

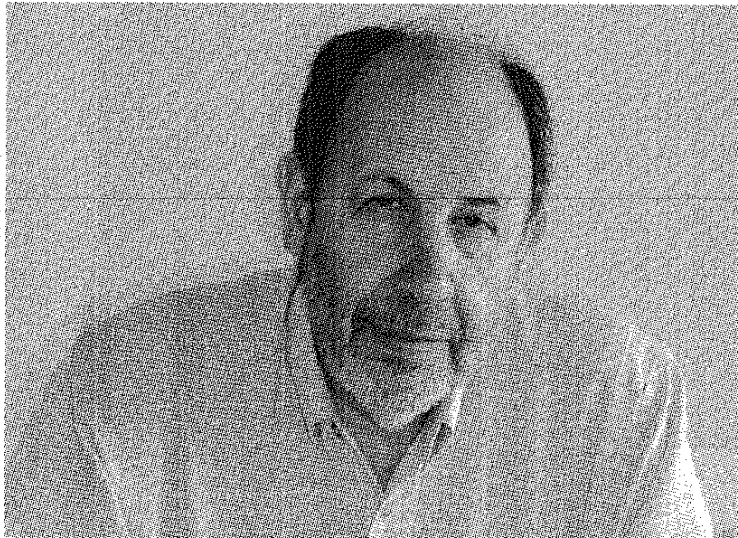
EMPLEADOS DE COMERCIO QUIEREN UN BONO Y MÁS AGUINALDO

Para la Cámara es “difícil” acceder al pedido gremial

La Cámara de Industria y Comercio de Trelew considera que el Sindicato de Empleados de Comercio formula un reclamo “imposible de comparar” al solicitar un bono de mil pesos en Navidad tal como lo entregó el Gobierno Provincial. Aunque las conversaciones continuarán en los próximos días, el vicepresidente de la entidad, Sixto Bermejo, anticipó que la resolución del conflicto excede las facultades de la Cámara porque “hay paritarias a nivel nacional que tienen vigencia”.

El gremio mercantil reclama que comerciantes particulares y cadenas de supermercados les abonen en la próxima Navidad un bono de mil pesos por empleado, más el 25 por ciento de incremento en el aguinaldo y también una canasta navideña. La nota se elevó formalmente hace varios días y el último sábado en plenario de delegados se declararon en Alerta y Movilización y si no obtiene una respuesta favorable, podrían parar durante los días 23 y 24 de diciembre, cuando a su vez los comerciantes esperan las mayores ventas. Bermejo explicó que el planteo “supera la potestad de la Cámara, es algo que deberá evaluar la Federación” y aseguró que “nuestra Cámara no puede tomar decisiones que puedan afectar otras jurisdicciones”. El planteo sindical se elevó la semana pasada ante la Federación de Cámaras de Comercio, y se prevé que en las próximas horas se reúnan integrantes de la entidad de Trelew para continuar analizando la situación.

“Como entidades privadas es gente que vive de un presupuesto que está en función de las ventas y los costos laborales que son cada vez más honorosos, no tenemos la posibilidad de otorgar un bono como puede hacer el Estado”, anticipó el vicepresidente de la Cá-



INQUIETO. AUNQUE LO RESOLVERÁ LA FEDERACIÓN, A BERMEJO NO LE AGRADÓ.

mara, quien comparó a los comerciantes privados con una familia en la que “no se podría incrementar los recursos a un 30 por ciento más en un mes”.

“Se quiere hacer una similitud con el Estado que es imposible hacer. Pero no vamos a evitar la discusión, hay razones como para estudiarlo pero me parece difícil concretarlo. Siempre estamos dispuestos a reunirnos y estudiar todo”. Bermejo admitió que los empleados “tienen derecho a recibir un salario justo” aunque “no se pueden plantear cuestiones fuera de las paritarias vigentes, donde estaba el tema del ajuste salarial que incluía 3 ajustes seguidos”. Y argumentó que otorgar un bono y un aumento en el aguinaldo repercutiría en aumentar el costo laboral, lo que implicaría una desventaja de ganancias. “La paritaria tiene vigencia en todo el país, no somos una isla, nos manejamos con un esquema de comercialización

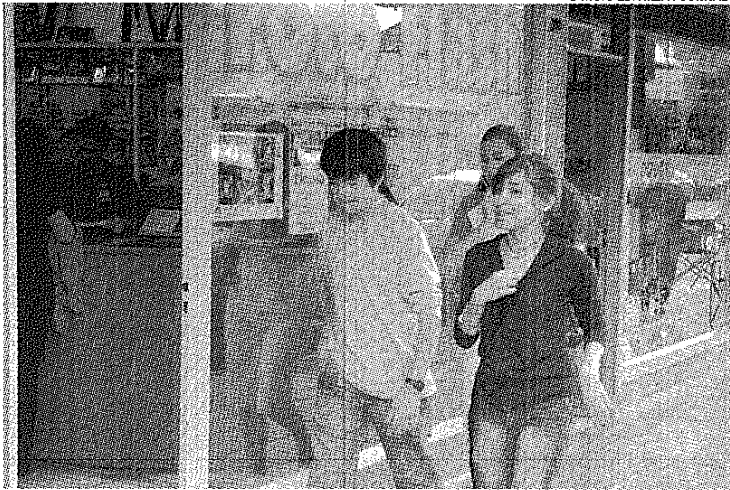
donde cada vez hay más ventas a través de internet y por teléfono, pero los costos laborales quedarían totalmente desfasados con respecto a un negocio de Bahía Blanca o en Viedma. Estaríamos en desigualdad de condiciones para competir”, expresó Bermejo.

El dirigente consideró que la advertencia de un paro durante las fechas donde se esperan más ventas “son amenazas que no corresponden, porque si no formáramos parte de una paritaria o estuvieran cerradas las conversaciones podríamos aceptar que no tienen otra alternativa que una medida de fuerza. Pero los canales de comunicación están abiertos y está en vigencia una paritaria”. Bermejo consideró que una medida de fuerza en esas fechas sería “por fuera de una lógica de negociación: es plantear un paro que no es compatible con la buena comunicación que tiene que haber entre patronos y asalariados”.#

EN TRELEW NO SE SINTIÓ EL FERIADO

El comercio vendió normal

SERGIO ESPARZA / JORNADA

**HUBO VENTA. MÁS ALLÁ DEL FERIADO, LOS COMERCIOS ABRIERON SUS PUERTAS.**

En esta época del año muchos de los vecinos de Trelew sacaron provecho el día de ayer por ser feriado, Día del Petróleo, y decidieron salir a realizar las compras navideñas, los regalos, y también los estudiantes que egresan estuvieron realizando visitas a las casas de ropa para estar bien lookeados este fin de año.

