



Asociación de Defensa de Derechos
de Usuarios y Consumidores
29 de Septiembre 1960, 1° piso, Of. 46, Lanús
Te. 4241-2949, www.adduc.org.ar

Lanús, Abril de 2010.-

Señor Lector:

Adjuntamos con el presente, **algunos** de los relevamientos de precios de la canasta que esta asociación realiza. Los relevamientos, como siempre, son tomados en la Zona Sur del Gran Buenos Aires, y Capital Federal.

Se deja establecido que no representa un IPC y que solo relevamos precios de una canasta de 52 productos. **(Ver archivos adjuntos de alguno de los relevamientos realizados).**

Existe una gran dispersión de precios, que demuestra claramente una actitud anormal del mercado en constante perjuicio del consumidor.-

Existen cadenas de hipermercados con distintos precios de un mismo producto en distintas sucursales de la misma cadena.-

En referencia a la canasta de Pascua, muestra una dispersión y variación de precios que hasta se cambian en el día a día (se adjunta evolución de precios entre marzo del 2009 y Marzo del 2010).-

La merluza con igual calidad, se encontró precios que van desde los \$ 24 a \$ 40 el Kg. Como se vera en el adjunto los aumentos de una canasta de Pascua tomado los meses Marzo del 2009 a Marzo del 2010, muestra un incremento que va desde el 30 % al 50 %, dependiendo de zonas y de calidades.-

El chocolate muestra un incremento, según calidades y productos, de más del 50%.-

La popular rosca de pascual se incremento en más del 30%. Las calidades son muy variadas.-

Las compras realizadas por los consumidores muestran un incremento, debido a que se realizan diariamente y para el día, en la mayoría de los casos. Mostrando mayor cotejo de precios.-

La canasta de 52 productos que releva nuestra asociación, ha tenido un incremento del 1,4 %.-

En lo que va del año esta canasta relevada muestra un incremento del 13 %. Es que la misma fue impulsada por los aumentos desmedidos y especulativos generados en las primeras 2 semanas de Febrero del 2010.-

Esta canasta, promedio, cuesta la suma de \$ 375, por lo que este mes una familia tipo compuesta de 4 personas necesita \$ 1.500, para comprar estos productos para el mes de Marzo de 2010.-

En líneas generales en la segunda semana de Marzo no se registraron cambios y operaron algunas bajas, pero que no lograron descender a los niveles del año 2009, dado que se mantuvieron con la fuerte recuperación que se registró en el mes de Febrero y que representaron los fuertes incrementos registrados oportunamente.-

No registraron aumentos en promedio en aceites, aguas y gaseosas, arroces, artículos de tocador y de limpieza, fideos y harinas. Las leches y quesos mantuvieron sus precios.

En algunas zonas los arroces y harinas mostraron incrementos del 1 % al 4 %.-

Mantuvieron sus precios limones, cebolla, manzana, papas. Los tomates y lechuga mostraron leves incrementos.-

El pollo mostró un descenso en su precio pero se mantiene lejos de los \$ 6 el Kg. que debería costar conforme los convenios que se suscribieran oportunamente.-

El pan mantuvo su precio.

La carne en algunas zonas tuvo un descenso de entre \$ 1 y \$ 2, en otros mantuvo su precio.

Apareció en cadenas de carnicería los novillos livianos que en el mes de Febrero habían desaparecido y los precios mas bajos se registraron en Novillos y Vaquillonas muy pesadas.-

En algunas cadenas de carnicería se encuentran precios mucho más económicos.-

Se noto muy abastecidas las carnicerías y sin faltantes.-

Es de señalar que volvieron a aparecer en las góndolas de algunos hipermercados, sin ninguna razón, vacías, mostrando inexistencia de productos que son de fácil localización en comercios minoristas. Esto pone de resalto el alto interés especulativo que utilizan estos en el mercado forzando el enrarecimiento del mismo en contra del consumidor.-

Es de recordar que estos formadores de precios, tienen adquiridos los productos que ponen a la venta, hace mas de medio año, demostrando la grave situación en que ha puesto al mercado con su accionar.-

Es de destacar que en el mes de Marzo los 5 hipermercados formadores de precios mostraron una notable dispersión entre sus propias sucursales y aún en iguales localidades.

Esta asociación no encontró en muchos supermercados los precios sugeridos, ni las bajas que se proponían, continuando violentando los derechos de los consumidores al no dar, ni los productos, ni las ofertas que se señalan sino mucho mas elevadas.-

Reiteramos cuidar las compras en las fechas de rebaja, tales fechas se encontraron irregularidades que en la continuidad, demuestra la falta de control por las autoridades.-

Los productos de limpieza y de tocador, se mantuvieron sin incrementos.-

Por las irregularidades que se detectan, reiteramos que el consumidor recuerde:

- a) No compre productos con envases rotos o golpeados, lea las especificaciones del producto y este seguro de lo que adquiere.-
- b) No compre productos con envases sin fecha de vencimiento clara o raspados o no claros.-
- c) Vea los productos fríos sus fecha de vencimiento y la consistencia de los mismos, en caso de duda no los compre.-

- d) No altere al adquirir productos frescos, la cadena de frío, trate que los mismos estén lo menos posible fuera de un refrigerador.-
- e) Corrobore que los productos tengan los precios por unidad en la góndola.-
- f) Corrobore que el precio de góndola sea el mismo que en la cajas.-
- g) Corrobore las ofertas en la caja y que se cumplan (existen diferencias en el precio entre las góndolas y la caja).-
- h) En caso de duda no compre productos que no le ofrezcan seguridad.-

No olvide bajar los adjuntos para corroborar precio, marca, local y corroborar sus precios con los restantes comercios.-

Mostramos estos consejos en forma reiterada, dado que se continúan detectando problemas y distintas situaciones que perjudican a los consumidores, por lo que les recomendamos tomarlos en cuenta.-

Hasta la próxima.-

Agradecemos su Difusión.-

Atte.-

Dr. Osvaldo Héctor Bassano

Presidente de ADDUC.

www.adduc.org.ar