



Diversos factores incidieron en la suba de los precios. Comerciantes tienen la expectativa de que empiecen a bajar.

La verdura está cada vez más lejos de la gente

No es tan simple cumplir con el eterno consejo de comer sano. La verdura cuesta en algunos casos más que varios cortes de carne. El zapallito superó la barrera de los 20 pesos por kilo.

ROCA (AR).- La evolución de los precios continúa en una escalada asombrosa. Y las siempre recomendadas y saludables verduras, hoy no están tan al alcance de cualquier bolsillo como en otros tiempos.

Llegó, insólitamente, el día en que se puede llegar a elegir -porque valen casi lo mismo- entre un kilo de asado o un kilo de chauchas o zapallitos verdes. Es que los tres productos han pasado la barrera de los 20 pesos y, hoy por hoy, reflejan que "comer sano" no implica precisamente poder achicar costos.

Factores climáticos en el norte del país, encarecimiento de costos y fletes, entre otras causas, han entrado en danza en las últimas semanas y terminaron jugando en contra de los bolsillos con menor poder adquisitivo.

Y más allá de las cuestionadas estadísticas de organismos oficiales, el grito en el cielo que pegan las asociaciones de consumidores, y la política que impulsará el gobierno nacional para abaratar los valores de la ensalada, en una simple recorrida por mercados minoristas, supermercados y mayoristas, en la zona, se pudo advertir el por qué de la queja reiterada de los compradores: ¡las verduras están por las nubes!

Los zapallitos y las chauchas llegaron a precios insólitos este año. Las subas, en determinados productos, pese a las condiciones estacionales, fueron extraordinarias y se dieron incrementos que fueron del 100 al 500%, coincidieron vendedores minoristas y mayoristas consultados. "Fue un año anormal. Ahora ya llegó al tope y esperamos que empiecen a bajar, pero es cierto, en algunas cosas hubo subas de más del 100% o productos que llegaron a costar hasta 5 veces más", se indicó desde un depósito mayorista local.

¿De qué estamos hablando? De los 23 pesos que cuestan los morrones, de los 28 y 30 pesos a los que llegó el kilo de chauchas, los 13 y 15 pesos en la lechuga, etc.

Y de la mano de los incrementos, se dio la baja en las ventas. "Hoy un cajón de zapallitos está en 120 pesos, la berenjena muy cara y las chauchas conseguí el cajón por no menos de 180, cuando antes costaba 60 o 70 pesos", se mencionó desde el depósito mayorista Tronelli, en Roca. "Y lógicamente se vende mucho menos de las verduras que están más caras. Cuando antes vendíamos 100 ó 200 cajones de choclos, por ejemplo, ahora se venden 20", indicó el comerciante.

En sólo una recorrida por supermercados, híper de cadenas foráneas y locales más pequeños se pueden advertir panoramas diferentes, aunque en ninguno de los casos, salvo excepcionales ofertas del día, se advierten los precios económicos de años anteriores.

"Hubo heladas en el norte del país y eso trajo muchos problemas. Incluso estamos comprando mercadería que cuando llega está fea por dentro y la gente se queja", se indicó desde el supermercado local, Andrade.

Un verdulero de un local de pleno centro roquense, coincidió en el diagnóstico aunque vaticinó que los productos "ya van a comenzar a bajar".

Principio de acuerdo entre AEC y Chango Más por despidos y condiciones laborales

El representante de la Asociación Empleados de Comercio (AEC), Walter Cortés, así lo adelantó. Hubo una reunión con autoridades locales de la empresa. “Se arribó a un máximo de acuerdo”, dijo. Pero pasaron a un cuarto intermedio porque falta la confirmación de los directivos nacionales. En caso de no firmar, habrá nuevas medidas de fuerza durante el fin de semana y lunes y martes.



En estos días continuaron las negociaciones entre los integrantes de la Asociación Empleados de Comercio (AEC) y los representantes del supermercado Chango Más, de la cadena Wall Mart. Y en un encuentro realizado hoy se llegó a un “principio de acuerdo” que incluiría la mayoría de los reclamos planteados desde el sindicato en defensa de los trabajadores. Así lo confirmó a ANB Walter Cortés, representante del gremio.

Durante le fin de semana, hubo un corte total en el ingreso al nuevo supermercado. Se reclamaba la reincorporación de al menos 20 empleados despedidos, el pago de un porcentaje adicional por zona fría y otras cuestiones relacionadas con los uniformes y la comida.

“Se pasó a un cuarto intermedio y podemos decir que hubo un máximo de acuerdo, aunque hasta que no esté firmado el convenio no podemos adelantarnos, falta la resolución de los directivos a nivel nacional”, expresó Cortés.

Y resaltó que hoy “se está ante una tregua, en caso de no haber un acuerdo se volverá a las medidas de fuerzas que comenzarán el sábado y durarán hasta el martes incluido, así hasta que sea necesario”.