A raíz de este movimiento fue que la zona centro de Trelew contó con importante actividad comercial. En horas tempranas Trelew no se veía distinta a un feriado, o a un domingo, en cuanto al movimiento en el centro de esta localidad, sin embargo al acercarse la media mañana los vecinos salieron de sus casas dirigiéndose al sector de mayor importancia comercial, zona centro, para aprovechar es-

te día y realizar compras para estas fiestas.

El mayor movimiento se observó en las casas de venta de indumentaria ya que muchos se colmaron por clientes que buscaban sus prendas para lucir en las fiestas de Navidad y Año Nuevo, a estos también se sumaron muchos de los estudiantes de esta ciudad que finalizan el nivel Polimodal o Secundario y estaban eligiendo las prendas para lucir esas noches especiales.

Ayer, fue el día elegido por muchos para realizar las compras, y fue en ese sentido que muchos de los comerciantes y propietarios de locales informaron que “en esta época del año el movimiento es importante, y lo que vimos hoy es que la gente aprovecha este tiempo, y que a veces no tiene”. #

LA ANÓNIMA, CARREFOUR Y ALAS

Santa Cruz adhirió al acuerdo de precios de canasta navideña

Río Gallegos

El Gobierno Provincial, a través de la Subsecretaría de Comercio, dependiente del Ministerio de la Producción, junto a los supermercados La Anónima, Carrefour y Alas, adhirió al acuerdo de precios celebrado en el orden nacional, para la Canasta Navideña, oficializado a partir del día de la fecha.

En ese sentido, y en lo que respecta al supermercados La Anónima, cuya vigencia será desde el 10 al 24 de diciembre, se informó que la misma tiene un valor de \$18,95, y comprende Turrón de Maní x 70gr. "Pradymar" \$0,99; Garrapiñada de maní x 90gr. "Krokant" \$1,09; Maní bañado con chocolate x 100grs. "Argenfrut" \$3,59; Pan dulce con frutas x 500grs. "Clau's" \$5,99; Budín de vainilla sin frutas x 230grs. "Chocssiu" \$3,30; y Sidra etiqueta blanca pet x 920cc "Reino de Castilla" \$3,99.

En lo que respecta al hipermercados Carrefour, con vigencia desde el 10 al 31 de diciembre, el valor total de la canasta es de \$12,19, y consta de Sidra Manzana Fizz x 1000cc "Del Valle" \$4,50; Ta-

bleta c/maní x 70grs. "Brek" \$1,59; Garrapiñada x 70grs. "Brek" \$1,59; Budín c/frutas x 200grs. "Tutto Dolce" \$4,09; y Pan dulce c/frutas x 400grs. "Festiva" \$5,89.

Esfuerzo

Finalmente, con la firma santacruceña Alas, se procedió a pedir un esfuerzo para equiparar estos valores, por lo que el valor de la canasta navideña total es de \$18,95, y esta comprendida por Turrón de maní x 60grs. "Noclia" \$0,99; Garrapiñada de maní x 80grs. "Arcor" \$1,54; Maní con chocolate x 120grs. "Arcor" \$3,75; Pan dulce sin frutas x 500grs. "Dulcypas" \$4,99; Budín marmolado x 200grs. "Dulcypas" \$2,69; y Sidra x 750cc "Tunuyán" \$4,99, vigente desde el 10 al 24 de diciembre.

Cada uno de los listados conteniendo el detalle de estos productos, estará dispuestos en los ingresos de los supermercados de mención, como así también individualizados en góndolas, destacándose que dicha Canasta Navideña, estará vigente en las sucursales de los supermercados en el interior provincial.

La decisión de esperar el lanzamiento de la canasta

En La Anónima el acuerdo es del 10 al 24 de diciembre en productos navideños.

navideña en el orden nacional, fue consensuada a su vez con la Federación Económica de Santa Cruz, representada por su presidente y vicepresidente Daniel Cruces y Guillermo Polke, respectivamente, como así también con la presidente de la Liga de Amas de Casa a nivel local, María Agustina Parodi.



el DATO

La vigencia para La Anónima y Alas, es desde el viernes pasado y hasta el próximo 24 de diciembre tanto en Río Gallegos como en el interior Provincial. En el caso de Carrefour, se extiende hasta el 31 del corriente mes. La espera del lanzamiento de la Canasta Nacional, se acordó con la Federación Económica de Santa Cruz y la Liga de Amas de Casa.

PRUEBA PILOTO

Aseguraron que la venta de carne de guanaco fue exitosa

San Julián

El Gobernador Daniel Peralta y el intendente Nelson Gleadell visitaron uno de los supermercados que tuvo

a la venta la primer prueba piloto de venta de carne de guanaco en gancho.

"Esta segunda experiencia en la localidad de Puerto San Julián conformó a todos",

aseguraron desde los comercios donde se adquirían diversos cortes de carne de guanaco.

Desde la máxima autoridad provincial Daniel Peralta

quien estaba acompañado por la Diputada Nacional Blanca Blanco y el Intendente Gleadell, visitaron el supermercado La Tostadora Moderna que fue uno de los tres mercados que se vieron atraídos por la idea de presentar en sus heladeras y ganchos de carnicería.

De este modo con la asistencia de organismos controladores y veedores, el Consejo Agrario Provincial, avanzó en una nueva faena de tres ejemplares y autorizar una venta pública.

Proliferación

Este hecho histórico en la provincia de Santa Cruz, refleja la voluntad e intención de empezar concretamente a resolver el grave inconveniente que trae aparejada la proliferación incontrolada de este bello animal.

El guanaco, especie silvestre y autóctona, esta protegida por convenciones internacionales, pero su porte y tamaño le brinda la capacidad de superar barreras y obstáculos como guardaguanados



Peralta visitó uno de los supermercados en San Julián donde expenden el producto.

o alambrados, lo cual pone en serio riesgo a los transeúntes de las rutas y caminos.

También el descontrol natural esta diezmando las aguiadas y pasturas lo que genera una problemática a la alicada producción ganadera.

Su carne es consumida sin inconvenientes siendo magra y proteica. En la ocasión de la visita al comercio se entregaron también recetarios con diversas opciones de cocción a los distintos cortes que salen

de una correcta depostación. El éxito lo marco la venta total del producto a la hora de la exposición y venta.

