

CONSUMIDORES

Aseguran que en 2010 los precios subieron hasta casi el 42 por ciento

Los productos de marcas líderes que consumen los argentinos aumentaron un 37,77 por ciento durante todo 2010 y los artículos de segundas marcas subieron hasta un 41,83 por ciento.

Así lo indicó un informe realizado por la Liga de Acción del Consumidor (Adelco), que realiza relevamientos de precios mes a mes en la zona metropolitana de Buenos Aires y analiza las variaciones.

De acuerdo con el informe difundido por la entidad, la canasta de marcas líderes pasó de 198,88 pesos en diciembre de 2009 a 273,93 pesos en el mismo mes de 2010. En tanto, la canasta de productos de segundas marcas pasó de 164,01 a 232,61 pesos, según los relevamientos realizados por la Liga de Acción del Consumidor.

Adelco sondea mensualmente la evolución de los precios de 22 alimentos y seis artículos de higiene, hace

más de 15 años. Entre el 30 de noviembre y el 28 de diciembre de 2010, los precios de productos de consumo básico, que integran la canasta de marcas líderes relevada por la entidad en supermercados e hipermercados, mostraron una caída de 2,54 por ciento, al pasar de 281,07 a 273,93 pesos.

Los cinco productos que más aumentaron de precio fueron zanahoria (49,69%), azúcar (35,57%), aceite mezcla (13,53%), mermelada de durazno

(11,57%) y tomates peritas pelados en lata (6,32%). Mientras, los cinco productos que más disminuyeron sus precios fueron tomate redondo larga vida (-39,75%), papa (-24,37%), Jabón de tocador (-12,29%), huevos (-10,61%) y pan de jabón (-9,64%).

En el caso de la canasta de productos de segundas marcas, la variación de precios fue de una suba de 1,29 por ciento, al pasar de 229,66 a 232,61 pesos. Los cinco productos que más aumentaron

de precio fueron zanahoria (49,69%), fideos secos (35,01%), Azúcar (33,69%), mermelada de durazno (24,74%) y arroz (19,38%). En tanto, los cinco productos que más disminuyeron de precio fueron tomate redondo larga vida (-39,75%), huevos (-11,44%), pan de jabón (-10,08%), cebolla redonda (-9,32%) y papa (-7,53%).

Desde enero de 2002, la canasta de marcas líderes aumentó 505,9 por ciento, pasando de 45,21 a 273,93 pesos, remarcó Adelco. #

Medio: El Chubut - Trelew	Fecha: 04 - 01 - 2011	Pág.:
---------------------------	-----------------------	-------

Esperan menor venta de juguetes para Reyes en comparación con la Navidad

HAY MUCHA GENTE DE VACACIONES Y PARA LAS FIESTAS HUBO COMPRAS MASIVAS / Los jugueteros ya se están preparando para la llegada de los Reyes Magos que arribarán con su magia mañana a la noche dejando ilusión, fantasía y algún presente para todos los niños del mundo entero.

En Trelew, los Reyes Magos nunca dejan de visitar a todos los chicos, razón por la cual las jugueterías ya están preparadas, atendiendo en horario extendido durante la jornada de mañana, y brindando atención personalizada.

Según los comerciantes que están en este rubro, se espera menos venta que en la fiesta de Navidad, debido a que hay mucha gente de vacaciones y si bien los Reyes Magos llegan exclusivamente para los niños, las ventas suelen ser menores en los últimos años en comparación con las ventas navideñas.

Así coincidieron en señalarlo Raúl Mancinelli, titular de Juguetería «Avenida», quien dice que la baja de ventas en juguetes para Reyes comenzó hace 10 años y Mateo Gómez, de Librería y Juguetería «ABG», que es nuevo en el rubro de juguetes, pero hace un par de años que ofrece una nueva propuesta a la clientela.

Ambos tuvieron una buena venta de juguetes en Navidad. Papá Noel no escatimó en gastos para los más pequeños de las familias y arrasó con juguetes, sin embargo, se cuenta con stock para que los Reyes hagan lo propio.

