



Eroski admite retraso en rentabilizar la compra de Caprabo

M. CORCHÓN *Barcelona*

Eroski no contemplaba el efecto adverso de ninguna posible crisis de consumo cuando se hizo con la cadena de supermercados catalana Caprabo en 2007. "Si hubiésemos conocido la crisis quizás nos la hubiéramos replanteado, lo que hubiera sido una mala decisión", reconoció ayer el presidente del grupo Eroski, Costan Dacosta, en una conferencia organizada por Esade. Dacosta cree que la caída del consumo ha hecho más difícil rentabilizar la operación de compra de la cadena, en la que La Caixa controla un 9% del capital.

El directivo se mostró abierto a llevar a cabo nuevas operaciones en el sector una vez se recupere el mercado, una mejora que no percibe para antes de 2012. "La concentración en España y Europa seguirá. No es que actualmente no haya empresas en venta, sino que no hay financiación para los compradores. Hay operadores muy locales en España que se integrarán en otros grupos del sector.

La cooperativa ha mantenido este año su cuota de mercado en los distintos

segmentos en los que opera a costa de reducir sus márgenes. "Hemos hechos grandes sacrificios porque es lo necesario ahora", apuntó. Los márgenes con los que trabaja en la actualidad el grupo son "bastante inferiores" a los que suele tener el sector de la distribución de entre el 2% y el 3%.

Eroski ha puesto en marcha una experiencia piloto en un hipermercado de la localidad de Terrassa (Barcelona), con la que pretende "reinventar" este formato. Los cambios no serán únicamente estéticos, sino también de reordenación de sala y de apuesta por nuevos productos como de cuidado personal o para bebés. Su objetivo es extender al resto de su red de hipermercados esta actualización.

Dacosta indicó que la marca blanca no perderá el terreno ganado en los últimos meses. El grupo vasco, cuya marca propia Eroski tiene una cuota del 38%, quiere seguir apostando por los artículos con su enseña sin renunciar a primeras marcas fabricante. "Hay marcas de las que no podemos prescindir en las estanterías porque controlan el 80% del mercado", reconoció.