Gleadell destacó como "histórica jornada en búsqueda de paliar un problema de muchos".

Se conoce la intención de importantes empresas que están a la espera de esta experiencia y autorizaciones para acceder a una alternativa más para la dieta diaria que brinda el mercado cárnico.

Medio: El Oeste - Esquel	Fecha: 14-12-2010	Pág.:
--------------------------	-------------------	-------

SUPERMERCADOS “LA ANONIMA” El jueves se inaugura la nueva sucursal

* La misma contará con una área de ventas de 1200 metros.

Este próximo jueves, en horario a confirmar, se va a estar inaugurando la tercer sucursal en nuestra ciudad de Supermercados “La Anónima”, la cuál está ubicada en la intersección de la Avenida Holdich y Lezana y que vendrá a satisfacer las necesidades de un sector de la comunidad que ha ido creciendo y mucho en los últimos años, tal cuál lo reflejaba hace unas semanas atrás a

Diario El Oeste Eduardo Del Prete, gerente regional de la empresa, quien en esa oportunidad indicó que dicha sucursal contará con una área de ventas de 1200 metros de los cuatro mil metros que ocupa la misma, contando con las áreas de elaboración propia como ser carnicería, panadería, fiambres y lácteos, tal cuál como sucede con las otras sucursales que ya están en la ciudad, remarcando que “es una sucursal de las que llamamos de cercanía”, siendo su infraestructura apenas un poco menor a la sucursal de Trevelin.

Un dato que es bueno recordar es que la mano de obra y la Gerencia estarán a cargo de personas de Esquel y de la zona, generándose, entre director e indirectos, ochenta puestos de trabajo.

Esquel crece

Consultado sobre como es que la empresa llega a tomar la decisión de construir una nueva sucursal, Del Prete indicó que “como vimos que Esquel está creciendo urbanamente hablando, se está dando para ese lado y no toda la gente va hacia el centro por eso es que en los lugares en dónde hay densidad poblacional es que a nosotros nos conviene colocar alguna sucursal, algo que venimos haciendo en varias ciudades”, o sea y en otras palabras, el supermercado se acerca a la gente, sin dejar de reconocer “que la Anónima del Centro por momentos está como colapsada por la cantidad de gente que asiste”.

Walmart presenta un show con el ballet Tolkeyen



Este miércoles, el ballet Tolkeyen se presentará en la playa de estacionamiento de Chango más. Será a partir de las 18. Además también se presentará La Mezzcla. Se trata de dos shows en vivo como cierre del año que la empresa ofrece con entrega gratis. Foto archivo de Alejandra Bartoliche.

Este miércoles a partir de las 18, en Changomas Bariloche habrá dos shows en vivo como cierre del año y "la empresa quiere agradecerle al pueblo de Bariloche el apoyo brindado desde el primer día hasta la actualidad".

Las actividades comenzarán pasadas las 18 en la playa de estacionamiento de la tienda, con la presentación del Ballet Tolkeyén. En esta oportunidad, el ballet conducido por Javier Bravo y que fuera creado por Nelly Tezanos, brindará lo mejor de su repertorio sumándose a los festejos de Changomas a cuatro meses de su apertura en Bariloche.

Señalaron desde la empresa que el objetivo del evento artístico es darle a la ciudadanía en este cierre de año, una mínima devolución por elegir Changomas desde el primer día. "Desde aquel momento en que los vecinos se auto convocaron para pelear por una alternativa más cerca de sus casas y desde ya, con el imponente Referendum donde el SI se impuso por el 85,4%. Hasta el día de hoy, en que Changomas se ha convertido en la mejor opción de compra, permitiéndoles a todos los barilochenses paguen menos y lleven más", expresan.

Cabe mencionar, que Tolkeyen obtuvo días atrás, el primer lugar en el 37 Festival Provincial de Folklore realizado en Choele Choel. Se trataba del Pre Cosquín 2011 en la categoría Conjunto de Malambo. Con ello representarán a la provincia de Río Negro en el evento a realizarse el año próximo en Córdoba.

Más tarde, pautado para las 19 está programado un recital de la banda de rock y pop barilochense La Mezzcla. Este grupo es uno de los más reconocidos de la ciudad en su género, tienen un gran número de seguidores y el mérito de ser la una agrupación patagónica que entró en la MTV.

Su estilo, el talento de sus integrantes y un pequeño empujón la llevaron a ese gran escenario que marca tendencias y preferencias en el mercado de música latina, y la convirtieron en embajadora de privilegio de Bariloche.



Inflación y monopsonio: La Anónima y Carrefour, oligopolio de compras

11:18 | Mientras que los supermercados que están en Tierra del Fuego aseguran que no son formadores de precios, un artículo publicado en el suplemento Cash de PAGINA/12 muestra que las cadenas Carrefour y La Anónima "conforman lo que se llama un monopsonio. Funcionan como un oligopolio, pero en este caso, de compras. Cualquier empresa que quiera tener una fuerte presencia en el mercado debe caer inevitablemente en ellas".



•
•

La nota del periodista Roberto Navarro señala lo siguiente:

El Gobierno comenzó a trabajar en un acuerdo tripartito con empresarios y sindicalistas para reducir la inflación, fundamentalmente en alimentos. Dentro del empresariado hay un sector que se ha constituido en un actor predominante en la conformación de precios: las cadenas de hipermercados y supermercados, que comercializan el 58 por ciento de los alimentos y bebidas que se consumen en el país. De las 69 empresas relevadas por el Indec, 6 manejan el 85 por ciento de las ventas del sector y las primeras tres, el 70 por ciento. Estas compañías conforman lo que se llama un monopsonio. Funcionan como un oligopolio, pero en este caso, de compras. Cualquier empresa que quiera tener una

fuerte presencia en el mercado debe caer inevitablemente en ellas. Por eso son formadoras de precios y están siendo corresponsables del actual proceso de remarcaciones.

El sector está liderado por la multinacional francesa Carrefour, que participa con el 29 por ciento del mercado. Además de locales propios explota las tiendas de descuento Día y absorbió a la cadena Norte. Le sigue el grupo de origen chileno Cencosud, con el 21 por ciento de participación, que opera la cadena Jumbo y en 2005 pagó 260 millones de dólares a la holandesa Ahold por la cadena Disco y su controlada Plaza Veá. El tercer puesto, con una participación del 20 por ciento, lo ocupa la cadena Coto, de capitales argentinos, seguido por la francesa Casino, con el 7 por ciento del mercado, y la cadena local La Anónima, con otro 7 por ciento. Finalmente, la estadounidense Wal-Mart está en sexto lugar, con un 5 por ciento del mercado.