Consultado sobre la posibilidad de que los trabajadores despedidos vuelvan a sus puestos de trabajo, Cortés precisó que es uno de los puntos que estarían dentro del acuerdo, pero que eso se podrá definir recién mañana. (ANB)

Producto de Santa Elena en las góndolas del MERCOSUR



Kani Kama: la elaboración de un producto deseadense que se comercializa en el MERCOSUR.

Instalada en la localidad desde 1989, la empresa Santa Elena, logró crear un producto diferencial con alto valor agregado; se trata de los clásicos bastoncitos denominados Kani Kama que se exhiben con éxito rotundo en las góndolas de los supermercados locales y del MERCOSUR.

El gerente de la planta Oscar Zarza, sostuvo que el Kani Kama ya es una marca registrada de Pesquera Santa Elena. “El producto básico se llama Análogo de Surimi, análogo porque es un producto que imita a otros utilizando como base el surimi que es una pasta de proteína de pescado que en la Argentina se realiza con dos especies: merluza de cola y merluza Polaca”, señaló el directivo.

Zarza admitió que la empresa sufrió un extenso parate tras de la quema de las plantas pesqueras, pero luego volvió a producir normalmente y en la actualidad cuenta con varias líneas de producción que inclusive pueden encontrárselas en los comercios locales; “tenemos un pack de 750 gramos, luego está el producto tradicional de 250 gramos y hebras para ensaladas, y finalmente la línea Premium que es el Kani Kama de la Patagonia, de 180 gramos”, detalló.

En cuanto al sabor y al aroma del producto, el gerente de Santa Elena indicó que todas las versiones tienen el mismo sabor que es gusto a cangrejo, lo que cambia es el perfil del empaque.

Hay que decir que la elaboración del producto es un trabajo que a pesar de contar con más de un centenar de operarios se realiza de manera totalmente automatizada.

Zarza explicó que el moderno tren de Kani Kama con que se realizan las líneas de producción “es una máquina- con dos boquillas, que permiten una tirada diaria de 8 toneladas de Kani Kama, lo que implica una producción anual de 1.200 toneladas”.

En cuanto a los pasos de elaboración el directivo señaló que todo comienza con la recepción de la materia prima en la planta: “Nosotros recibimos el surimi congelado, luego le agregamos los distintos saborizantes naturales que es un secreto, luego pasa por el tren, que es una máquina que mide aproximadamente 20 metros, que tiene diferentes zonas de calentamiento, enfriamiento posterior, de gelificación, que logran setear la masa y transformarla de una proteína de pescado en un gel, es un proceso semi continuo ya que la máquina no para nunca y desde que se inicia la molienda del surimi hasta que sale el palito son aproximadamente 40 minutos. Se arranca a las 6 de la mañana y se para a las 7 de la tarde dando tiempo luego para higienizarla y prepararla para comenzar de vuelta”.

Una planta que no depende del langostino

Una de las principales características de la planta de Kani kama Santa Elena es que es producto que está establecido desde hace décadas en el mercado y lo bueno es que es totalmente independiente de las capturas de langostino, “que se capture mucho o poco langostino no incide en los niveles de producción de la empresa ya que la fabricación de los clásicos bastoncitos es a base de surimi”, sostuvo para finalizar el gerente de Santa Elena.

Medio: Diario Río Negro – Río Negro	Fecha: 08-09-2010	Pág.:
-------------------------------------	-------------------	-------

La Anónima llega en 2011

SIERRA GRANDE (ASG).- El crecimiento de la ciudad en los últimos tiempos fue determinante para que el supermercado La Anónima decida instalarse en Sierra Grande. El lunes el intendente Nelson Iribarren recibió la mejor noticia en los últimos años, esperaba la decisión del supermercado y las autoridades máximas de la cadena hizo el anuncio desde el despacho del intendente

La firma empezará a construir la obra en noviembre y abrirá sus puertas en junio del 2011 y empleará a 45 personas. El mandatario local recibió al gerente de la cadena de supermercados, Federico Brawn, que anunció la apertura de la sucursal 64.

La empresa comercial tiene comprado un predio cerca de la calle 1, y se planea construir un salón de ventas de 1.000 m2. "El intendente hizo mucho para convencernos que así sea", sostuvo Brawn.

La mitad del gasto familiar se destina a alimentos y limpieza



El informe es de la consultora DatosClaros.

El 50 por ciento del gasto de las familias se destina a alimentos y artículos de limpieza, según señaló un estudio privado realizado entre hogares ubicados en las diferentes áreas metropolitanas del país.

El informe de la consultora DatosClaros indicó además que el resto del gasto se reparte en partes iguales entre educación y tiempo libre.

La consultora efectuó distintas investigaciones que se orientan a profundizar aspectos relacionados con los valores femeninos en el mundo actual y la relación de ellas con la organización familiar.