MENOS EN REYES

Para Navidad «se eligieron los juguetes que salen en la tele, esos fueron los más buscados», dijo Gómez. Mancinelli, por su parte, señaló que como la oferta es variada, la venta en Navidad también lo fue. Además de lo que sale en la televisión, la gente se llevó otro tipo de juguetes.

Con todo, y teniendo en cuenta las altas temperaturas y los chicos que disfrutan del mar y la pileta, los juguetes que más se venden en Reyes son «los playeros. Se eligen los flota-flota, los inflables, patas de rana, antiparras, pistolas de agua», dijo Gómez.

Mancinelli agregó que se lleva mucho para Reyes «los juegos de baldecito y palita, tablas de barrender, rollers, patinetas, skates, artículos playeros».

Gómez destacó que hay buenas expectativas, inclusive esperan que los clientes que están residiendo en Playa Unión se trasladen a Trelew a efectuar las compras para esta fecha. En Navidad «hubo una evolución en las ventas y ha habido un crecimiento, somos nuevos en el rubro y hubo un crecimiento», dijo Gómez. Mancinelli señaló que en Navidad «la venta fue mejor que otros años y ojalá sean buenas también para Reyes. Fue mejor de lo esperado en Navidad, a pesar que hay muchos que venden juguetes». De todos modos por la experiencia de este juguetero «puedo decir que decae la venta de juguetes para Reyes. Y en esta fecha no hay mucho turismo en Trelew como para que el turista se acerque a comprar».

En ambas jugueterías hay juguetes que van desde los 10, 15 pesos en adelante, al alcance de cualquier bolsillo.

Medio: El Chubut - Trelew	Fecha: 04 - 01 - 2011	Pág.:
---------------------------	-----------------------	-------

Las ventas de fin de año en Chubut crecieron entre un 15 y un 20 por ciento

OPTIMISMO EN LA FECH PARA EL 2011 / Según las estimaciones brindadas desde la Federación Empresaria Chubutense (Fech), el promedio general de las ventas que se registró en la provincia para las fiestas de fin de año fue de un «15 a un 20 por ciento más», en línea con el registro marcado en el resto del país. Mientras que las proyecciones realizadas para el 2011 dan esperanza al sector de mantener la tendencia en alza.

Si bien en Comodoro Rivadavia había preocupación por el conflicto que se desató con YPF a mediados de diciembre, el levantamiento de la medida de fuerza petrolera «generó tranquilidad y compras», lo cual también sucedió en el resto de la provincia, más allá de los problemas de disponibilidad de dinero en los cajeros automáticos. En cada una de las ciudades de Chubut la tendencia de las ventas fue entre un «15 y 20» por ciento respecto de las fiestas del año anterior. Desde la Fech se informó que el nivel de comercialización en la provincia estuvo dentro de la «media nacional», habiendo más operaciones y de mayor volumen. Las expectativas para las Cámaras de Comercio y la propia Federación es que para este año «va a seguir el crecimiento», teniendo en cuenta las «estadísticas» y por lo movilizado político y electoralmente. Así lo expresó el presidente de la Fech, Roberto Saffirio, quien aseveró que «el tema salarial va a ser conflictivo en todos los sectores, porque la inflación no la hemos parado, va a seguir creciendo y va a ser un problema».

La reducción de bolsas de nylon en supermercados tuvo baja recepción

Desde ayer, los grandes comercios de la ciudad no pueden entregar más de 7 unidades por compra. Sin embargo, la norma no se cumplió en su plenitud.



La ordenanza, aprobada en 2010, establece que en el plazo de un mes los infractores comenzarán a ser multados.

Neuquén > La implementación de la ordenanza que restringe a siete la cantidad de bolsas de nylon que los supermercados pueden darle a sus clientes se implementa lentamente desde ayer en los hipermercados de esta ciudad. Sin embargo, todavía no se multa a los infractores ya que para que ello ocurra habrá que esperar un mes.