“En el pacto social que se está forjando es clave que el sector de la distribución tenga una participación activa y se comprometa seriamente con los acuerdos a los cuales se llega. Las razones son múltiples. Es un sector altamente oligopolizado, lo que lo convierte en un formador de precios que le permite no solamente fuertes incrementos de los mismos, que afectan el índice de precios y los bolsillos de los consumidores, sino una presión sobre los proveedores, especialmente pymes, que determina un aumento aún mayor de sus márgenes de ganancias”, señaló a Cash el economista Roberto Dvoskin, de la Universidad San Andrés.

A partir del poder de mercado que tienen estas grandes empresas, presionan a los proveedores para mejorar sus condiciones de compra y mediante un proceso de fuerte remarcación de los productos obtienen márgenes extraordinarios. Según un reciente estudio de la Facultad de Economía de la UBA, el margen neto promedio sobre facturación de las cadenas de supermercados en Europa y Estados Unidos es del 1,5 por ciento. En Argentina, hasta hace cinco años era del 3 por ciento. Ante el fuerte crecimiento de la demanda, ese margen ya alcanza el 3,8 por ciento. En los últimos doce meses el sector facturó 62.853 millones de pesos.

Negociar con los fabricantes de alimentos tendrá escaso resultado si no se obtiene un fuerte compromiso de los supermercados de no incrementar sus márgenes de ganancia. Una empresa líder del sector señaló a este suplemento que en el último año subió el precio de la lata de arvejas un 32 por ciento y que las tres grandes cadenas lo aumentaron un promedio del 91 por ciento. Las galletitas subieron 27 por ciento el precio de salida de fábrica y los tres grandes la aumentaron 66 por ciento. Las mermeladas incrementaron su precio a los supermercados un 42 por ciento y las cadenas lo subieron un 169 por ciento. La mayor productora de hamburguesas del país señaló a este medio que las grandes cadenas remarcan un 90 por ciento su producto.

Una de las maneras que utilizan las grandes cadenas para presionar a sus proveedores es suspenderles las compras por un tiempo determinado, generalmente un mes. Así los fabricantes se encuentran con un stock que no pueden ubicar en otros comercios y, a la vez, pierden posición en el mercado frente a sus competidores. Esta estrategia puede verificarse en las góndolas. El Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndolas (FMG) de GS1 Argentina registró este año un faltante total del 7,61 por ciento de los artículos buscados. Según la multinacional que analiza el sector, “es significativo el faltante de alimentos en las góndolas de los supermercados argentinos”. Con los fabricantes más pequeños los supermercados tienen estrategias menos sutiles: les compran, reciben la mercadería al precio pactado y luego emiten y les envían a sus proveedores una nota de débito que reduce el precio de compra.

Un informe de la consultora Kantar World Panel indica que “el 63 por ciento de la gente elige el lugar de compra por las promociones”. Las fuertes remarcaciones de precios que practican las principales cadenas usualmente quedan enmascaradas por las ofertas que lanzan esos mismos centros comerciales. La mayoría ofrece descuentos atractivos, del 20 al 30 por ciento, desde carteles que cuelgan en sus sucursales. Sin embargo, en reiteradas ocasiones los consumidores descubren al pasar por caja que el beneficio no los incluía. En los mismos carteles, pero en letra minúscula, estaban aclaradas las restricciones. Para la Unión de Usuarios y Consumidores, esta conducta constituye una violación a la Ley de Lealtad Comercial y por eso presentó una denuncia ante la Subsecretaría de Defensa del Consumidor (ver aparte).

Susana Andrada, presidenta del Centro de Educación al Consumidor (CEC), explicó que “si comparamos producto por producto, vemos que es relativo eso de que el hipermercado nos provee todo más barato. Las frutas y verduras fueron siempre más baratas en las verdulerías que en los supermercados, y lo mismo pasa con el pan o la carne. Los productos de limpieza también son más económicos en los comercios donde se venden sueltos”. The Nielsen Company señaló a Cash que “históricamente, la brecha de precios entre los supermercados y los almacenes se ubicaba entre 13 y 15 puntos de diferencia, aunque en los últimos años se fue reduciendo y hoy se ubica apenas por debajo de los diez puntos”.

La concentración de la comercialización de artículos del hogar se dio en el país, fundamentalmente, a través de fusiones

y adquisiciones. En la última década estas grandes compañías comenzaron a pelarles el mercado de negocios de proximidad a los autoservicios mediante excepciones a los códigos urbanos concedidos por los municipios. Así pudieron ubicar negocios más grandes que los autoservicios, por lo tanto mejor surtidos, en su territorio. La cadena que más excepciones logró, sobre todo en la ciudad de Buenos Aires, fue Coto. Así, con un constante aumento de la concentración en pocas manos se convirtieron en un actor principal en la conformación de precios.

Medio: Tiempo Fueguino – Río Grande	Fecha: 14-12-2010	Pág.:
-------------------------------------	-------------------	-------

ENTRE ELLAS, CARREFOUR Y LA ANÓNIMA

Cómo actúan las grandes cadenas de supermercados en la formación de precios

Comercializan el 58% de los alimentos y bebidas que se consumen en el país. Seis empresas manejan el 85% de las ventas del sector y las tres primeras, el 70%. Actúan como formadoras de precios y son corresponsables del actual proceso de remarcaciones. Presionan a proveedores para obtener mejores condiciones de compra, y maximizan los márgenes de ganancia.

[Compartir](#)

RÍO GRANDE.- Las seis principales cadenas de supermercados del país, entre ellas Carrefour y La Anónima, las únicas de ese grupo con presencia en Tierra del Fuego, son parte responsable del proceso inflacionario por su condición de formadoras de precios a partir de la imposición de condiciones de compra a los proveedores, y la ampliación indiscriminada de los márgenes de ganancia. Así lo revela un estudio realizado por el suplemento económico del diario porteño Página/12.

Cabe mencionar que días atrás, ante la protesta realizada por los gremios estatales por el constante aumento del costo de los productos en las góndolas, las empresas se apuraron en argumentar que de ninguna manera operan como formadoras de precios.

