

**ECONOMÍA**

CRECIERON UN 18,1%

**Suben las  
ventas en los  
supermercados**

La variación positiva entre marzo y febrero último fue del 0,8%, según informó el Indec. *Página 4*

ENTRE MARZO ÚLTIMO E IGUAL MES DEL AÑO ANTERIOR LAS VENTAS CRECIERON UN 18,1%

## Suben las ventas en los supermercados

■ La variación positiva entre marzo y febrero último, fue del 0,8%, según informó el organismo oficial, Indec.

Las ventas en los supermercados registraron en marzo último un crecimiento del 18,1% respecto de igual mes del 2010, informó el Instituto Nacional de Estadística y Censos (Indec).

La dependencia oficial, sobre la base de la medición de precios desestacionalizados, detalló además que las ventas de marzo marcaron una variación positiva del 0,8% comparadas con las febrero.

En tanto, las ventas a precios corrientes con estacionalidad comprendidas en la encuesta sumaron 6.238,4 millones de pesos, lo cual representó una suba de 26,1% respecto del mismo mes del año anterior y un aumento de 10,8% comparados con febrero del 2011.

A su vez, la variación interanual de las ventas del primer trimestre del 2011 fue del 26,7%.

Al tiempo que las ventas a precios constantes desestacionalizadas de marzo de este año registraron una variación positiva de 18,1 por ciento; mientras que la tendencia ciclo registró una variación positiva de 0,8% con relación con el mes anterior.

Por su parte, las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 2,4% respecto de febrero del 2011.

La encuesta revela también que en la variación interanual de las ventas totales a precios corrientes registró un aumento de 25,7%. En este caso, las jurisdicciones donde se registraron las subas más importantes fueron Salta (38%),



■ El relevamiento del Indec dio cuenta de que en un año las ventas subieron un 18,1%.

Chubut (37,2), Otras provincias del Sur (36,6), Entre Ríos (33,4) y Otras provincias del Norte (28,9).

Las ventas del primer bimestre del 2011 fueron 27% superiores a las correspondientes al mismo período del 2010.

En las jurisdicciones

donde se reflejó un mayor incremento fueron Salta (37,6%), Otras provincias del Sur (36,6), Chubut (36,5), Entre Ríos (35,7) y Otras provincias del Norte (32,2).

Mientras que en la variación interanual de las ventas a precios corrientes por

grupo de artículos, se observaron los incrementos más significativos en indumentaria, calzado y textiles para el hogar (46,9%), alimentos preparados y rotisería (44,2), electrónicos y artículos para el hogar (38,8), Otros (36,2) y panadería (28,2). ■

“DEBEMOS SER UNA CIUDAD HOSPITALARIA, AMABLE, SABIENDO QUE LA IMAGEN DE LA CIUDAD LA DA LA GENTE”, DIJO ANA STINGL

# Capacitarán a taxistas y empleados de comercio sobre circuitos turísticos

Como parte del programa municipal “Comodoro Amable” que promueve la Agencia de Turismo, se está preparando una capacitación destinada a taxistas y remiseros que circulan por la ciudad. La idea es que los conductores conozcan los circuitos y atractivos turísticos para transmitirlos a los turistas-pasajeros. Asimismo, habrá capacitaciones a través de la Cámara de Comercio para llegar a aquellos que tienen contacto directo con los turistas.

Con la idea de entusiasmar a un pasajero a que conozca los atractivos de la ciudad es necesario que el chofer de un taxi o un remis lo conozca para estar en condiciones de hablar de ello.

“Eso es lo que se va a hacer con el trabajo de campo, llevándolos a los lugares donde habitualmente uno lleva al turista. Así que en esta capacitación, se va a trabajar en gabinete con charlas interactivas y

con salidas de campo con Turistas por un Día, para que los taxistas y remiseros lo conozcan y puedan hacerlo con su vehículo”, mencionó la responsable de Comodoro Turismo, Ana Stingl.

Se trata de una propuesta que se enmarca dentro del programa municipal “Comodoro Amable”, que busca que todos los comodorenses sean anfitriones de la ciudad ante la eventual llegada de turistas.

Para desarrollar las charlas

informativas, el equipo de profesionales a cargo de la capacitación generó en primer lugar una planilla de consulta a los propios taxistas y remiseros para que ellos manifestaran en qué ámbitos creen que necesitan capacitarse.

En base a ello se prepara todo el plan de capacitación donde hay diversas temáticas. Es por ello que se ha acordado con las empresas de taxis y remis, realizar las charlas en los días y horarios que indique



la propia empresa, y de ser necesario se repetirá la capacitación.

