

EL 8 DE DICIEMBRE PARTIRAN HACIA DIFERENTES PARAJES DEL INTERIOR CHUBUTENSE

## Ya está en marcha la 7ª Campaña Solidaria de la CAI y el Grupo 4x4

Una vez más la hinchada solidaria de la Comisión de Actividades Infantiles trabaja en la organización de la 7ª Campaña Solidaria junto a los voluntarios del Grupo de vehículos 4x4, con la finalidad de llevar alimentos no perecederos, ropa y diversos elementos a los niños que están internados en escuelas de parajes del interior chubutense.

Según precisó su impulsor, Manuel "Portu" Guerreiro en esta ocasión la intención es llegar a lugares como Costa del Montoso, Tres Ríos, Piedra Parada, Cañadón Lago Horquetas, Sierra de Gualjaina, El Mirador, Zona Dos Sectores, Cañadón Grande, Costa de Gualjaina, Casco Costas de Lepá, además de los internados y escuelas rurales que se encuentran en tales parajes.

Asimismo quiso llegar con su agradecimiento a toda la gente que a lo largo de este año ha acercado a la institución deportiva diferentes elementos, conociendo que se realiza esta travesía solidaria por parajes lejanos del interior del Chubut.

Así Guerreiro agradeció a los propietarios de Supermercados La Proveeduría -donde también se reciben elementos-, a la comisión directiva de la CAI y a la Cruz Roja que ha colaborado en diferentes ocasiones.

Esta vez, ante la proximidad del viaje del 8 de diciembre, necesitan ropa, calzado y también artículos escolares, al igual que regalos navideños, considerando que la travesía será a pocas semanas del festejo de la Navidad.

Según dijo el voluntario, la respuesta de los vecinos de Comodoro Rivadavia y Rada Tilly siempre ha sido significativa y por eso reiteró su agradecimiento por la colaboración.

"La intención este año es poder llegar con dos camiones llenos", dijo Guerreiro quien también valoró el esfuerzo y la dedicación de los integrantes del Grupo 4x4, en especial su presidente, Augusto Sovier, indicó.

**Y PARA TODO 2010 DEL 26 POR CIENTO**

## Estiman que inflación de noviembre es del 2,1 %

Las expectativas de inflación se ubican en el 2,1 por ciento durante noviembre, mientras que para todo el 2010 ya se encaminan al 26 por ciento.

Así lo proyectó una nueva proyección difundida ayer por la consultora Gabriel Rubinstein y Asociados.

“Nuestras estimaciones sobre la base de la estacionalidad semanal indican que la inflación de noviembre se ubicaría en 2,1 por ciento (antes 2%)”, indicó el relevamiento.

Esto se produjo -según esa consultora- a pesar del descenso de los aumentos semanales para la segunda quincena de noviembre que dejaría un arrastre más moderado para diciembre.

En la segunda semana de noviembre la suba de precios fue bas-

tante más baja que en la primera semana, pero más alta que lo previsto por esa consultora (0,36% contra 0,22%).

En la segunda semana del mes se destacó la suba del rubro esparcimiento (1%) e indumentaria (0,8%).

Alimentos y Bebidas registró una suba más moderada a partir de cierto freno en el aumento del precio de la carne que subió muy fuerte en octubre y la primera semana de noviembre.

La suba acumulada de las últimas cuatro semanas sigue ubicándose por encima del 2,5%.

“El ajuste alcista en la inflación esperada para noviembre nos lleva a ajustar levemente al alza la inflación esperada para el año que, ahora, la estimamos en 26%”, indicó la consultora.

## ARRANCÓ GUERRA DE DESCUENTOS Y CUOTAS

## Esperan boom de consumo para las próximas fiestas

**S**upermercados, shoppings, bancos y casas de electrodomésticos pusieron en marcha estrategias para posicionarse con vistas lo que esperan será un boom de consumo por las compras de fin de año, para cuando se espera que las ventas aumenten 20 por ciento promedio respecto del mismo período de 2009.