Página /12 mencionó que el Gobierno nacional comenzó a trabajar en un acuerdo tripartito con empresarios y sindicalistas para reducir la inflación, fundamentalmente en alimentos. Dentro del empresariado hay un sector que se ha constituido en un actor predominante en la conformación de precios: las cadenas de hipermercados y supermercados, que comercializan el 58% de los alimentos y bebidas que se consumen en el país. De las 69 empresas relevadas por el Indec, 6 manejan el 85% de las ventas del sector y las primeras tres, el 70%. Estas compañías conforman lo que se llama un monopsonio. Funcionan como un oligopolio, pero en este caso, de compras. Cualquier empresa que quiera tener una fuerte presencia en el mercado debe caer inevitablemente en ellas. Por eso son formadoras de precios y están siendo corresponsables del actual proceso de remarcaciones.

El sector está liderado por la multinacional francesa Carrefour, que participa con el 29% del mercado. Además de locales propios explota las tiendas de descuento Día y absorbió a la cadena Norte. Le sigue el grupo de origen chileno Cencosud, con el 21% de participación, que opera la cadena Jumbo y en 2005 pagó 260 millones de dólares a la holandesa Ahold por la cadena Disco y su controlada Plaza Veá. El tercer puesto, con una participación del 20%, lo ocupa la cadena Coto, de capitales argentinos, seguida por la francesa Casino, con el 7% del mercado, y la cadena local La Anónima, con otro 7%. Finalmente, la estadounidense Wal-Mart está en sexto lugar, con un 5% del mercado.

“En el pacto social que se está forjando es clave que el sector de la distribución tenga una participación activa y se comprometa seriamente con los acuerdos a los cuales se llega. Las razones son múltiples. Es un sector altamente oligopolizado, lo que lo convierte en un formador de precios que le permite no solamente fuertes incrementos de los mismos, que afectan el índice de precios y los bolsillos de los consumidores, sino una presión sobre los proveedores, especialmente pymes, que determina un aumento aún mayor de sus márgenes de ganancias”, señaló a Cash el economista Roberto Dvoskin, de la Universidad San Andrés.

A partir del poder de mercado que tienen estas grandes empresas, presionan a los proveedores para mejorar sus condiciones de compra y mediante un proceso de fuerte remarcación de los productos

obtienen márgenes extraordinarios. Según un reciente estudio de la Facultad de Economía de la UBA, el margen neto promedio sobre facturación de las cadenas de supermercados en Europa y Estados Unidos es del 1,5%. En Argentina, hasta hace cinco años era del 3%. Ante el fuerte crecimiento de la demanda, ese margen ya alcanza el 3,8%. En los últimos doce meses el sector facturó 62.853 millones de pesos. Negociar con los fabricantes de alimentos tendrá escaso resultado si no se obtiene un fuerte compromiso de los supermercados de no incrementar sus márgenes de ganancia. Una empresa líder del sector señaló a este suplemento que en el último año subió el precio de la lata de arvejas un 32% y que las tres grandes cadenas lo aumentaron un promedio del 91%. Las galletitas subieron 27% el precio de salida de fábrica y los tres grandes la aumentaron 66%. Las mermeladas incrementaron su precio a los supermercados un 42% y las cadenas lo subieron un 169%. La mayor productora de hamburguesas del país señaló a este medio que las grandes cadenas remarcan un 90% su producto.

Una de las maneras que utilizan las grandes cadenas para presionar a sus proveedores es suspenderles las compras por un tiempo determinado, generalmente un mes. Así los fabricantes se encuentran con un stock que no pueden ubicar en otros comercios y, a la vez, pierden posición en el mercado frente a sus competidores. Esta estrategia puede verificarse en las góndolas. El Estudio de Faltantes de Mercadería en Góndolas (FMG) de GS1 Argentina registró este año un faltante total del 7,61% de los artículos buscados. Según la multinacional que analiza el sector, “es significativo el faltante de alimentos en las góndolas de los supermercados argentinos”.

Con los fabricantes más pequeños los supermercados tienen estrategias menos sutiles: les compran, reciben la mercadería al precio pactado y luego emiten y les envían a sus proveedores una nota de débito que reduce el precio de compra.

Un informe de la consultora Kantar World Panel indica que “el 63% de la gente elige el lugar de compra por las promociones”.

Las fuertes remarcaciones de precios que practican las principales cadenas usualmente quedan enmascaradas por las ofertas que lanzan esos mismos centros comerciales. La mayoría ofrece descuentos atractivos, del 20 al 30%, desde carteles que cuelgan en sus sucursales. Sin embargo, en reiteradas ocasiones los consumidores descubren al pasar por caja que el beneficio no los incluía. En los mismos carteles, pero en letra minúscula, estaban aclaradas las restricciones. Para la Unión de Usuarios y Consumidores, esta conducta constituye una violación a la Ley de Lealtad Comercial y por eso presentó una denuncia ante la Subsecretaría de Defensa del Consumidor.

Susana Andrada, presidenta del Centro de Educación al Consumidor (CEC), explicó que “si comparamos producto por producto, vemos que es relativo eso de que el hipermercado nos provee todo más barato. Las frutas y verduras fueron siempre más baratas en las verdulerías que en los supermercados, y lo mismo pasa con el pan o la carne. Los productos de limpieza también son más económicos en los comercios donde se venden sueltos”.

The Nielsen Company señaló que “históricamente, la brecha de precios entre los supermercados y los almacenes se ubicaba entre 13 y 15 puntos de diferencia, aunque en los últimos años se fue reduciendo y hoy se ubica apenas por debajo de los diez puntos”.

La concentración de la comercialización de artículos del hogar se dio en el país, fundamentalmente, a través de fusiones y adquisiciones. En la última década estas grandes compañías comenzaron a pelarles el mercado de negocios de proximidad a los autoservicios mediante excepciones a los códigos urbanos concedidos por los municipios. Así pudieron ubicar negocios más grandes que los autoservicios, por lo tanto mejor surtidos, en su territorio. La cadena que más excepciones logró, sobre todo en la ciudad de Buenos Aires, fue Coto. Así, con un constante aumento de la concentración en pocas manos se convirtieron en un actor principal en la conformación de precios.

SIGUE LA REMARCACIÓN DE LA MERCADERÍA

La CGT calificó el acuerdo de precios como una vergüenza

Desde la CGT volvieron a exigir la presencia del sector obrero en el Área Aduanera Especial para saber quiénes y cómo se benefician con la ley 19640. Consideraron el acuerdo del Gobierno como una vergüenza porque no contempla productos de primera necesidad y pidieron control, además, sobre los alquileres. Criticaron las medidas realizadas el viernes por otros gremios porque sólo fue contra una sucursal de un solo comercio.



