

PESE A QUE LA FACTURACION SUBE POR LA INFLACION

Los súper dicen que ganan menos

Luis Ceriotto
lceriotto@clarin.com

El consumo está bien, lo que cayeron son las ganancias". Alfredo Coto, dueño de la principal cadena de supermercados de capitales locales, aseguró ayer que el incremento de sus ventas coincide con las estimaciones oficiales, pero que la contracara es que están **vendiendo al límite de su rentabilidad**.

Los supermercados lideraron el repunte de ventas minoristas,

que registraron un pico importante durante el mes del Mundial de Fútbol. Según el INDEC, en junio las ventas de las 57 principales empresas de supermercados totalizaron **5.141 millones de pesos**, 31,6% por encima del mismo mes del año anterior. Pero tanto Coto como Carlos Velasco, director de la cadena Carrefour, coincidieron que a esa inyección de consumo no le falta una importante dosis de hormonas, que son los pagos en cuotas sin interés.

La consultora Eolatina armó una

canasta de 50 productos, que en los comercios tradicionales cuesta \$ 367 mientras que en los supermercados se necesitan sólo \$ 315. Y coincidió en que la clave de esa diferencia entre ambas cadenas de distribución son la avalancha de promociones y descuentos. "Pero en el escenario actual las ofertas ya no bastan para atraer clientes", concluyó Ecolatina. "Los supermercados pueden sostener el precio de un producto artificialmente bajo y compensar la pérdida de rentabilidad con la venta de

otros (subsidio cruzado)", agregó la consultora.

Según los supermercadistas, esta combinación les aporta volumen, pero no ganancias. "Vamos a ver cómo siguen los planes de ventas en cuotas, seguramente van a seguir pero no creo que se mantengan planes de 50 cuotas sin interés", dijo Coto, "Eso no existe en ningún país del mundo, no donde hay inflación", agregó Coto.

El punto de encuentro fue ayer en Costa Salguero, durante la novena edición de la exposición

ASU-Sial Mercosur. "Hoy la rentabilidad ronda el 1,5% de la facturación, lejos de los días previos a la crisis financiera", dijo Velasco. Coto coincidió en que la ganancia neta no supera ese nivel. "Ganamos 1,5% y también perdemos a veces también perdemos en esa misma proporción", dijo.

Alberto Guida, titular de Cadam (supermercados mayoristas) aseguró que la rentabilidad cae por el incremento de costos. "Subieron los salarios, los servicios y hasta los costos administrativos", dijo. ■