La campaña incluye acuerdos entre grandes cadenas que buscarán aprovechar los mayores incentivos al consumo otorgados por el gobierno con impacto en diciembre.

Si bien la Argentina no tenía esa costumbre hasta principios del 2000, el hábito de las ofertas que surgieron con la crisis para apuntalar el consumo demostró haber llegado para quedarse.

Para ganar terreno en la pelea por el bolsillo del consumidor en los acuer-

dos se comparten las cargas: bancos bajan el porcentaje que cobran a comerciantes por la tarjeta y asumen con shoppings o cadenas de supermercados los gastos de las campañas publicitarias, mientras que el comerciante sacrifica margen.

En una carrera contra el tiempo, supermercados, shoppings y bancos lanzan propuestas cada vez más agresivas, y gracias a esta estrategia las entidades financieras multiplicaron la apertura de cuentas este año.

Por cada cliente nuevo se abre una caja de ahorro y dos tarjetas, la de débito y la de crédito, por las que se pagan diferentes costos, un ingreso clave para las entidades.

En tanto, los comercios dicen que con el mayor volumen compensan la caída en sus ganancias. #

## Esta semana rubrican acuerdo de precios para la Canasta Navideña

REDACCION TiempoSur  
redaccion@tiemposur.com.ar

**L**o adelantó Daniel Cruces, titular de la Federación Económica de Santa Cruz. Indicó que entre hoy y mañana se reunirá con la directora Provincial de Comercio, Paola Knoop, para conocer el acuerdo que la funcionaria consensuaría con las cadenas de supermercados.

“Me encontré con la Directora de Comercio provincial, quien me comunicó que se reunirá con los supermercadistas y se firmará un convenio el 1 ó 2 de diciembre con los productos al alcance de la gente más necesitada; con cantidad de productos y precios”, indicó en diálogo con “La Parada”, programa que se emite por **Tiempo FM**.

**Precios 2009** - El edil del PJ, José Amador Hidalgo, presentó un proyecto en la última sesión ordinaria que advertía la necesidad de la “celebración de un acuerdo de precios para la implementación de la Canasta Navideña”.

Según la propuesta “tiene como fin acordar precios estables

y accesibles al vecino para las compras en las próximas fiestas navideñas y de Año Nuevo”. El que además pedía que los precios sean similares a los de las fiestas del 2009.

“Entiendo, pero nadie gana los sueldos del año pasado, sino sueldos nuevos de acuerdo a los objetivos logrados en paritarias”, indicó al respecto Cruces.

**Hace un año** - El año pasado, el Gobierno provincial rubricó un interesante acuerdo con las tres cadenas de supermercados que contempló diversos artículos que año a año aumentan. Fue la Dirección de Comercio e Industria el área que lo implementó, y estuvo vigente del 1º al 31 de diciembre. “Nunca tenemos problemas en ayudar”, señaló a este medio Gustavo Rodríguez, vicepresidente comercial de la Cámara de Comercio. Rodríguez afirmó también hace días atrás que algunos productos navideños se mantuvieron y otros subieron. Destacó que por el momento algunos se han incrementado en un porcentaje importante en comparación al año pasado, aproximadamente en un 20 ó 30%, en el caso del budín y pan dulce. ■



Medio: Noticias Online - Neuquén	Fecha: 29-11-2010	Pág.:
----------------------------------	-------------------	-------

## La inflación en Neuquén no perdona

Los precios en Neuquén subieron en octubre pasado un 2,58 por ciento con respecto al mes anterior. La inflación acumula en los últimos doce meses un alza del 26,8 por ciento. La carne aumentó en un mes 7,99%.

Que las cosas están cada día más caras y que la plata no alcanza ya no es una "sensación del bolsillo" de los neuquinos, sino una realidad objetiva cada vez más preocupante.

La variación de precios en octubre alcanzó con relación a setiembre pasado un alza del 2,58 por ciento impulsada principalmente por el alza en los valores de los bienes y acumula a lo largo de los últimos doce meses un incremento del 26,8 por ciento.

Cuando sólo resta computar el comportamiento del último bimestre, a lo largo de este año, la variación de precios acumula una suba del 23,23 por ciento.