NO ES LO QUE DICE.
Desde la CGT calificaron el acuerdo de precios del Gobierno como una vergüenza porque no contempla los alimentos básicos y de 228 productos anunciados sólo son 43, el resto son distintas marcas o presentaciones de los mismos.

[Compartir](#)

RÍO GRANDE - Desde la CGT dieron a conocer un documento crítico en relación al acuerdo firmado por el Gobierno con uno solo de los supermercados y además reiterando su desacuerdo con las medidas que tomaron algunos gremios de llevar adelante un piquete como forma de protesta frente a la suba constante de precios.

El documento señala que “el diario del lunes nos devuelve a la triste realidad vivida a diario en este país; el 3 de diciembre decíamos que eran inútiles las medidas que se pretendían implementar para lograr que el valor de las mercaderías baje.

Se realizaron acuerdos de precio con un solo supermercado de la ciudad, se manifestaron sectores de la sociedad, ambos hicieron prensa para llegar al oído de la sociedad, y hoy las góndolas y vidrieras de Río Grande nos devuelven una continua remarcación de precios que no pudo ser frenada”.

En referencia al acuerdo de precios remarca que es “una vergüenza; de 228 productos promocionados por el Gobierno provincial y acordados con La Anónima, su listado desglosado nos demuestra que en realidad sólo son 43, y los demás son los mismos multiplicados en distintas marcas o presentaciones (ej: 32 productos entre turroneos y garrapiñadas, 29 productos entre champú y enjuagues, etc...)” y resaltan que los “más vergonzoso” es haber dejado fuera de los precios acordados “lo que en realidad la sociedad consume y reclama, carne, verduras, lacteos, harina; ni siquiera pensaron en la leche de los chicos”.

Desde la CGT hacen alusión al reclamo que llevaron adelante otros gremios señalan que “sólo nos ha dejado la sensación de que un sector descargó sus diferencias contra una sola sucursal de un solo supermercado, dejando vía libre a las demás sucursales y a la venta no pensada de los otros dos grandes

supermercados que existen como también a todas las tiendas de venta de ropa, importación, electrodomésticos, repuestos, perfumerías, etc., que también trabajan y viven al amparo de la ley 19.640 y que también venden productos que se incorporan a la canasta familiar, lo que la ha declarado inútil para bajar los precios y que solo estorbó a una determinada cantidad de habitantes que se acostumbraron a comprar en esa sucursal”.

Medidas a largo plazo

Con respecto a la postura que toma la Confederación señalan que “esta CGT está totalmente en desacuerdo con la remarcación de precios y la inflación local que se impulsa desde distintos sectores, no solo los del sector alimenticio si no de todos los que ejercen el comercio y remarcan por salarios o remarcan por las dudas, y sobre todo aquellos inescrupulosos que sin control alguno ni medida, fijan los valores de los alquileres llevándose gran parte de la remuneración de los trabajadores”.

En este sentido reiteraron el pedido que viene haciendo desde que se puso el tema sobre la mesa.

“Exigimos que se incorpore al sector obrero dentro de la Comisión del Área Aduanera Especial para ver la realidad de quienes, y como comercializan al amparo de la 19.640; mientras se logre esto, que informen los miembros de dicha Comisión o el Gobierno mismo en forma pública, los que trabajan y usufructúan dicha ley, en que porcentajes son exceptuados de impuestos, y se informe en que valores son beneficiados”.

Asimismo “exigimos a los sectores que les corresponda (Gobierno Provincial o Municipal), que se implemente un control de alquileres, esto solo será posible con un blanqueo de inmuebles clasificados por calidad y tamaño en un ente responsable y que sus variaciones solo lo sean por la realidad del costo de vida oficial y no la variación de sueldo de los grandes sectores de la industria o el que se le antoje al propietario, y se implementen los abandonados planes de viviendas sociales desde el IPV para regular de forma más efectiva el valor del mercado, puesto que un alquiler se lleva en muchos casos, más del 70 por ciento del salario promedio de un trabajador; solo así, con discusiones de fondo, podremos mejorar el poder adquisitivo de todos los trabajadores de la provincia. Lo demás es solo prensa”.

RECLAMO TAMBIÉN AL MUNICIPIO

Desde ATE insisten con pedido de aumento y control de precios



SALARIOS. Desde ATE reclaman incremento salarial al Municipio porque los sueldos siguen siendo bajos.

[Compartir](#)

RÍO GRANDE – El prosecretario Gremial de la Asociación de Trabajadores del Estado (ATE) Felipe Concha informó que están esperando, todavía, que el Ejecutivo Municipal de una respuesta al pedido de incremento salarial para los trabajadores solicitado desde el gremio estatal.

“Nosotros pedimos un aumento salarial para este año pero estamos esperando volver a reunirnos” indicó el dirigente estatal. “Los sueldos municipales también están bajísimos porque hoy, día a día los precios de la canasta familiar suben muchísimo y nosotros estamos muy preocupados por esto”.

En este sentido Concha manifestó que “esperemos que el Intendente ponga voluntad para dar el incremento salarial y que podamos charlar y llegar a un acuerdo para este año”.

Igualmente el dirigente gremial aclaró que los pedidos de incremento salarial, tanto al Municipio como al Gobierno, están acompañados de medidas en contra de la suba constante de precios. “No puede ser que hoy pedimos un aumento salarial del 30 por ciento y remarcan un 35 por ciento a la noche; o nos dan un cinco por ciento de aumento y ya están remarcando el 10 por ciento los productos de la canasta familiar. Así no alcanza la plata, por eso yo le pido a los funcionarios, los políticos que se hagan cargo de este tema; ya que se están ocupando de la campaña para el año que viene este tema lo tengan en cuenta”.

Por su parte el secretario Adjunto de ATE Marcelo Córdoba hizo referencia a las medidas que ya se empezaron a tomar como fue el piquete que se hizo en la entrada del supermercado La Anónima el viernes pasado. “Este reclamo, en la próxima ocasión también va a ser para Carrefour, porque son parte del esquema de formar los precios en detrimento de los salarios de los trabajadores”.

En el mismo sentido el dirigente de ATE fue crítico con el acuerdo anunciado por el Gobierno con uno de los supermercados en relación a los precios. “Para nosotros es vergonzoso lo que ha hecho el Gobierno, se ha prestado junto a La Anónima para realizar una acción en conjunto para descomprimir el reclamo de los trabajadores” y aclaró que desde el gremio “descalifican” este acuerdo porque “no tiene ningún valor”.

