GABRIELA BENAC: «LAS PYMES LÁCTEAS TENDREMOS QUE BAJAR LA RENTABILIDAD”



La titular de Lácteos Azul analizó la situación del sector en un contexto de un consumo hogareño deprimido.

Fuente **Perfil**

Gabriela Benac, titular de Lácteos Azul, comentó que “en la pandemia las ventas de cremoso aumentaron 4 veces para Luz Azul. Sin embargo este año ya no creo que esa tendencia al alza se mantenga; ya en noviembre pasó al standard de crecimiento habitual”. El queso cremoso, con 35% de la venta de queso en el país, es el más consumido en los hogares de los argentinos.

La retracción del consumo se verá reflejada en la rentabilidad de las empresas. “Este año el consumo hogareño va a estar muy deprimido y creo que vamos a pagar todo lo que pasó el 2020 con la pandemia: la gente no tiene plata, la gente no trabajó, los locales estuvieron cerrados, por eso creo que vamos a tener que bajar la rentabilidad un poquito porque ni aun trasladando el alza de los costos a los precios de venta lograremos vencer el impacto de la inflación.

La inflación no beneficia a nadie, la inflación destruye la economía de cualquier país", alerta.

Lácteos Azul abrió 19 locales franquiciados en 2020 y concretó 3 nuevas aperturas en 2021.

"Para este año no vamos a planificar demasiado el crecimiento sino que vamos a ir acompañando el mercado", expresa Gabriela Benac. "Continuaremos atentos a la demanda de franquicias y tenemos un importante desafío por delante: ya estamos listos para mudarnos este año al parque industrial de Ezeiza, donde contaremos con un centro de distribución de 1.100 metros cuadrados para brindar un mejor servicio a todo el país y llegar mediante nuestra logística a las ciudades donde hay un local de Luz Azul", confirma.

Venta online

Durante la pandemia Luz Azul rápidamente implementó las herramientas de aplicaciones para la venta online, sumándose a Pedidos Ya y desarrollando una app propia. En 2021 incluirá un espacio para el ecommerce dentro de su página web, al comprender que los hábitos de consumo cambiaron y continuarán modificándose.

"La gente accede más a las redes, se acostumbró a hacer pedidos y al delivery; la gente se vuelca mucho más al servicio que antes y eso nos permite captar nuevos clientes, no solo de alrededor del local, sino de lugares más lejanos", confirma Benac.

---

edairyNews 9-4-2021