En todos los casos los resultados son emergentes cualitativos surgidos de "focus groups" y entrevistas en profundidad realizadas a mujeres entre 25 a 45 años que habitan en el áreas metropolitanas.

Estos estudios revelaron las familias invierten el doble en alimentos y limpieza, que en educación, en tanto que para el tiempo libre aplican el mismo nivel de gastos que para la formación de sus hijos.

En cuanto a la compra de los productos el estudio muestra que la gran mayoría opta por las primeras marcas y también mayoritariamente eligen los productos de mayor contenido para despreocuparse de concurrir más seguido a hacer la compra.

Hay un segmento de consumidores que también toma en cuenta las ofertas de producto a menor valor, aún con una menor calidad.

Fuente: SM

Medio: La Opinión – Rafaela	Fecha: 08-09-2010	Pág.:
-----------------------------	-------------------	-------

TODO EL PREDIO SE CONCRETARA EN TRES ETAPAS

Libertad abrirá su shopping en la primera semana de diciembre

Durante este mes se realizarán entrevistas a quienes se mostraron interesados en ingresar a la empresa. En octubre, llegarán las capacitaciones. En diciembre se abrirá el supermercado y unos 15 locales comerciales. Después, será el turno del resto del mall y, finalmente, las salas de cine.

Por Adrián Gerbaudo

El hipermercado Libertad abrirá sus puertas en la primera semana de diciembre, como consecuencia del esfuerzo que se realiza en el predio lindante a la Nueva Terminal para avanzar con la obra.

De esta manera, la empresa del Grupo Casino confirma lo que ya había adelantado LA OPINION en su momento: para finales del presente año, la inversión en nuestra ciudad estaría concretada.

La fecha concreta no fue confirmada, aunque en algunos medios ya circula una: el jueves 9 sería el día elegido.

El objetivo es lógico:

lograr el impacto competitivo que quieren para la temporada fuerte de las Fiestas.

Por ahora, son tiempos de organización: durante el presente mes continuarán realizándose las entrevistas de los postulantes a los diferentes empleos que esta nueva oportunidad comercial ofrece.

Los seleccionados realizarán diferentes cursos de capacitación durante el próximo mes. Estos se realizarán tanto en nuestra ciudad como en sedes cercanas de Libertad, como por ejemplo, Rosario.

Mientras esto se lleva adelante, la infraestructura seguirá avanzando.

y para la primera semana de diciembre (en poco más de 10 semanas), todo estará listo para abrir las puertas.

EN ETAPAS

No todo el complejo se abrirá en diciembre, sino que se hará por etapas. La primera de ellas consistirá en el hipermercado Libertad -su superficie es la que sorprende: 4.300 metros cuadrados- y entre 15 a 20 locales comerciales.

Más tarde, llegará el tiempo del área de esparcimiento (el patio de comidas) y el resto del mall.

Para la última etapa quedarán los cines, en donde hay puesta una gran expectativa en la población. Por ahora, no hay confirmaciones acerca de cuál será la empresa encargada de manejarlos. Libertad trabaja con dos empresas, las cuales serán sondeadas en primer término. Pero nada descarta que otra firma pueda quedarse con el negocio.

Vale recordar que la diagramación preliminar del complejo, prevé la división del centro comercial en cuatro ámbitos diferenciados: hipermercado, locales orientados a la prestación de servicios (tintorería, telecentro, farmacia, casa fotográfica); locales relacionados con la indumentaria (masculina, femenina, de calzados, accesorios, etc); y el sector de esparcimiento (gastronomía y salas cinematográficas).

En esta diagramación, serían 40 los locales comerciales a alquilar, lo que representa el 60% del shopping. Inicialmente, se contemplaba que cada módulo tendría una superficie de entre cuatro o cinco metros de frente, por ocho o diez metros de ancho.

FUERTE INVERSION

De acuerdo a lo informado oficialmente desde Libertad, han invertido hasta ahora en nuestra ciudad 25 millones de pesos: nueve de ellos en la culminación de la Nueva Terminal y el resto (16 millones de pesos) en el Centro Comercial, en el predio lindante. Esto, hasta el parate de la obra debido a las crisis internacionales.

Obviamente, a esto hay que sumarle las erogaciones que se realizan en este momento.

Demás está decir que los números que se manejaban en 2008 fueron ampliamente superados, en gran medida, por el proceso inflacionario que se vivió en estos dos últimos años.

Libertad, perteneciente al Grupo Casino, se reconoce como una firma "federal". Es que su "cuartel central" se encuentra en la localidad de Córdoba y tiene sucursales en diferentes lugares del país, menos Capital Federal.

Lo cierto es que, tres años después de la adjudicación de la iniciativa privada -culminar la Nueva Terminal a cambio del terreno donde se levanta el centro comercial-, Rafaela podría concretar su primer shopping.