

Mayoristas advierten por aumentos de precios y piden que intervenga el Gobierno

Los autoservicios mayoristas que proveen de mercadería a los almacenes y autoservicios de proximidad advirtieron sobre problemas de aumentos de precios desde la industria alimentaria y pidieron al Gobierno que focalice los controles en ese sector.

El dilema es que debido a la resolución que multa y clausura los comercios con exceso de precio, los mayoristas por un lado reciben la nueva mercadería con aumentos y por otro no pueden trasladarlos sin arriesgarse a las sanciones.

El presidente de la Cámara Argentina de Distribuidores y Autoservicios Mayoristas (Cadam), Alberto Guida, contó en Fm Vos (94.5) que “la industria está planteando posiciones de aumentos de precios que considera justificados, la problemática es que los canales de distribución están controlados por la resolución 100, que es mantener los precios del 6 de marzo y nosotros no estamos en condiciones de aceptar cambios de precios dada esa resolución, por lo cual hay dos alternativas, o compramos a precios nuevos y vendemos a precios viejos, que es imposible, o trasladamos al precio por lo cual asumimos el riesgo de una clausura”.

Los mayoristas por esta razón le piden al gobierno hacer “una revisión de estructuras de costo de la empresas, habrá alguna que tenga sus costos justificados y otras no, las empresas dicen que hay un proceso inflacionario de 3 o 4 puntos (mensuales) y que necesitan absorber eso”.

Los productos con más aumentos y a la vez más claves en la cadena alimentaria son harina, azúcar y aceite, que son productos claves que vienen subiendo y tienen incidencia en el resto.

Guida también habló de la problemática de logística en el interior del país por los obstáculos de circulación en muchos pueblos. “Hay que hacer intercambio de mercadería con los comerciantes al borde de la ruta sin ingresar a la localidad”.

En la actualidad existen unos 500 comercios mayoristas en el país, aunque señalan que esta crisis podría derivar en el cierre de muchos de ellos. El planteo de los canales de comercialización se da en medio de un repunte de las ventas en el consumo masivo, al menos durante el mes de marzo, tanto en supermercados como en los comercios de proximidad.