Asimismo Córdoba pidió que los trabajadores y organizaciones vecinales sean convocados a la hora de hacer un acuerdo de este tipo porque son quienes saben qué es necesario, “por ejemplo ni siquiera se tuvo en cuenta la leche, en este acuerdo, que es un alimento de primera necesidad”.

Para pasar navidad se necesitan \$ 1.243



LOS PRECIOS PARA ESTAS FIESTAS

Las festividades que se aproximan implican un gasto económico importante para el bolsillo de los consumidores. Todos los años, a medida que se acercan navidad y año nuevo, día a día las calles y los comercios se van poblando de personas ansiosas por llevarse el mejor regalo. En cualquier economía a gran escala, la demanda masiva de determinados productos hace que los precios de estos aumenten. En un contexto de inflación como el que está viviendo el país, no todos están seguros que los precios de hoy, sean los mismos que los de noche buena.

Es prácticamente inevitable escapar al gasto económico que se genera para estas fechas, por eso El Cordillerano recorrió distintos mercados en los cuales se adquieren los tradicionales productos de las fiestas:

Los precios de la carne aumentan periódicamente, por estos días el kilo de asado con hueso cuesta \$45,99, el de peceto \$ 47,83, otros cortes como el vacío y el cuadril rondan el mismo precio, cerca de los \$50. Más opciones de carne animal son: el pollo, el kilo cuesta \$12,99 y el cordero que ronda los \$40, por lo tanto un animal de ocho kilos para el tradicional cordero al asador saldría unos \$320. Para acompañar la comida los precios de las bebidas son: la gaseosa de primera marca, en el envase más grande cuesta \$10,09, otras marcas tienen precios cercanos a los \$6.

Como para estas fechas nadie se priva de llenarse la barriga hay que tener en cuenta el postre y una mesa dulce: el helado, en los freezer de los supermercados, ronda los \$ 28 el kilo, en las heladerías el precio también es similar. El pan dulce, tradicional en estas fechas, tiene precios muy variados según su envase, marca y calidad. En una recorrida por tres supermercados el pan dulce más barato cuesta \$ 4,9 y sube hasta los \$32. Las confituras oscilan entre los \$3 y los \$15.

A la noche, lo más consumido, en el momento del brindis son la sidra y el champagne. La bebida alcohólica proveniente de la manzana cuesta, en envase de plástico \$ 3,99, en envase de vidrio \$ 5,99.

Navidad es la fecha que esperan los chicos ansiosamente para pedirle a Papá Noel, el juguete que más les gustó, de todos los que vieron en las publicidades de todo el año. Supongamos que el señor del polo norte sea razonable en el gasto de cada juguete, gastaría unos \$ 150 por chico, puede ser menos o mucho más. Los más grandes tampoco escatiman a la hora de escribir la cartita, entonces Papá Noel para una familia tipo tendría que invertir unos \$600.

En conclusión el gasto para una sola fiesta, en este caso navidad que es la más cercana es de: \$ 150 (una cena importante para cuatro personas, en una casa) + \$ 50 (bebidas) + \$ 28 (postre) + \$ 50 (mesa dulce) + \$ 45 (brindis) + \$320 (cordero) + \$ 600 (pasajes de Papá Noel) = alrededor de \$ 1.243 necesitará una familia tipo para pasar una navidad al estilo televisivo.

Seguramente habrá otras opciones mucho más económicas. Lejos de la preocupación de juntar \$1.243, antes del 24 de diciembre, hay miles de maneras atractivas de pasar un momento familiar.

Viajar, “un lujo”

Las fiestas de fin de año reúnen a la familia y los que están lejos tiene que viajar. Hace unos diez días los pasajes en colectivo tuvieron un nuevo aumento. Un pasaje a Buenos Aires (sólo ida), en una reconocida empresa cuesta \$ 463 (un servicio básico) y uno de medianas comodidades cuesta \$ 530. El costo de ir y volver ronda los \$ 1.000.

Para prestar atención

Los carteles de ofertas y liquidaciones llaman mucho la atención de los compradores ansiosos por los regalos. Es recomendable tener el ojo despierto y analizar si el descuento prometido realmente existe o hubo una suba de precios antes de anunciar tal descuento o promoción.

Otro punto a tener en cuenta es que últimamente en las góndolas figuran precios realmente atractivos, pero estos se hacen reales cuando se compra más de una unidad, cuando se adquiere un solo producto el precio a pagar es mucho mayor.

Una familia tipo necesita más de 1.420 pesos para no caer en la pobreza

[Compartir](#) |

RIO GRANDE.- Conocido el IPC del mes de noviembre, desde la Dirección General de Estadística y Censos se informó que el costo de la Canasta Básica Alimentaria, para una familia tipo, trepó a los 1.425,63 pesos en Ushuaia, mientras que se ubicó en los 1.427,83 pesos en Río Grande. Este costo se obtiene de calcular lo que cuesta la CBA para una persona adulta, que en el caso de Ushuaia fue de 461,37 pesos y en Río Grande de 462,08 pesos. La CBA está determinada en función de los hábitos de consumo de la población, tomando en cuenta los requerimientos normativos kilocalóricos y proteicos imprescindibles para que un hombre adulto, entre 30 y 59 años de edad, de actividad moderada, cubra durante un mes esas necesidades. Los alimentos y las cantidades se seleccionaron a partir de la información provista por la Encuesta Nacional de Ingresos y Gastos de los Hogares.

Otros casos relevados
La Dirección General de Estadística y Censos difunde otros dos tipos de CBA, además del hogar que integra una familia tipo.
El caso del hogar compuesto de tres miembros, jefa de 35 años, su hijo de 18 y su madre de 61; los valores de la CBA en el mes de noviembre para Ushuaia fueron de 1.125,74 pesos; mientras que en Río Grande 1.127,48 pesos.
El caso del hogar integrado de cinco miembros, constituido por un matrimonio (ambos de 30 años) y tres hijos de cinco, tres y un año cumplidos; el valor de la CBA en noviembre fue de 1.550,20 pesos en Ushuaia; en Río Grande fue de 1.552,59 pesos.

Carne de guanaco: la nueva alternativa alimentaria de Santa Cruz



13/12 – 17:00 – Todo comenzó como una prueba piloto en la localidad de San Julián. El Gobernador dio respaldo a la iniciativa y Santa Cruz se puede transformar en la primera provincia en comercializar la carne de guanaco. Algunos confían que se puede constituir en una solución para la superpoblación de estos animales que se transformaron en un problema en las rutas y en los campos de la provincia.