Tanto las cadenas de locales de estos comercios como los usuarios empezaron muy despacio a poner en práctica la restricción en el uso de las bolsas de plástico, que rige por ordenanza. A tal punto que la mayoría de los supermercados no puso carteles que avisen a los usuarios de esta nueva modalidad. En tanto, la mayoría de los clientes dicen tener las bolsas reutilizables pero no recuerdan llevarlas a la hora de hacer las compras.

La ordenanza fue sancionada el 6 de mayo del año pasado y establece la reducción del uso de bolsas biodegradables en un período de tres años. Durante 2011 serán siete como máximo las bolsas que se podrán entregar, mientras que en 2012 se reducirá a un máximo de cinco, y en 2013 se llegará al número definitivo de tres.

Si bien la norma rige a partir del 1 de enero, los concejales habían dispuesto que se ponga en marcha el 3, es decir, ayer.

En un conocido hipermercado del alto indicaron que recién por la tarde de ayer se colocarían carteles para dar aviso a los clientes sobre esta restricción. De todas maneras, los cajeros empezaban tímidamente a comentar a los usuarios de la norma. Luis, un vecino del centro de la ciudad, comentó que le parecía bien la medida aunque consideró que tendrá que empezar a llevar siempre una bolsa reutilizable en el auto. "Yo estaba trabajando y me surgió la necesidad de esta compra así que no tenía mi bolsa", expresó con asombro.

En otro supermercado del Bajo tampoco había ayer por la tarde carteles que notifiquen a los clientes de esta nueva norma. Pero Cristián Estrada, jefe de Seguridad del comercio, comentó que se va a trabajar en incentivar al cliente para que se lleve pocas bolsas.

Emma, una vecina de Balsa las Perlas, precisó que le parecía buena la medida aunque justificó su falta de bolsa de compras ya que recién salía del trabajo.

Lo contrario ocurría en un reconocido hipermercado de la ruta, donde sí había un enorme cartel en el ingreso a su salón que informaba a los clientes de la ordenanza. Igual había clientes que no se iban muy contentos con la norma. Tal fue el caso de Eduardo, del barrio Maronese, quien se molestó por la restricción.

“Estoy comprando más de 1.000 pesos en mercadería, ¿y me dan sólo siete bolsas? La verdad no puede ser”, consideró Eduardo, mientras ponía uno a uno los productos adquiridos en el chango del súper.

Entre los reclamos de los vecinos estuvo la “falta de difusión en los medios masivos” de la norma y la pregunta sobre dónde tirarán ahora sus residuos.

Lo cierto es que todos se tendrán que acomodar a la nueva ordenanza ya que a partir de febrero comenzaran las sanciones y multas para los infractores.

Similares medidas en otros municipios

Neuquén > Algunas localidades de la provincia empezaron a implementar la Ley 2.569 sancionada por la Legislatura de Neuquén, donde se establece la prohibición de entrega y venta de bolsas de materiales plásticos en todo el territorio de la provincia, que no reúnan las características de degradables, oxobiodegradables, biodegradables, hidrodegradables. El plazo establecido es de un máximo de dos años desde su publicación en el Boletín Oficial el primero de enero de 2008. No obstante, la preocupación por el resguardo del medio ambiente no se ciñe a esta provincia y en la vecina Cipolletti también se pretende llegar al mismo objetivo.

-En San Martín de los Andes, el Programa de Reducción de Bolsas de Polietileno limitó desde junio de 2010 a un máximo de tres por compra. La Ordenanza 8.543 contempla que en dos años desde su aprobación se reducirá su entrega a una sola.

-En Zapala se aprobó una ordenanza para el uso de bolsas que contemplen ciertas características que no sean contaminantes.

-En Villa La Angostura la ordenanza tendiente a la supresión de provisión de bolsas data de 2007 que se implementó de manera escalonada hasta su eliminación su total desde hace un año.

-La reducción de entrega de bolsas de polietileno en comercios de Cipolletti rige desde marzo del 2010 donde se limitó a tres por cliente. Desde agosto se dispuso a una y en marzo de este año se anularía totalmente.