Según precisó la Dirección provincial de Estadísticas y Censos de Neuquén el alza de los Bienes en octubre trepó al 2,83 por ciento mientras que los Servicios sufrieron una deflación del 0,25 por ciento.

Para el organismo, el mayor incremento en el sector alimentos, que se incrementaron en promedio un 3,39 por ciento se registró en la carnes (fresca, conservas y embutidos) con un alza del 7,99 por ciento seguida por las frutas, con una suba del 5,87 por ciento.

Los productos de panificación, cereales y pastas aumentaron el 3,17 por ciento, las "bebidas e infusiones" en un 3,03 por ciento mientras que las verduras lo hicieron en un 2,52 por ciento.

Hubo bajas, según la encuesta que realiza la Dirección de Estadísticas en "condimentos y otros productos alimenticios (-0,20%), "aceitas y grasas (-0,46 por ciento) y en los "lácteos y huevos" con una deflación del 0,62 por ciento.

Fuera de los alimentos hubo importantes subas en rubros como "equipamiento y mantenimiento del hogar" con una suba del 4,08 por ciento, "atención médica y gastos para la salud" con un incremento del 2,86 por ciento mientras que el rubro "vivienda", que contempla alquileres y servicios, aumentó el 1,62 por ciento.

La medición arroja que una baja en los precios en el rubro "transporte y servicios para el mismo" con un descenso del 1,64 por ciento mientras que en "esparcimiento" se detectó un alza en los precios del 0,4 por ciento. CON INFORMACION DE DIARIAMENTENEUQUEN.COM

Medio: El Chubut – Trelew	Fecha: 29-11-2010	Pág.:
---------------------------	-------------------	-------

## Esquel

### **Malestar en comerciantes locales por bono de 300 pesos**

CRITICAN ACUERDO ENTRE MUNICIPIO Y SUPERMERCADO / Comerciantes locales manifestaron su malestar por la decisión del municipio de Esquel de otorgar un bono por valor de 300 pesos a sus empleados como premio de fin de año pero para que adquieran solo productos en los Supermercados La Anónima.

El malestar de los minoristas, particularmente almacenes y kioscos de barrios se trasladó a la Cámara de Comercio de Esquel, cuya dirigencia se reunió ayer y emitió una nota que fue enviada a las autoridades municipales, a la presidencia y los diferentes bloques del Concejo Deliberante. En la nota, expresa la entidad que la intención “es manifestar la inquietud de varios comerciantes asociados a esta entidad, en referencia al “bono solidario”, otorgado a los empleados municipales para efectuar compras en el Supermercado La Anónima”.

En este sentido, señalan que “la molestia que se nos plantea, es debido a que los pequeños comercios se ven afectados por una competencia desleal, ya que durante todo el año es prácticamente competir a diario en precios con dicho Supermercado; y tras las repercusiones de este “convenio” entre municipio y La Anónima, se hace aún más injusta la competencia”.

La comisión directiva de la Cámara de Comercio local consideró “que tanto el municipio como el Honorable Concejo Deliberante, deberían haber tenido en cuenta dicha competitividad, y tratar de brindar un respaldo a los pequeños comercios de la ciudad, y de esta manera incentivarlos y ayudarlos a mantener la actividad de los mismos, los cuales también pagan sus impuestos y habilitaciones comerciales; o en otro de los casos dar libertad de elección y de mercado a los beneficiarios de los bonos”.



[Duplicó lo recaudado en 2009](#)

## Bicicleada y caminata solidaria aportó más de 30 mil pesos a LALCEC

RÍO GALLEGOS

| Lunes 29 de Noviembre de 2010



Integrantes de LALCEC reciben el cheque simbólico por 30.372 pesos, una suma que duplica lo recaudado por la venta de bonos solidarios, en cuya adquisición en las distintas sucursales de La Anónima aportaron los vecinos.

