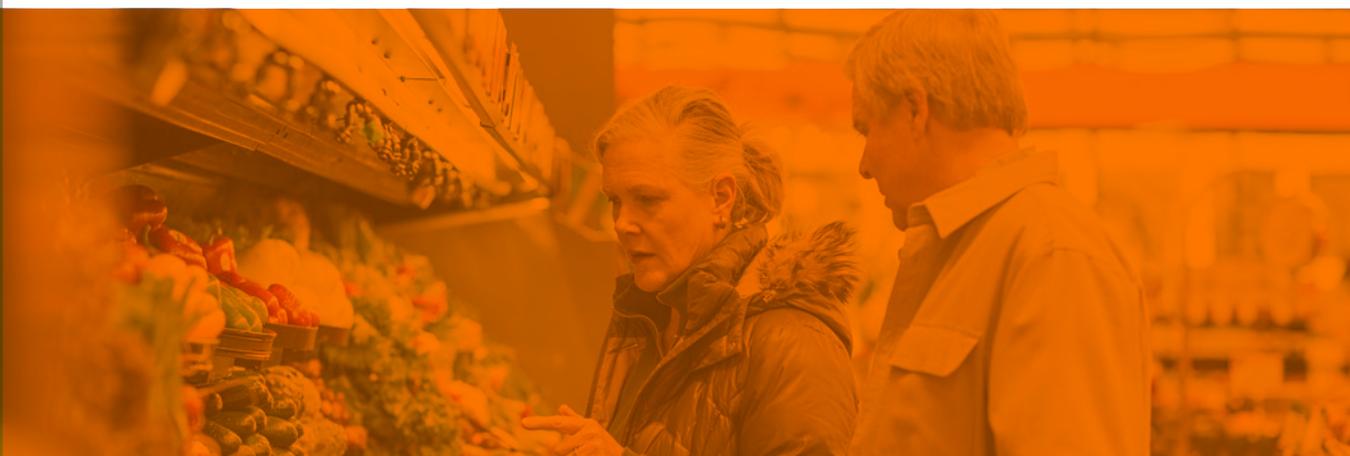
Dentro del rubro Servicios Básicos se distinguen los siguientes aumentos: Medicamentos 2,60%; ABL 3,8% y Telefonía Celular 7%.

Los aumentos de gas aprobados el 31/05/2021 comenzarán a recibir facturación a partir de Julio/2021, un aumento previsto del 6% promedio, se seguirá el impacto en las facturas de las y los usuarios.

Se mantiene, la tarifa de Agua y Saneamiento en la región metropolitana (CABA-AMBA) servida por AYSA. Igual situación con respecto a la tarifa de Transporte de colectivo de Pasajeros y Trenes (jurisdicción Nacional).



Productos de consumo masivo:  
**\$ 35.671,41.-**  
Servicios básicos para el hogar:  
**\$ 105.582,88.-**



## Jubilados



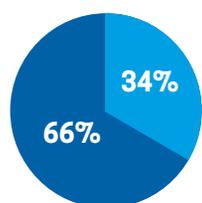
**CANASTA BÁSICA:  
\$ 43.767,51.-**

Para el mes de Junio la canasta de alimentos y servicios ha presentado variaciones, con un valor de \$ 43.767,51lo que representa una variación del 0,11% respecto al mes de Mayo de 2021.