Medio: Diario de Río Negro – Río Negro	Fecha: 04 – 01 - 2011	Pág.:
---	-----------------------	-------

Más confianza en consumo

La confianza de los consumidores cayó un 2 por ciento en diciembre respecto de noviembre, afectada principalmente por una disminución en las expectativas de alcanzar mejores ingresos económicos ante una inflación elevada.

No obstante, el indicador terminó 2010 un 11,9 por ciento por encima del registrado en 2009, gracias a las mejoras económicas registradas en los hogares después del impacto de la crisis mundial.

Así lo indicó el informe sobre los Índices de Confianza del Consumidor, Ahorrista y Familias para la Argentina, realizado por la Fundación Mercado sobre la base de una encuesta realizada en las ciudades más grandes del país.

El Índice de Confianza de los Consumidores (ICC) registró una disminución del 2 por ciento y el de los Ahorristas se incrementó levemente un 0,4, lo que provocó una caída del 1,7 en el indicador sobre la confianza de las Familias.

Si bien en diciembre se registraron variaciones negativas respecto de noviembre, la comparación interanual con el mismo mes de 2009 arrojó que el ICC aumentó un 11,9 y el ICA un 5,5 por ciento, determinando una variación positiva de 11 por ciento para el ICF.

A diferencia del mes anterior, en diciembre las expectativas económicas y de empleo se redujeron en 2,7 y 2,8, respectivamente. El ahorro se mantuvo relativamente estable en el último mes del 2010 y, frente a la caída de expectativas, retrajo la tendencia de consumo futuro de corto plazo.

Medio: Diario de Río Negro – Río Negro	Fecha: 04 – 01 - 2011	Pág.:
---	-----------------------	-------



Este año darán hasta 7 bolsas por cliente.

Comenzó el programa de reducción de bolsas de plásticos en comercios

NEUQUÉN (AN) - A partir del 1 de este mes entró en vigencia la ordenanza que establece el programa "Reducción de uso de bolsas plásticas degradables, oxobiodegradables, biodegradables, hidrobiodegradables o de similar naturaleza". El objetivo es "evitar la contaminación del medio ambiente".

La reglamentación contempla que los comercios por cada operación podrán entregar un máximo de 7 bolsas, que se reducirá a 5 el año siguiente y a 3 en los años sucesivos.

El titular de licencia comercial que entregue una cantidad de bolsas mayor a la permitida será sancionado con una multa de 700 a 14.000 pesos.

Además, la ordenanza obliga a los hipermercados, supermercados y comercios mayoristas a contar en cada línea de caja con bolsas reutilizables para su comercialización y/o distribución.

Eduardo Del Prete, gerente del hipermercado La Anónima, afirmó que "a la gente, como con todo, le cuesta adaptarse, pero lo ideal es que traigan sus propias bolsas o compren las bolsas reutilizables que las vendemos al costo. En realidad es un hábito, y como todo hábito lleva todo un proceso adaptarse".

COSTO DE VIDA EN TIERRA DEL FUEGO

En noviembre la inflación fue del 1,45%

En ambas ciudades el incremento más significativo se registró en los rubros alimentos y bebidas, y en bienes y servicios varios. En Ushuaia hubo una sensible baja en indumentaria. De noviembre a noviembre, el costo de vida creció un 23,75%.

Durante el anteuúltimo mes del año pasado, el costo de vida en Tierra del Fuego siguió experimentando una tendencia alcista que llevó a que el costo de vida aumentara un 1,45% respecto de octubre.

En Ushuaia la suba fue del 1,4%, empujada por un aumento del 2,8% en alimentos, del 1,2% en bienes y servicios varios y del 0,6% en Vivienda, combustible y electricidad, que no pudo ser compensada por la baja del 2,9% que se registró en indumentaria y del 0,3% en Atención médica y gastos de salud, y en Educación y Esparcimiento.

En los últimos 12 meses (noviembre a noviembre), la inflación acumulada en la capital provincial fue del 23,7%. Por encima de ese promedio se ubicó el incremento en el rubro viviendas, combustibles y electricidad; con un 29,3%, y en alimentos y bebidas con el 26,2%. El rubro que menos aumentó experimentó fue el de indumentaria. En tanto, educación y esparcimiento; atención médica y gastos en salud, y bienes y servicios varios acumularon un 22,5%; 21,9% y 21,3% respectivamente.