1 de 2

En una acción de responsabilidad social empresaria con la que desde hace cuatro años supermercados La Anónima beneficia a la delegación local de la Liga Argentina de Lucha Contra el Cáncer, se concretó ayer la 4º Bicicleada y Caminata Solidaria “La Anónima” desde la playa de estacionamiento de la sucursal de Roca y España, con un recorrido que comprendió la avenida principal hasta la sucursal de Mendoza, desde allí hasta la Costanera, para retomar luego por España hasta el punto de partida.

Fue con la participación de más de 300 vecinos que decidieron pedalear y un número similar que optó por la caminata, de un total de más de 1500 que compraron los bonos solidarios, posibilitando una recaudación de más de 15 mil pesos, cifra que, de acuerdo a la mecánica de la organización, es duplicada por la empresa al abonar el importe final a la organización no gubernamental.

La presidenta de LALCEC, Susana Portella, dijo a La Opinión Austral que “este año se recaudó el doble de lo del año pasado, en que se habían vendido mil y algo de entradas, y La Anónima nos entregó un cheque por casi 13 mil pesos”. En este caso, la entrega final superó incluso estas expectativas.

La dirigente destacó, no obstante, que “más que todo, lo hacemos para que nos conozcan y para que la familia esté unida, porque han venido el papá, el hijo y el abuelo, y el que no tiene bicicleta tiene un triciclo, patines, patinetas, silla de ruedas o está el que hace la caminata, por eso estamos muy felices”.

Portella informó que a “estas entradas de dinero extra que tiene LALCEC las usamos para el mantenimiento del equipamiento y la compra de los descartables para la atención de los consultorios de Dermatología y Ginecología, durante todo el año, y este año tendremos también algunos elementos para el mamógrafo”.

La dirigente dijo que el mamógrafo de LALCEC “está funcionando a full” y que la institución está llegando a las 700 mamografías gratuitas, practicadas en sólo un año.

Portella aseguró que “tiene mucho éxito, un aparato de última generación, la técnica es un sol, porque la verdad es que hay que destacar el trabajo de nuestra especialista en bioimágen, por lo que estamos muy conformes con lo realizado”. Según indicó, LALCEC estará atendiendo este año hasta el 20 de diciembre, para retomar su actividad de prevención en salud en el mes de febrero.

Portella agradeció el acompañamiento de la comunidad y también de organizaciones oficiales y no oficiales, como el gimnasio 17 de Octubre, la Municipalidad con sus áreas de Deportes y Tránsito, también la Policía provincial y el Grupo de Amigos del Cicloturismo “Kosten Aike”.

De la misma forma, agradeció Juan Carlos Driussi, uno de los gerentes de La Anónima, a instituciones y vecinos que participaron para que esta acción solidaria se llevara a cabo.



## Policiales

### Está grave apuñalado en playón de supermercado

Un hombre que fue apuñalado en la tarde del sábado sigue internado en estado crítico y con pronóstico reservado en el Hospital Zonal de Trelew. El infortunado fue herido con un arma blanca, en una gresca que se produjo en el playón de estacionamiento del Supermercado “La Anónima” el pasado sábado.



Fuentes de la Seccional Segunda que intervinieron en el hecho, aseguraron que la víctima no quiso prestar declaración y, si bien identificó a su agresor, el motivo habría sido por un ajuste de cuentas. La víctima sufrió un puntazo en el costado izquierdo de su cuerpo.