Esta semana que pasó, el Gobernador Peralta, su esposa la diputada Blanca Blanco y el Intendente de San Julián Nelson Gleadell hicieron presencia en un supermercado de esa localidad, como forma de apoyar expresamente la comercialización de carne de guanaco, una experiencia piloto que se viene llevando adelante con el fin de categorizar este tipo de carnes y promover la aceptación de su consumo en la sociedad santacruceña.

En este momento existen tres puntos de ventas en San Julián y se prevé que abrirán otros en distintas localidades del interior, incluyendo la capital, Río Gallegos.

Varias cuestiones confluyen para lograr que se aplique esta nueva política en materia alimentaria. Por un lado, le enorme super-población de guanacos que hay en la provincia, a partir de la ley que prohíbe la caza y faenamiento de este animal. Esto produjo la aparición del camélido en las rutas, con el consiguiente peligro para los automovilistas y un aumento considerable de los accidentes de tránsito. Por otro lado, a las escasas pasturas que tienen los campos santacruceños, producto de la sequía, se le debe sumar la acción depredadora de pastizales por parte de grandes manadas de guanacos que les quitan el poco sustento existentes a las ovejas.

“*Maten la cantidad que quieran*”, es la frase que dispara cualquier ganadero de la zona, al que le ofrezcan cazar guanacos en sus campos. Esta experiencia piloto es sumamente interesante, si se tiene en cuenta que la carne de este animal es de gran calidad y bajo colesterol. En este momento, el kilo de carne se comercializa a 10 pesos y suponen que de extenderse la comercialización de este animal, el precio del producto estaría sensiblemente por debajo de los elevados precios que tiene la carne de vaca que va desde los 30 a los 60 pesos, según el corte que se trate. (Agencia OPI Santa Cruz)

Hiparsa firmó un acuerdo por su deuda

De la firma participaron en representación de Hiparsa el contador Alejandro Tarruella y por el Municipio el intendente.

Sierra Grande. El intendente municipal Nelson Iribarren confirmó que se firmó un acuerdo de compensación de deuda con la empresa Hiparsa por el pago de las obligaciones que la firma tiene con el Municipio, lo que permitirá el traspaso de lotes, predios e inmuebles a la órbita municipal.

De la firma participaron en representación de Hiparsa el contador Alejandro Tarruella y por el Municipio el intendente Nelson Iribarren.

El jefe comunal anticipó, que en el mes de enero se realizarán dos nuevos bulevares en el Barrio Industrial para embellecer el lugar. Añadió que se ejecutarán plazas infantiles en Villa Hiparsa y en el Barrio 36 Viviendas.

Del mismo modo, en el zanjón del 9 de Julio se llevará a cabo una obra de cordón-cuneta y veredas de piedras laja.

También se refirió a las obras que se están ejecutando.

Entre ellas, el titular de Ejecutivo serrano mencionó el retorno del asfalto a las calles céntricas, la ejecución de las obras del supermercado "La Anónima", la colocación de puentes para un mejor tránsito de peatones en los laterales de la Ruta 3, el recambio de luminarias en los barrios donde se requiera más alumbrado público.

"La pista de skate es una obra que avanza con buen ritmo, que esperamos inaugurar en el mes de diciembre para que los chicos tengan un lugar de diversión. Además, habrá reglas a seguir con respecto a los elementos de seguridad que les permitirá disfrutar de la pista sin necesidad de sufrir posibles accidentes", aclaró el jefe comunal serrano.

Siguiendo con la enumeración de obras públicas importantes en el balneario Playas Doradas, señaló que luego de llamar a registro de oposición y de realizar concursos públicos de precios, se están ejecutando trabajos de cordón-cuneta en la avenida Buccino (acceso a la playa), en espacios verdes y plazas; también está en marcha el proyecto de Paseo Costanera en el que se encuentra un número importante de gente trabajando; del mismo modo, se llevan a cabo arduas tareas en el reacondicionamiento del camping municipal, en la reparación de las calles y de la red de agua, para la temporada de verano.

Haciendo referencia al embarque de la MCC "Minera Sierra Grande", el intendente serrano expresó que "el 5 de diciembre arribó el barco "Anna Bo" al muelle mineralero de Punta Colorada para realizar el embarque de 60 mil toneladas de material ferroso rumbo a China. La tarea de carga duró aproximadamente 3 días.



Iribarren confirmó la firma del acuerdo y las iniciativas.

Medio: La Razón – Chivilcoy	Fecha: 14-12-2010	Pág.:
-----------------------------	-------------------	-------

Fallo a favor del Municipio por demanda de supermercado chino

De la Justicia de Mercedes

La justicia mercedina falló a favor de la Municipalidad de Chivilcoy en una demanda en su contra realizada por un supermercado chino al que se le había rechazado el pedido de habilitación bajo la nueva ordenanza de Radicación Promovida. Según confirmó el director de Asuntos Legales, Dr. Santiago Bertone, el Juzgado en lo Contencioso Administrativo no hizo lugar al reclamo de Supermercados Chicho SRL para abrir un minimercado en la esquina de las calles Ameghino y Basso Dastugue, a quien se le había rechazado un pedido de habilitación presentado luego de estar en vigencia la nueva ordenanza de zonificación. En tanto, el sitio digital Bragado Virtual, detalló que el juez en lo Contencioso Administrativo de Mercedes, Luis Oscar Laserna, rechazó 'por inadmisibles' el cuestionamiento efectuado por Autoservicio Chicho SRL a la resolución del 31 de mayo de 2010 de la Directora de Habilitaciones de Actividades Económicas, que desestimó el pedido en base a la Ordenanza 6500, sancionada el 29 de enero de este año, que prohíbe habilitar autoservicios, mini mercados, almacenes y despensas en todas las calles pavimentadas'. De acuerdo a lo publicado por dicho medio, 'el magistrado consideró que el demandante voluntariamente consintió la decisión de la funcionaria municipal, lo que imposibilita revisar judicialmente el acto que adquirió firmeza por falta de impugnación oportuna'. Cabe señalar que el municipio venía de una serie de fallos adversos por haber revocado la habilitación de varios supermercados que, supuestamente, habían cesado la actividad, por lo que recurrieron a la justicia. En este caso, el juez Laserna no dio lugar a la demanda por el rechazo a la solicitud de habilitación'.