“Hubo mucho interés de taxistas y remiseros, están muy contentos porque ellos habían estado solicitando esta capacitación. De hecho, una empresa de taxis mostró mucho interés porque atienden a los turistas y se dan cuenta de la falencia que tienen de información o de los propios circuitos turísticos, ya que a veces el turista quiere hacer un city tour solo en un taxi”, señaló Stingl.

## CAPACITACION

Como parte de este trabajo, la funcionaria se refirió a que también se va a instruir a personal vinculado con la Cámara de Comercio de Comodoro Rivadavia. “Ellos entendieron la gran responsabilidad que hay a partir de lo que es el sector comercial de la ciudad, ya que los visitantes no solo son atendidos en un hotel o un restaurante, sino que compran en comercios de la ciudad y la idea es que toda la gente que trabaja en los comercios

**Si la idea es entusiasmar a un pasajero a que conozca los atractivos de la ciudad, es necesario que el chofer de un taxi o un remis los conozca para estar en condiciones de hablar de ello.**

también tenga alguna preparación para informar correctamente a la gente”, puntualizó Stingl.

Y agregó que “la idea es que empecemos a ser una ciudad hospitalaria, amable, que sepamos que la imagen de la ciudad la da la gente con las cuales el turista toma contacto desde que llega a la ciudad hasta que se va. No es ni el gerente de un hotel, ni el secretario de Turismo los que estamos en contacto directo con el turista sino la gente que está en una estación de servicio, la gente que está arriba de un taxi, el agente de tránsito, el empleado de un comercio, esa es la gente que tiene que dar la imagen de una ciudad hospitalaria”.

EN COMPARACION CON IGUAL MES DEL AÑO PASADO

## Las ventas en los supermercados crecieron 18,1% en marzo

Buenos Aires (Télam)

Las ventas en los supermercados registraron en marzo último un crecimiento del 18,1 por ciento respecto de igual mes de 2010, informó ayer el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC).

La dependencia oficial, en base a la medición a precios desestacionalizada, detalló además que las ventas de marzo marcaron una variación positiva del 2,4 por ciento comparadas con las de febrero.

En tanto, las ventas a precios corrientes con estacionalidad comprendidas en la encuesta, sumaron 6.238,4 millones de pesos, lo cual representó una suba de 26,1 por ciento respecto del mismo mes del año anterior y un aumento de 10,8 por ciento comparados con febrero del 2011.

A su vez, la variación interanual de las ventas del primer trimestre de 2011 fue del 26,7 por ciento.

Al tiempo que las ventas a precios constantes

desestacionalizadas de marzo de este año registraron una variación positiva de 18,1 por ciento; mientras que la tendencia ciclo registró una variación positiva de 0,8 por ciento con relación con el mes anterior.

Por su parte, las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 2,4 por ciento respecto de febrero del 2011.

La encuesta revela también que en la variación interanual de las ventas totales a precios corrientes registró un aumento de 25,7 por ciento. En este caso, las jurisdicciones donde se registraron las subas más importantes fueron Salta (38 por ciento), Chubut (37,2), Otras provincias del Sur (36,6), Entre Ríos (33,4) y Otras provincias del Norte (28,9).

Las ventas del primer bimestre de 2011 fueron 27 por ciento superiores a las correspondientes al mismo período de 2010.

EN MADRYN, LOS PRECIOS SON 400 POR CIENTO MÁS CAROS

# La "Carne para todos" sólo se consume por televisión

**E**l martes, la Presidente Cristina Fernández lanzó un plan de venta itinerante de carne, a precios promocionales, con una recorrida por puestos móviles que circularán en breve por el conurbano bonaerense. Las carnicerías móviles ponen a disposición de la gente distintos cortes. Claro está que estas carnicerías no llegarán a Puerto Madryn ni a la zona y aquí está el meollo de la cuestión. La diferencia entre el precio que se promociona con el denominado "Carne para todos" es casi un 400 por ciento mayor en las carnicerías de Madryn y la gente reacciona, como Adela, que dijo que "pareciera que nos están burlando. La Presidente presenta la milanesa a 13 pesos cuando nosotros que también estamos en la Argentina, la pagamos mucho más que eso". De hecho el kilo de milanesa se puede conseguir en la ciudad por unos 50 pesos dependiendo la carnicería.

La comparación continúa: el asado que se ofrece en "Carne para todos" cuesta 10,50 pesos el kilo, en Madryn cuesta \$53; el bife ancho de 11,80 en las carnicerías móviles, en la ciudad se lo paga a 39; la carnaza en la ciudad roza los 20 pesos aunque se lo anuncie en Buenos Aires a 7,65; la carne picada en Madryn cuesta 28 pesos contra los 6,92 que se anunció y la cuadrada, que aquí cuesta 48 pesos el kilo, a través del programa "Carne para todos" se lo promociona a 13,13.