## Debemos fomentar las producciones y el consumo de carnes alternativas

Por Ariel Franetovich



Desde el Ministerio de Asuntos Agrarios entendemos que el desafío deberá ser la diversificación e industrialización en la producción. En esta dirección, entre otras, la producción porcina es una excelente alternativa para los productores. Se trata de una de las actividades que registrará mayor crecimiento en los próximos años. Son muchos los productores que manifiestan querer obtener información sobre el tema y varias las causas que generan este interés. Sólo mencionando algunas, podemos decir que la Argentina importa cerdos para poder abastecer a la industria. Además, la carne fresca en carnicerías no es suficiente para satisfacer la demanda que cada día es mayor. Si observamos la situación internacional vemos que, en promedio, se consume un 36% de carne porcina, 27% de carne bovina, 35% de carne aviar y el resto otras carnes, Si bien el consumo en nuestro país se ha duplicado (pasamos de 3kg/hab/año en el 2006 a 7,3 en el 2009/10) estamos muy lejos del techo que podríamos tener comparado con los niveles de consumo antes mencionados. Actualmente se dan las condiciones para que este crecimiento sea sustancial. La rentabilidad de la producción es muy buena y en los últimos años se ha sostenido en un 20% pero habiendo alcanzado techos de hasta el 80% en producciones de alta eficiencia. El precio del cerdo en pie, en el año, creció un 65% mientras que el maíz, 20% y la soja, 12%. Para que el negocio porcino tenga la mejor rentabilidad, la clave es la eficiencia en la producción (tenemos que llegar a los 18 capones por madre), lo que nos permitirá hacerlo sustentable en épocas con bajos precios y altamente rentable en los períodos de buenos precios como los actuales. Somos optimistas que el sector tendrá un crecimiento similar al avícola en los próximos años. Hay gran interés de productores agrícolas de ingresar en este tipo de producciones como complementaria a su actividad principal y de esa forma agregar valor y diversificar su producción. Es importante destacar que este crecimiento no va en desmedro de otras actividades sino por el contrario, sustituirá parte de la demanda interna de la carne bovina y a su vez generará mayor saldo exportable actuando como regulador de los precios internos. A través del Programa de Promoción de Carnes Porcinas del Ministerio de Asuntos Agrarios de la provincia de Buenos Aires, lograremos mejorar la gestión empresarial, con la utilización de un software que permita el seguimiento pormenorizado del negocio, capacitaciones ( charlas técnicas, de productor a productor , de asociatividad ) y la instalación de centros de inseminación artificial en lugares estratégicos del territorio bonaerense que permitan a los pequeños y medianos productores dar un salto en cuanto a calidad y la genética. Para lograr ésto, nuestros técnicos mantienen reuniones con productores, entidades privadas relacionadas con la cadena de valor y cámaras afines. Además, pondremos a disposición el financiamiento necesario para que los productores puedan mejorar y expandir su infraestructura logrando en consecuencia mejorar también la eficiencia , con mayor previsibilidad para el sector. Pretendemos incentivar la producción porcina y fortalecer al pequeño y mediano productor en la permanencia estable y rentable de la actividad. En consecuencia promovemos también mayores inversiones, logrando mejorar la eficiencia, factor fundamental para la sustentabilidad en el tiempo.

Medio: La Opinión - Rafaela	Fecha: 29-11-2010	Pág.:
-----------------------------	-------------------	-------

NOVIEMBRE SERIA DE 2,1%

### **Inflación: 26% para todo 2010**

BUENOS AIRES, 29 (NA). - Las expectativas de inflación se ubican en el 2,1 por ciento durante noviembre, mientras que para todo el 2010 ya se encaminan al 26 por ciento. Así lo proyectó una nueva proyección difundida ayer por la consultora Gabriel Rubinstein y Asociados.

"Nuestras estimaciones sobre la base de la estacionalidad semanal indican que la inflación de noviembre se ubicaría en 2,1 por ciento (antes 2%)", indicó el relevamiento.

Esto se produjo -según esa consultora- a pesar del descenso de los aumentos semanales para la segunda quincena de noviembre que dejaría un arrastre más moderado para diciembre.

En la segunda semana de noviembre la suba de precios fue bastante más baja que en la primera semana, pero más alta que lo previsto por esa consultora (0,36% contra 0,22%).

En la segunda semana del mes se destacó la suba del rubro esparcimiento (1%) e indumentaria (0,8%). Alimentos y Bebidas registró una suba más moderada a partir de cierto freno en el aumento del precio de la carne que subió muy fuerte en octubre y la primera semana de noviembre.

La suba acumulada de las últimas cuatro semanas sigue ubicándose por encima del 2,5%.

"El ajuste alcista en la inflación esperada para noviembre nos lleva a ajustar levemente al alza la inflación esperada para el año que, ahora, la estimamos en 26%", indicó la consultora.