

ESTUDIO SOBRE PRECIOS DE LA ENTIDAD DE CONSUMIDORES ADELCO

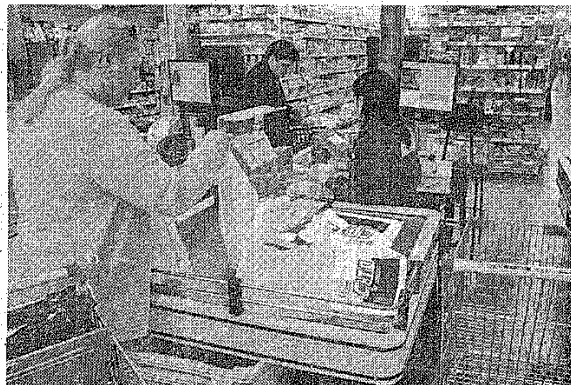
Las marcas líderes bajaron un 0,42%

■ De las marcas más económicas, los precios descendieron un 2,48%.

Los precios de la canasta de productos básicos de marcas líderes bajaron 0,42% en julio con respecto al mismo mes del año pasado, mientras que los de marcas más económicas descendieron un 2,48%, según un informe de la Liga de Acción del Consumidor (Adelco).

La encuesta de la entidad de defensa del consumidor sigue la evolución de los precios de 22 productos para alimentación y 6 de higiene a través de dos canastas de compra.

De acuerdo con Adelco, la situación beneficia a los bolsillos de los consumidores económicamente más vulne-



■ Las bajas benefician a los consumidores de bajos recursos.

rables, que son quienes dedican la mayor parte de sus ingresos a comprar productos baratos para cubrir sus nece-

sidades básicas.

La entidad realiza esta encuesta mensualmente desde hace más de 15 años,

tomando siempre los mismos productos en los mismos supermercados.

Los precios de productos de consumo básico fueron relevados en supermercados e hipermercados entre el 28 de julio y el 26 de agosto últimos.

El valor de la canasta de productos de primeras marcas pasó de 255,77 pesos a 254,69 pesos, determinando una variación porcentual negativa del 0,42%.

Los cinco productos que más aumentaron son: Azúcar (48,38%), Mermelada de durazno (13,83%), Zanahoria (8,53%), Yerba mate (6,60%) y Aceite mezcla (5,07%). ■



Carrefour

Gracias a la solidaridad de los clientes y a la colaboración de cada uno de los voluntarios de Sumando Voluntades, se recolectaron más de 10.000 juguetes para CILSA y diferentes entidades de bien público del país.

Con motivo del Día del Niño, Carrefour Argentina realizó una colecta de juguetes en todas las tiendas del país a beneficio de CILSA y otras entidades de bien público cercanas a las tiendas. Los clientes tuvieron la oportunidad de participar, al sumar un juguete a su compra y además, con la colaboración de los voluntarios de "Sumando Voluntades", el programa nacional de Responsabilidad Social empresaria de la compañía, la campaña tuvo gran alcance y se logró recolectar más de 10.000 juguetes.



CARREFOUR SUMÓ VOLUNTADES POR LOS NIÑOS



La iniciativa colaboró con la acción de CILSA, "Un juguete una sonrisa", a través de la cual, los juguetes recolectados beneficiaron a más de 2500 chicos de los Hogares de Día. Esta institución dedicada a la integración plena de los sectores más vulnerables de la sociedad, trabaja especialmente con personas con discapacidad y niños y niñas provenientes de familias de escasos recursos económicos. En las localidades donde CILSA no está presente, los juguetes recolectados fueron entregados a instituciones de bien público cercanas a las tiendas. Las mismas fueron seleccionadas por el embajador de Sumando Voluntades de cada

sucursal. Una de las tantas acciones que se llevaron a cabo en diferentes localidades, fue en Concordia, Entre Ríos, donde se organizó una "barrileteada" en el Parque San Carlos y se entregaron barriletes realizados por voluntarios de Carrefour a cambio de un juguete. Las donaciones se entregaron en el Hospital Delicia C. Masvernat, el Hogar Belén, el Instituto del Menor de Concordia y en el Hogar Antonio de Padua. Por su parte, en Tandil, se realizó la colecta a beneficio de la Fundación Pequeños hogares de Tandil, donde además se donaron ropa y libros.

Como parte de los festejos por el día del niño, se orga-

nizaron además actividades en las tiendas del interior del país. En el caso de Córdoba, el día previo al día del niño se invitó a los clientes de las sucursales y a los hijos de los colaboradores a un festejo con payasos, animadores y chocolatada. Lo mismo sucedió en Corrientes, donde embajadores de los locales de la provincia organizaron juegos, sorteos y animaron el festejo con disfraces, canciones y un pelotero.

La propuesta forma parte del programa nacional de responsabilidad social empresaria "Sumando Voluntades", a través del cual la compañía busca colaborar con la nutrición,



promover la inclusión social, a través de la formación de oficinas y concientizar sobre el cuidado del medio ambiente.