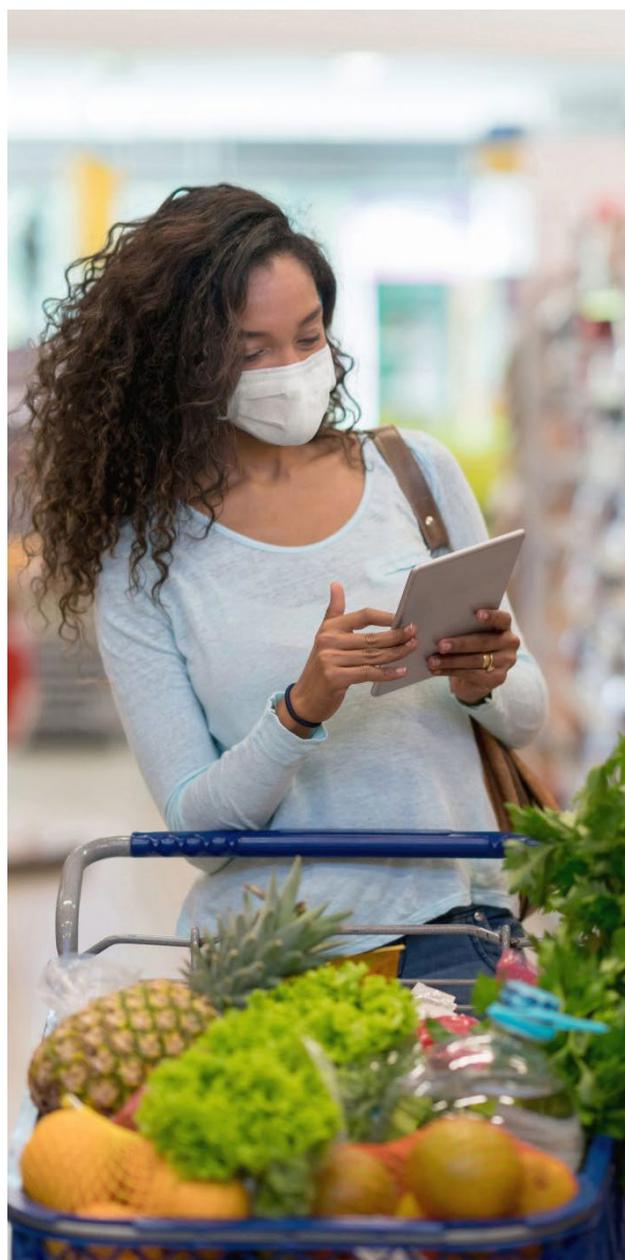
Si desglosamos por tipo de productos, observamos que el grupo de Carnes 2,32% y Pdtos de limpieza 3,93%.

Y con respecto a los servicios, hubo variaciones en Electricidad 14,78%; Gas natural 3,37% y Medicamentos un 2,86%.

Si comparamos el costo de la misma canasta con el mismo mes del año 2020 el cálculo de variación interanual arroja un promedio de 42,41% y la variación acumulada para 2021 es de 19,51%.



Productos de consumo masivo:  
**\$ 14.911,95.-**  
Servicios básicos para el hogar:  
**\$ 28.855,56.-**



**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](https://facebook.com/cesyac)**consumar**Accedé a todas las ediciones  
ingresá a [www.cesyac.org.ar](http://www.cesyac.org.ar)

## NÚMEROS ÚTILES

DEFENSA NACIONAL DE  
DEFENSA DEL  
CONSUMIDOR**DEFENSA DEL CONSUMIDOR****0800-666-1518**[www.consumidor.gob.ar](http://www.consumidor.gob.ar)Santa Fe  
Provincia**DIRECCIÓN GENERAL  
DE COMERCIO INTERIOR****0800-444-0999**[www.santafe.gov.ar/tramites](http://www.santafe.gov.ar/tramites)ENACOM  
Ente Nacional de Comunicaciones**ENTE NACIONAL  
DE COMUNICACIONES****0800-333-3344**[www.enacom.gob.ar](http://www.enacom.gob.ar)OSSN SUPERINTENDENCIA DE  
SEGUROS DE LA NACION**SUPERINTENDENCIA DE SEGUROS****0800-666-7400**[www.ssn.gob.ar](http://www.ssn.gob.ar)CNRT  
Comisión Nacional de Regulación de Telecomunicaciones**CNRT****0800-333-0300**[www.cnrt.gov.ar](http://www.cnrt.gov.ar)SSSalud  
SUPERINTENDENCIA DE  
SERVICIOS DE SALUD**SUPERINTENDENCIA DE SALUD****0800-222-72583 (SALUD)**[www.sssalud.gov.ar](http://www.sssalud.gov.ar)ENARGAS  
Ente Nacional de Regulación de Gas**ENARGAS****0800-333-4444**[www.enargas.gov.ar](http://www.enargas.gov.ar)EnReSS  
Ente Nacional de Regulación de Energía y Agua**ENRESS****0800-777-0072**[www.enress.gov.ar](http://www.enress.gov.ar)Concejo Municipal  
de Rosario**OFICINA MUNICIPAL****0800-666-8845**[www.concejorosario.gov.ar/defensadelconsumidor](http://www.concejorosario.gov.ar/defensadelconsumidor)