En tanto, Ríos Grande cerró noviembre con una inflación del 1,5%. Al igual que en Ushuaia el rubro que más aumentó fue el de alimentos y bebidas, con el 2,3%. Por detrás, con el 1,7% se ubicó bienes y servicios varios e indumentaria con el 0,8%. Los demás rubros se mantuvieron sin modificación respecto de octubre pasado.

En el acumulado noviembre-noviembre, en aquella ciudad la inflación promedio acumulada fue del 23,8%. Alimentos y bebidas, con un 27,6%, superó ese índice. Por su parte, indumentaria creció un 23%; un 19% vivienda, combustible y electricidad; 17% educación y esparcimiento; 15,6% bienes y servicios varios y un 9,6% atención médica y gastos en salud.

DISCO invertirá 14.5 millones de pesos
En Chivilcoy



14.5 millones de pesos invertirá la cadena de supermercado DISCO para instalarse en nuestra ciudad. Lo hará en el edificio que está ubicado en la esquina de Calle Pellegrini y General Rodríguez, donde hasta hace un tiempo funcionó el paseo de compras, 'Shopping El Molino'. La empresa, contará con aproximadamente 70 empleados y destinará un total de 1.530 metros cuadrados de superficie para el funcionamiento de una cochera que alojará a 50 vehículos. DISCO ofrecerá productos y servicios tales como: envíos a domicilio; premios Discoplus; cobro solo de las Tarjetas Propias; estacionamiento sin cargo y venta virtual. Acerca de DISCO DISCO Pertenece al Grupo Cencosud (Centros Comerciales Sudamericanos). Esta cadena fue fundada en 1961 e integra a otras empresas como: Supermercados Jumbo, Veá, Easy, Unicenter Shopping,, Plaza Oeste

Shopping, entre otros. DISCO está presente en Capital Federal y Gran Buenos Aires con 63 locales, en la Costa Atlántica con 9 y con 47 locales en Córdoba.

Medio: La Opinión - Rafaela	Fecha: 04 - 01 - 2011	Pág.:
-----------------------------	-----------------------	-------

MERMA DE 2% EN DICIEMBRE

Confianza de consumidores mejoró casi 12 por ciento

BUENOS AIRES, 4 (NA). - La confianza de los consumidores cayó un 2 por ciento en diciembre respecto de noviembre, afectada principalmente por una disminución en las expectativas de alcanzar mejores ingresos económicos ante una inflación elevada.

No obstante, el indicador terminó 2010 un 11,9 por ciento por encima del registrado en 2009, gracias a las mejoras económicas registradas en los hogares después del impacto de la crisis mundial.

Así lo indicó ayer el informe sobre los Índices de Confianza del Consumidor, Ahorrista y Familias para la Argentina, realizado por la Fundación Mercado sobre la base de una encuesta realizada en las ciudades más grandes del país.

El Índice de Confianza de los Consumidores (ICC) registró una disminución del 2 por ciento y el de los Ahorristas se incrementó levemente un 0,4, lo que provocó una caída del 1,7 en el indicador sobre la confianza de las Familias.

Si bien en diciembre se registraron variaciones negativas respecto de noviembre, la comparación interanual con el mismo mes de 2009 arrojó que el ICC aumentó un 11,9 y el ICA un 5,5 por ciento, determinando una variación positiva de 11 por ciento para el ICF.

A diferencia del mes anterior, en diciembre las expectativas económicas y de empleo se redujeron en 2,7 y 2,8, respectivamente. El ahorro se mantuvo relativamente estable en el último mes del 2010 y, frente a la caída de expectativas, retrajo la tendencia de consumo futuro de corto plazo.

Las expectativas de ingreso disminuyeron por cuarto mes consecutivo, básicamente porque las expectativas de inflación altamente negativas se comparan con una lenta evolución de ingresos en los últimos meses.

