

▶ TANTO EN SUPERMERCADOS COMO EN COMERCIOS DE CERCANIA ◀

# Apuntan falta de productos en listas de Precios Cuidados

De acuerdo a un informe de la entidad Consumidores Libres, el cumplimiento del programa gubernamental descendió, al cabo de los últimos días, de un 75 a un 65 por ciento.

Denuncian una importante falta de los productos del listado de Precios Cuidados tanto en las góndolas de las principales cadenas de supermercados como en los comercios de proximidad, que acaban de ser incorporados al programa. "El grado de cumplimiento del programa en el AMBA ha disminuido en los últimos días desde un 75% a 65%", aseguró Héctor Polino, titular de Consumidores Libres, al referirse a la presencia en las góndolas de la canasta de 1350 artículos a valores contenidos implementada por la secretaría de Comercio Interior.



El relevamiento de la entidad denunció el faltante de productos que integran las listas de Precios Cuidados.

Por otra parte, Polino señaló que la ampliación de Precios Cuidados a los comercios de proximidad, barrios y chinos se está cumpliendo "muy lentamente". El especialista explicó que la enorme cantidad de este tipo de negocios distribuidos a lo largo de la geografía nacional ocasiona graves problemas de logística.

"Además, hay una falta evidente de controles que hace que el programa no se cumpla o se cumpla a medias. Faltan inspecciones y no hay compromiso de los niveles provinciales y municipales para controlar", señaló Polino.

Según Polino, los faltantes más evidentes se dan en lácteos, aceites y papel higiénico, lo que motivó el llamado urgente del secretario de Comercio Interior, Roberto Feletti, a las principales empresas del rubro para ajustar el abastecimiento.

Por otra parte, el especialista denunció que se ha detectado que

para asegurarse un mayor margen de ganancia algunas de las empresas que integran Precios Cuidados están abasteciendo con preferencia a los comercios barriales de productos que están en el listado y que cuestan hasta un 50% más.

Por su parte Fernando Savore, presidente de la Federación de Almaceneros de la provincia de Buenos Aires, explicó que la implementación del programa en su sector "viene con importantes retrasos".

"A pocos días de lanzado el programa para los comercios de proximidad con un listado de 60 productos nos encontramos cuando fuimos al mayorista con que no había disponibilidad de esos productos o estaban más caros que en la lista", explicó.

Según Savore, tras esa situación hubo una reunión con los mayoristas que se comprometieron a cumplir con el listado, "pero nuevamente nos

encontramos con que solo había 5 o 7 productos y hoy solamente hay disponibilidad de 17 de los 60 productos que integran la lista".

El dirigente almacenero señaló que este es el panorama actual dentro del área metropolitana (AMBA), pero que fuera de ella las cosas van todavía peor.

"Entonces vemos que basta con que un producto de consumo masivo entre al programa Precios Cuidados para que desaparezca del mercado, es decir, el efecto es totalmente contrario al que persigue", señaló Savore.

"Por otra parte, los precios no paran de subir", dijo el dirigente, que puso el ejemplo de una marca de café que en pocos días aumentó 19% y otra de leche que subió 6%, valores altísimos para productos de primera necesidad que se alcanzan en períodos cortos de tiempo.

"Un sachet de leche está entre 130 y 140 pesos y esto arrastra a todos los derivados como los quesos semiduros y semiblandos cuyos precios explotaron últimamente", señaló.

En este contexto de ingresos erosionados por la inflación, el consumidor huye de las primeras marcas en busca de precios accesibles y lo que antes era un consumo habitual hoy es suntuario: la hora de marcas pymes.

"Las primeras marcas se han convertido en premium y hoy las gente compra mucho menos de esos productos, que tienen menos rotación", dijo Savore que puso el ejemplo de una yerba que hoy cuesta \$450 el medio kilo.

"Lo mismo ocurre con los panes semillados, que alcanzan valores de más de \$400 en las primeras marcas. Hoy la gente va a los productos pymes que valen la mitad, crece la rotación entre 3 y 4 veces", señaló.

Feletti se reúne con el sector de los panaderos



El secretario de Comercio Interior, Roberto Feletti, mantendrá hoy reuniones con el sector panadero para la puesta en marcha del fideicomiso de trigo, y por otro lado con empresas de productos de limpieza, para llevar adelante un monitoreo y control del abastecimiento y precios en el marco del programa Precios Cuidados y en general. Fuentes de la Secretaría de Comercio Interior precisaron que tendrá lugar a las 16 la reunión con empresas molineras, centros de panaderos y cámaras de fábricas de pastas, con el objetivo de avanzar en la cuestión operativa del fideicomiso de trigo. Allí, Feletti detallará cómo va a funcionar el fideicomiso para garantizar el precio de la bolsa de trigo de 25 kilos y se adelantó que la Secretaría será "inflexible" en el control y seguimiento para que se respeten los precios que establece la resolución en la que se creó el fideicomiso.

▶ LOS FIJO LA SECRETARIA DE COMERCIO INTERIOR ◀

## Parámetros para la atención al usuario

La Secretaría de Comercio Interior estableció nuevos parámetros en los servicios de atención al consumidor, con el fin de evitar "prácticas abusivas en la gestión

A través de la Resolución 425/2022, publicada en el Boletín Oficial, el organismo señaló que uno de los aspectos más reclamados por los consumidores "son los

dor de ciertos proveedores, en los que muchas veces reciben un trato poco satisfactorio".

En cuanto los tiempos de espera en atención a distancia, los proveedores deberán:

- Evitar la espera de más de cinco minutos para el 90% de las llamadas realizadas desde la recepción del primer mensaje en el servicio de atención al consumidor hasta que los consumi-

recta con el operador o agente comercial responsable de la atención.

- Evitar la interrupción de la comunicación por no disponer de operadores disponibles para la atención.

- Evitar la interrupción de la comunicación en especial de manera abrupta, impulsiva o violenta.

- Abstenerse de...

tarse en otro momento o solicitarle a las y los consumidores una vía de contacto para comunicarse con posterioridad, cuando existan más de cinco minutos de demora en la atención.

- Abstenerse de la emisión de publicidad de cualquier tipo o la oferta de bienes o servicios no solicitados por las y los consumidores en los tiempos de espera a