Estas ferias itinerantes tendrán un tiempo determinado de trabajo y recorrerán distintos puntos del Gran Buenos Aires. El disparador entonces que se presenta es si, desde el punto de vista comercial de la carne, se puede continuar con la barrera sanitaria del Paralelo 42.

"Acá es imposible pensar tener esos precios pero si se decide en algún momento levantar la barrera sanitaria podríamos vender la carne un 50 por ciento más barata y aunque no sean los mismos precios de este "Carne para todos" serían muy diferentes a los actuales", se destacó desde una tradicional carnicería de la ciudad.

Un informe de Fabiana Menedit remarca que los beneficios de contar con un estatus sanitario de calidad, redundan en la posibilidad de aprovechar mercados de precios altos. Los



PARA PRIVILEGIADOS. EN LA CIUDAD DEL GOLFO, LA REBAJA NO TIENE EFECTO.

precios del circuito no aftósico de carnes son de un 50 a un 80 por ciento superiores a los valores obtenidos por carnes en países con vacunación. Sin embargo, en carnes la situación productiva de Chubut no permite acceder a un volumen de oferta mínima de carne vacuna para aprovechar el beneficio sanitario. Analizando la situación de los últimos años, en carnes Chubut exporta sólo ovinos. Es decir, productivamente no se aprovecha el beneficio sanitario que otorga la Barrera Sanitaria del Paralelo 42 y en el consumo, hace encarecer directamente el bolsillo de los consumidores locales.

Los carniceros de Puerto Madryn señalan que los precios puestos a través de "Carnes para todos" pueden devenir de sobrantes de exportación porque a priori son irrisorios. Para la Dirección General de Agricultura y Ganadería, la barrera sanitaria genera controversias que enfrentan a productores y consumidores anualmente. Sin embargo la razón de la existencia de la barrera no es comercial, sino sanitaria. De hecho, razones no sanitarias irían en contra del libre comercio, al que Argentina no sólo adhiere sino tiene una definida postura internacional de defensa. #

Hasta un 400% más caro		
CORTE	CARNE PARA TODOS	PUERTO MADRYN
Asado	\$ 10,50	\$ 53
Carne Picada	\$ 6,92	\$ 28
Cuadrada	\$ 13,13	\$ 48
Bife ancho	\$ 11,80	\$ 39
Carnaza	\$ 7,65	\$ 18

SEGÚN DATOS DEL INDEC

# Ventas en los súper de Chubut duplicaron a la media nacional

**L**as ventas en los súper de Chubut crecen al ritmo de la escalada de precios y, también, del mayor consumo de la gente. De acuerdo a un informe dado a conocer por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INDEC), las ventas registradas en supermercados aumentaron un 18 por ciento en el mes de marzo de 2011 respecto al mismo mes del año anterior. Sin embargo, en nuestra provincia, ese crecimiento fue del 37,2 por ciento.

La dependencia oficial, en base a la medición a precios desestacionalizada, detalló además que las ventas de marzo marcaron una variación positiva del 0,8 por ciento comparadas con las de febrero. En tanto, según un informe de InfoRegión, las ventas a precios corrientes con estacionalidad comprendidas en la encuesta, sumaron 6.238,4 millones de pesos, lo cual representó una suba de 26,1 por ciento respecto del mismo mes del año anterior y un aumento de 10,8 por ciento comparados con febrero de 2011.

A su vez, la variación interanual de las ventas del primer trimestre de 2011 fue del 26,7 por ciento. Al tiempo que las ventas a precios constantes desestacionalizadas de marzo de este año registraron una variación positiva de 18,1 por ciento; mientras que la



**A VER QUÉ COMPRAMOS. A LOS COMERCIOS LES FUE MEJOR AQUÍ QUE EN EL PAÍS.**

tendencia ciclo registró una variación positiva de 0,8 por ciento con relación con el mes anterior.

Por su parte, las ventas desestacionalizadas a precios constantes aumentaron 2,4 por ciento respecto de febrero del 2011. La encuesta revela también que en la variación interanual de las ventas totales a precios corrientes registró un aumento de

25,7 por ciento. En este caso, las jurisdicciones donde se registraron las subas más importantes fueron Salta (38 por ciento), Chubut (37,2), Otras provincias del Sur (36,6), Entre Ríos (33,4) y Otras provincias del Norte (28,9). Las ventas del primer bimestre del 2011 fueron 27 por ciento superiores a las correspondientes al mismo período de 2010. #