"En un año que plantea una agenda electoral, se vislumbra un escenario estable para el primer trimestre, pero que genera incertidumbre a partir de marzo", dijo la Fundación Mercado en su informe.

Medio: La Opinión - Rafaela	Fecha: 04 - 01 - 2011	Pág.:
-----------------------------	-----------------------	-------

Dicen que la inflación fue del 42% en 2010

BUENOS AIRES, 4 (NA). - Los productos de marcas líderes que consumen los argentinos aumentaron un 37,77 por ciento durante todo 2010 y los artículos de segundas marcas subieron hasta un 41,83 por ciento.

Así lo indicó un informe realizado por la Liga de Acción del Consumidor (Adelco), que realiza relevamientos de precios mes a mes en la zona metropolitana de Buenos Aires y analiza las variaciones.

De acuerdo con el informe difundido por la entidad, la canasta de marcas líderes pasó de 198,88 pesos en diciembre de 2009 a 273,93 pesos en el mismo mes de 2010.

En tanto, la canasta de productos de segundas marcas pasó de 164,01 a 232,61 pesos, según los relevamientos realizados por la Liga de Acción del Consumidor.

Adelco sondea mensualmente la evolución de los precios de 22 alimentos y seis artículos de higiene, hace más de 15 años.

Entre el 30 de noviembre y el 28 de diciembre de 2010, los precios de productos de consumo básico, que integran la canasta de marcas líderes relevada por la entidad en supermercados e hipermercados, mostraron una caída de 2,54 por ciento, al pasar de 281,07 a 273,93 pesos.

Los cinco productos que más aumentaron de precio fueron zanahoria (49,69%), azúcar (35,57%), aceite mezcla (13,53%), mermelada de durazno (11,57%) y tomates peritas pelados en lata (6,32%).

Mientras, los cinco productos que más disminuyeron sus precios fueron tomate redondo larga vida (-39,75%), papa (-24,37%), Jabón de tocador (-12,29%), huevos (-10,61%) y pan de jabón (-9,64%).

En el caso de la canasta de productos de segundas marcas, la variación de precios fue de una suba de 1,29 por ciento, al pasar de 229,66 a 232,61 pesos.

Los cinco productos que más aumentaron de precio fueron zanahoria (49,69%), fideos secos (35,01%), azúcar (33,69%), mermelada de durazno (24,74%) y arroz (19,38%).

En tanto, los cinco productos que más disminuyeron de precio fueron tomate redondo larga vida (-39,75%), huevos (-11,44%), pan de jabón (-10,08%), cebolla redonda (-9,32%) y papa (-7,53%).

Desde enero de 2002, la canasta de marcas líderes aumentó 505,9 por ciento, pasando de 45,21 a 273,93 pesos, remarcó Adelco.

Medio: La Verdad - Junín	Fecha: 04 – 01 - 2011	Pág.:
--------------------------	-----------------------	-------

Supermercado DISCO invertirá 14.5 millones de pesos

14.5 millones de pesos invertirá la cadena de supermercado DISCO para instalarse en nuestra ciudad. Lo hará en el edificio que está ubicado en la esquina de Calle Pellegrini y General Rodríguez, donde hasta hace un tiempo funcionó el paseo de compras, 'Shopping El Molino'. La empresa, contará con aproximadamente 70 empleados y destinará un total de 1.530 metros cuadrados de superficie para el funcionamiento de una cochera que alojará a 50 vehículos. DISCO ofrecerá productos y servicios tales como: envíos a domicilio; premios Discoplus; cobro solo de las Tarjetas Propias; estacionamiento sin cargo y venta virtual. Acerca de DISCO DISCO Pertenece al Grupo Cencosud (Centros Comerciales Sudamericanos). Esta cadena fue fundada en 1961 e integra a otras empresas como: Supermercados Jumbo, Vea, Easy, Unicenter Shopping,, Plaza Oeste Shopping, entre otros. DISCO está presente en Capital Federal y Gran Buenos Aires con 63 locales, en la Costa Atlántica con 9 y con 47 locales en Córdoba.