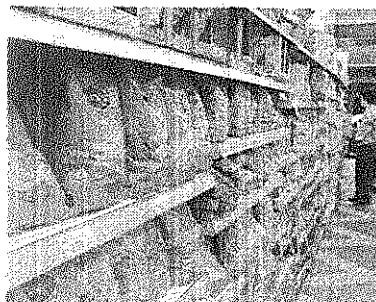


ANÁLISIS

## Son récord en el país las ventas en los súper de Chubut

Las cadenas recaudan más de 6 millones por día. OPAG\_13



## ECONOMÍA DE BOLSILLO

# Chubut, el reino de los changuitos

Las ventas en los supermercados de la provincia no paran de crecer y son récord en el país. Las cadenas recaudan \$ 6,5 millones por día. ¿Los consumidores compran lo que necesitan o lo que el marketing les vende?



POR CARLOS BAULDE  
(ESPECIAL PARA JORNADA)  
carlosbaulde@grupojornada.com  
Twitter: @carlosbaulde

**H**ace más de cinco años que Chubut tiene una de las tasas de crecimiento de ventas en supermercados más altas de la Argentina. La llegada de nuevos jugadores del sector, y la expansión que los ya instalados han venido teniendo, no han saturado el negocio, ni mucho menos.

En marzo pasado, según la última medición del INDEC en su tradicional Encuesta de Supermercados, las ventas del sector treparon a los \$ 203 millones -unos \$ 6,5 millones diarios-, lo equivale a un crecimiento del 37,2% en relación al mismo período del año anterior. Esta impactante tasa de crecimiento fue apenas superada por Salta, que tuvo un incremento del 37,4%.

Una muestra de por qué los chubutenses se transformaron desde hace varios años en los clientes más preciados por las grandes cadenas de supermercados se resume en dos datos contundentes: los súper de Chubut reportan \$ 3.500 de ventas mensuales por metro cuadrado, el volumen más alto de la Argentina, en donde el promedio es de \$ 2.353. Y la venta promedio por ticket llega a \$ 110, contra \$ 104 de la media nacional.

El aumento de las ventas, hay que decirlo, no sólo se debe a que la gente incrementó su nivel de consumo. También hay que tener en cuenta que en ese crecimiento está absorbida la inflación: en resumen, las ventas aumentan porque la gente gasta más, pero también porque los precios subieron.

En marzo pasado, el 23% del dinero que gastaron los chubutenses en los supermercados (unos \$ 47 millones) estuvieron destinados a pro-

ductos de almacén -alimentos-. Históricamente ha sido el rubro que mayor venta expone porque, no hay que olvidarse, la gente va a los supermercados a buscar qué comer.

Pero el segundo rubro más vendido sorprende: artículos de limpieza y perfumería, en el que se gastaron casi \$ 30 millones. Entre las razones que explican este fenómeno hay que destacar el brutal cambio comercial que ha tenido este rubro en los últimos tiempos: hasta no hace muchos años, la mayoría de los hogares consumía productos básicos como lavandinas y detergentes sin demasiadas sofisticaciones y desarrollo de marca, a precios acomodados.

Desde hace un tiempo, la multiplicidad de marcas y productos específicos con mejores prestaciones (lavandina para ropa de color, detergentes antigrasas para manos sensibles, limpiavidrios silicona-

dos y otras excentricidades por el estilo) han copado el mercado y, también, el bolsillo de los consumidores.

Otro alimento se ubica en el tercer escalón del podio: la carne, que cada vez es más cara -recordar la columna de Economía de bolsillo de la semana pasada-. Las ventas en marzo pasado acumularon \$ 28 millones, con un crecimiento más medido en el consumo y netamente impulsado por el precio.

Después de los alimentos, los limpiadores y la carne, los chubutenses gastan mucho en lácteos: casi \$ 25 millones en marzo. En este rubro, la sofisticación de la oferta también ayudó a que las ventas aumentaran: siempre hay un cliente nuevo para la leche "fortificada con Omega 3", el queso crema light con sabor a jamón serrano español o el yogurt ideal para regularizar la flora intestinal. Todos cada vez más caros, claro.

Más atrás en el gasto están las bebidas: \$ 20 millones en marzo, el doble que lo que se gastó hace un año, pero bastante menos que los \$ 33 millones que los chubutenses dejaron en las cajas de los supermercados en diciembre pasado, el mes de mayor consumo de bebidas por el calor y las Fiestas de fin de año.

Más atrás en la elección de los consumidores locales están las frutas y verduras (\$ 10 millones mensuales) y los productos de panadería (\$ 4,9 millones), que crecen dentro de los supermercados a tasas más moderadas. Tiene explicación: aunque mucha gente adquiere estos productos en su compra mensual en el súper, todavía son más los que prefieren comprarlos en las verdulerías y panaderías de barrio, uno de los pocos rubros en donde la expansión de las cadenas de supermercados no ha hecho tanta mella como en los tradicionales mercados y almacenes de barrio. #