



MARTIN BONETTO

Provisión Norte

Cervilho 3719, Palermo

SU DUEÑO ES NORBERTO DI LELLO. EL NEGOCIO TIENE 36 AÑOS.

“La gente quiere atención y calidad”

“No sé si tuve suerte o un don especial, pero a mí no me fue mal”, dice Norberto Di Lello. Empezó hace 36 años con su hermano, cuando la plazoleta del bulevar de Cervilho albergaba la feria municipal y la zona tenía mucho movimiento, algo que los beneficiaba. “Nosotros seguimos vendiendo porque la gente está acostumbrada al almacén. Fuimos pioneros en llevar los pedidos a domicilio, algo que después nos copiaron los súper”, se ríe. Y sigue: “Valoran la atención, la calidad del fiambre, los alimentos sueltos, todas esas cosas que en los supermercados no encuentran. Después de tantos años sé que le gusta a cada uno y se los corto más finito o más grueso, según como prefieran”.

Como antes. En su almacén, Norberto mantiene la venta con la libreta para los clientes fieles.

Los almacenes, una forma de comprar que se termina

Estiman que hay menos de 100 en la Ciudad

La mayoría se convirtió en autoservicios o polirrubros. Es por los cambios en los hábitos de consumo, con menos tiempo y nuevas necesidades. Los que sobreviven, aún fían con libreta o dan la “yapa”.

Elnat Rozenwasser
elnat@clarin.com

Es el sueño de Manolito, convertir el almacén de su padre (el que vendía baratísimo, claro) en una cadena de supermercados que pusiera en jaque al imperio de Rockefeller (y que costara el hipó). apuntarán los fanáticos de Mafalda). Ya a fines de los '60 se empezaba a vislumbrar lo que sucedería luego con estos centros de compra barriales: como el de Balcarce 772, que inspiró al personaje de Quino, la gran mayoría tuvo que cerrar o

agigornarse para resistir el embate de hipermercados, autoservicios y cadenas discount o de proximidad. Cada vez son menos los que se mantienen como emblema de la vida de antaño: un mostrador, nada de góndolas, la cortadora de fiambre, atención personalizada, más tiempo para la charla del día a día y la confianza que permite seguir llevando cuentas corrientes en libretas de hojas ajadas.

En el sector estiman que en la Ciudad sobreviven alrededor de 100, pero no hay cifras oficiales. La Agencia Gubernamental de Control porteña los incluye en la cate-

“Sólo quedan como almacén aquellos locales que no tienen espacio suficiente para convertirse en autoservicio”.

Fernando Aguirre
CAMARA ARGENTINA DE SUPERMERCADOS

goría de “Comercio minorista de productos alimenticios, envasados y en general”, la misma que abarca supermercados chinos y minimercados, que registra 2.853 negocios habilitados. En contra de lo que se podría suponer el rubro crece y en cuanto los hiper y supermercados

alojan con las ofertas explosivas las ventas de los negocios de proximidad aumentan (ver *Ahora...*).

Ante ese panorama, un grupo de comerciantes minoristas se unieron en la Coordinadora Nacional de Comerciantes Alimentarios (Concal), y así lograr acuerdos que les permitan competir. “Nos asfixian, tenemos condiciones diferentes a las de las grandes empresas extranjeras”, señala Carmelo Isola, del Centro de Almaceneros de Vicente López.

Precisar la cantidad de almacenes es difícil. “Con tantas altas y bajas no podemos aseverar un nú-

mero, alrededor del 60% de los almacenes de formato tradicional se han transformado en autoservicios y otros al tipo quiosco polirrubro, con diversidad de productos desde el antiguo esquema de almacén”, expone Nelson Figueredo, presidente de la Concal. “Quedan como almacén aquellos que no tienen espacio suficiente para convertirse en autoservicio”, resume Fernando Aguirre, de la Cámara Argentina de Supermercados.

A los cambios que inspira el sistema de consumo se suma la proliferación de marcas y variedades para cada producto. Los fideos y