GUERRA DE SÚPER SACUDE A CONSU

TERREMOT DE PRECIO

Esta señora fue al Peri de Moravia y salió con cuatro carritos hasta el tope.

Periodistas de La Teja

en la tarde, de 5,9 grados, fue una violenta réplica del terremoto de precios con el que amanecieron los supermercados del país y sorprendieron a los ticos.

Y es que con el cambio de imagen que hizo la empresa Walmart a los Hipermás, y su fuerte impacto en otros miembros de la cadena, como Maxibodegas o Palí, la competencia (el Grupo Gessa, con los Perimercados a la cabeza y Megasúper) no se quedaron de brazos cruzados y reaccionaron con fuerza para beneficio del consumidor.

Desde ayer, todos los Hipermás se transformaron en Walmart con una política de ***"Precios bajos todos los días"***. Ellos rebajaron el precio de unos 4.000 productos de manera permanente e introdujeron 3.000 productos nuevos.

Pellizcados. Ante esto, los Perimercados y los Megasúper sacaron caja. En los Peri, que están en todas, se mandaron con descuentos de un 50% y tienen este fin de semana más de 500 productos a mitad de precio tales como atunes, galletas, granos, azúcar, jugos y néctares, cosméticos para bebés y papel higiénico. Los clientes que tienen la tarjeta Periclub disfrutarán de un 20% de descuento adicional e inmediato en cuentas superiores a los ¢15.000 y además obtienen un

sacan pecho

¿Cómo beneficiará el consumi esta guerra de supermercado

WALMART

Hugo González, gerente de Walmart.

1. Les ofreceremos el surtido más amplio de productos perecederos y abarrotes con el concepto de precios bajos todos los días.
2. Ya no serán las ofertas por horas o por días, sino durante un periodo más largo, todos los días.
3. No podemos, por estrategia de la compañía, decir en cuánto bajaron los precios.

TO
OS

RTESÍA

7% de devolución en sus pagos.

En el Megasúper de Moravia mañana tendrán el sándwich más grande del mundo, el cual competirá por un récord Guinness al lograr 300 metros de largo con el que comerán 1.500 personas. También anuncian descuentos a lo loco.

Pero la guerra no solo se da en las cadenas grandes, porque súper como El Punto Poderoso, cerca del hospital San Juan de Dios, ayer se hizo sentir con ofertotas como cuatro papeles higiénicos de mil hojas en un rojito o nueve jabones de baño por mil colones. Si les compra más de ¢20.000 tiene chance de llevarse un DVD con karaoke por ¢14.000 para que cante a todo galillo el descuentazo. Así que las opciones son muchas para que el diario de esta quincena le salga casi regalado.

La Oficina de Defensa del Consumidor hizo un llamado para que la gente aproveche y ahorre, pero que la platica que le quede en el bolsillo no la malgaste (vea recuadro).

dor con s?

2 ¿Cuál será la estrategia de su empresa? ¿A cuáles productos apostarán?

3 ¿Por cuánto tiempo se mantendrán las promociones?

MEGASÚPER

Walter Vega vicepresidente comercial.

Respuestas.

1. Podrán adquirir gran cantidad de productos con precios muy buenos, lo que los hará ahorrar.

2. Tenemos un programa que cambia de productos cada 15 días, de esta forma el consumidor podrá estar adquiriendo diferentes productos. Son más de 500.

3. Nuestra estrategia de ofertas no cambia, son 24 períodos al año de 15 días cada uno con productos en oferta siempre diferentes.