

Mercadona, el vol d'un gegant

Mercadona obrirà un total de 25 nous supermercats durant 1989. La inversió prevista és de 2.500 milions de pessetes. Una quantitat que permetrà l'expansió de l'empresa valenciana de distribució a les comunitats autònomes d'Andalusia i Balears.

La progressió d'aquesta societat familiar resulta sorprenent per a qualsevol observador. Sorpresa que esdevé admiració si tenim en compte que el 1986 Mercadona tenia 49 supermercats, el 1987 el nombre d'establiments era ja de 62 i a finals d'enguany s'haurà arribat als 81 supermercats. Una progressió difícilment comparable a la de qualsevol altra empresa. Això no obstant, el mèrit no està només en l'expansió geogràfica de Mercadona, sinó que continua en les xifres de facturació anual facilitades per la mateixa empresa, que han passat dels 42.475 milions de pessetes el 1986 als 70.000 milions que facturarà el 31 de desembre d'enguany.

Si el procés d'expansió no s'accelera encara més, a finals del 89 Mercadona estarà present a les comunitats autònomes del País Valencià, Múrcia, Castella-La Manxa, Andalusia i Balears. Un somni potser inimaginable quan la família Roig, propietària de l'empresa, va crear Mercadona fa poc més de dotze anys.

Els projectes de Mercadona no se circumscriuen únicament a l'estat espanyol, i el punt de mira, com succeeix amb la majoria d'empreses sobresortints és el Mercat Únic Europeu del 93. Joan Roig, conseller delegat de Mercadona,

Dotze anys després de la seua creació, Mercadona estarà present el 1989 en 5 comunitats autònomes, amb 81 supermercats. A més, l'empresa de la família Roig té el seu objectiu a Europa: la creació de la Central de Compres Europea, amb presència als 12 països de la CEE.

Ximo Ferrandis

ha reconegut ja l'existència de contactes amb altres empreses estrangeres del sector per a crear una Central de Compres Europea, que tindria seu a Brussel·les i s'encarregaria de canalitzar les compres dels seus socis.

Aquesta Central de Compres Europea comptaria amb un soci en els dotze països de la Comunitat Europea, si bé el projecte s'ha de concretar encara.

Les converses, però, continuen, mentre en fonts pròximes del sector de distribució hi ha periòdicament rumors del desembarcament de Mercadona en les dues ciutats més grans de l'estat (Madrid i Barcelona) i de la seua instal·lació a París. Potser, l'única cosa clara és que si algú ho pot fer és Mercadona.

Tracte personal i tecnologia avançada, claus de l'èxit

El secret de l'èxit de Mercadona ha estat el d'aproximar el supermercat al consumidor, oferint una àmplia gamma de productes, l'atenció al servei i la qualitat en els productes peribles (carn, peix, fruita), amb l'atenció personal i sense renunciar a l'autoservei. No és casualitat que, malgrat l'existència de la més avançada tecnologia en les carnisseries i peixateries de Mercadona, la major part del personal es concentre en les seccions de peribles, on es manté un tracte personal al client semblant al dels mercats públics de tota la vida.

De tota manera, la clau de la ràpida expansió de Mercadona no és únicament



Joan Roig, conseller delegat de Mercadona.

RAI A GI



En els supermercats Mercadona es manté el tracte personal als clients.

l'avançada tecnologia i l'acurat servei, sinó que s'hauria de buscar, també, en la rapidesa del capital que circula i en una bona política de creació de nous llocs de treball, que els ha permès accedir a les subvencions de l'administració.

El resultat és una associació sanejada amb uns recursos de 7.500 milions i un actiu de 22.000 milions de pessetes.

L'espectacular creixement de Mercadona ha estat precisament el que ha fet pensar els seus fundadors, els Roig, en la possibilitat d'ampliar la base financera de la firma a través de la col·locació en borsa d'un paquet d'accions. Després de moltes negociacions, Juan Roig afirmava fa pocs dies que Mercadona no cotitzarà en les borses espanyoles. La decisió de *desfamiliaritzar* l'empresa es deixa, doncs, per a una altra ocasió. Els motius possiblement són els bons resultats de la companyia, el seu futur optimista i l'existència de vies de finançament més adequades i rendibles que les ofertes per la Borsa.

Aquesta decisió ha sorprès uns i ha provocat més interès en altres, però el cas és que ara per ara no es pot ser accionista de Mercadona, i que una empresa d'estructura familiar amb un creixement desorbitat té prou idees i l'equip humà i tècnic suficient per a no col·locar part de la societat en mans es-

tranyes, espanyoles o foranes. La pregunta és: ¿Quant de temps es podrà mantenir la taxa actual de creixement sense haver de diversificar l'accionariat?

Després de dos o tres mesos de rumors i especulacions, les línies d'actuació de Mercadona són més clares que mai. Créixer, créixer i créixer. Si algú mai va pensar que Mercasa, la societat pública de distribució a l'engròs, compraria Mercadona, ara té la certesa que això no succeirà, perquè, a més, la firma valenciana de distribució ha comprat la major part del capital de la cadena de supermercats Superette.

El resultat, per al president de la societat pública Mercasa, Jesús Prieto, ha estat la impossibilitat de comprar una cadena de supermercats sanejada i en expansió com és ara Mercadona i completar la compra de Jobac, cadena de supermercats també, amb la xarxa de distribució de Superette. Mercadona, amb la compra de Superette, augmentarà en 22 la seua xarxa actual de supermercats i incorporarà a la seua plantilla 860 noves persones i un volum de facturació aproximat de 10.205 milions de pessetes. Una operació de compra que es pot acostar als 1.300 milions de pessetes, segons fonts del sector de distribució. □

CENTRE MUNICIPAL DE CULTURA D'ALCOI



PEDRO ESTEVAN

—percussió—

Dia 7

* * *

“PELS PÈLS”
—Teatre Estable
del P.V.—

Dia 15

* * *

**II MOSTRA
DE
TITELLES**

Dies 27 al 30