



Les marques blanques ocupen cada cop més prestatgeries dels supermercats. Imatges com la de dalt perden protagonisme.

distribució de Mercadona ocupen 125.000 metres quadrats. Amb aquests ingredients, la firma valenciana ha fet de les "marques blanques" un dels seus emblemes.

La fórmula, vista amb escepticisme dins del sector, va acabar reeixint, i a partir del 1995 la cadena de distribució va iniciar una expansió vertiginosa amb creixements d'entre el 25 i el 30 per cent anuals. Per a Josep Lluís Llacuna, catedràtic de la Universitat Autònoma de Barcelona, un dels secrets de l'èxit de Mercadona ha estat l'"aplicació de la gestió de la pau" en el màrqueting de la distribució. Es tracta, segons Llacuna, d'una "relació òptima entre proveïdor-client-personal" que "ha permès que Mercadona ocupi un lloc de privilegi dins de la distribució minorista". Avui el conjunt dels establiments de Mercadona s'estenen per 1,2 milions de metres quadrats que la situen com el segon grup en superfície de tot l'estat, només per darrere de la francesa Carrefour.

En l'última dècada, Mercadona ha passat de 200 a 960 supermercats, de 12.000 a 53.600 treballadors. El 2005, va obtenir un benefici net de 183 milions d'euros, un 19% més que l'any anterior. Les vendes de l'empresa (la facturació) van augmentar en un 18%, fins als 10.338 milions, i per a l'any

vinent encara espera un increment de l'11,2%.

Però a Mercadona encara li queda espai al rebost. La firma de Juan Roig gestionava, a final del 2005, 960 supermercats, repartits per quinze comunitats autònomes, i encara en vol més. Durant els pròxims tres anys té previst obrir nous centres a un ritme de cent per any. L'empresa, que en la dècada dels noranta va passar per processos de fusió semblants als de Caprabo amb Alcosto, ha consolidat ara el model del creixement orgànic, és a dir, rebutja l'adquisició de centres preexistents i se centra en l'obertura de nous punts.

Un cop consolidada la seua expansió en territori estatal, la incògnita ara no és tant si Mercadona farà el salt a l'estranger sinó quan i de quina manera farà aquest pas. En principi, l'emblema de Mercadona hauria d'estar fora de les fronteres estatals abans de l'any 2010, segons Juan Roig, prioritàriament en països propers a Europa o el nord d'Àfrica, per raons de logística.

Itàlia és la primera en la llista de la compra de Mercadona, una llista en què, de moment, Caprabo encara no ha fet cap aportació, a l'espera de reorganitzar un rebost on alguns productes amenaçaven de caducar.

Violeta Tena

Una porta oberta quan totes són tancades

Fins ara, aconseguir una hipoteca sense tenir un contracte indefinit o figurant en un llistat de morosos era gairebé impossible. Les empreses de reunificació de deutes s'han especialitzat a oferir crèdits hipotecaris a clients amb dificultats per obtenir-los a la banca tradicional. Entre aquests també hi ha els immigrants, que, tot i tenir els papers en regla i una feina, no acostumen a disposar de béns que avalin la hipoteca. La clau en la majoria d'aquests casos passa per fer la hipoteca amb un banc estranger, sobretot dels Estats Units. A canvi d'afrontar el risc d'aquests clients, el banc ofereix el crèdit a un tipus d'interès més alt dels que aplica la majoria d'entitats bancàries d'aquí.

La paraula sobredentament comença a fer-se perillosament familiar per a la majoria de llars. Gairebé el 90% han adquirit deutes que els resulten molt difícils de pagar. Enmig d'aquest panorama econòmic han començat a guanyar protagonisme empreses com CreditService, Finanfácil o Broker's Finance, dedicades al refinançament i unificació de deutes. Han inundat de publicitat els mitjans de comunicació per donar a conèixer un producte que a casa nostra és innovador, però que ja fa anys que funciona amb èxit a països com els Estats Units, sobretot entre la comunitat hispana. Els números del sector parlen per ells sols. Segons l'Agència Negociadora de Productes Bancaris (ANPB), l'any 2005 aquestes empreses intermediadores van facturar més de 350 milions d'euros, el doble que l'any anterior. Un creixement que es preveu que enguany augmenti en un 27%. Les perspectives pel sector són tan positives que fins i tot s'atreveixen a pronosticar que el 2006 una de cada quatre hipoteques concedides a tot l'estat haurà tingut la mediació d'alguna d'aquestes empreses. Una previsió, pe-

El nivell d'endeutament de les famílies representa un llast cada dia més pesat. Les hipoteques s'enduen una part important dels ingressos i cada cop hi ha més llars que decideixen finançar tot tipus de compres, des del vehicle fins als electrodomèstics passant per les vacances. Gairebé sis de cada deu famílies té problemes per arribar a final de mes. Una situació que ha abonat el terreny a les empreses dedicades a la reunificació de deutes.



Viure el moment, hipotecar el futur

rò, que s'aventura més publicitària que no pas real.

Tot en un únic rebut. Aquestes empreses fan d'intermediaris financers i busquen la millor oferta entre desenes d'entitats bancàries tant d'aquí com de l'estranger.

En síntesi, el sistema d'unificació de deutes permet agrupar en el pagament de la hipoteca, a un tipus d'interès més baix, diferents crèdits o rebuts com el del cotxe, els mobles i el de la targeta de crèdit. Fins i tot, es pot incloure en la hipoteca les despeses derivades de pagar els deutes per sortir d'una llista de morosos. Aquesta pràctica aconsegueix evitar els elevats interessos que cobren firmes com VISA o les financeres. El resultat és que una família que paga fac-

tures mensuals per un total de 1.000 euros al mes, pot arribar a pagar-ne la meitat. La reunificació de deutes pot ser, doncs, una bona solució per sortir d'un mal moment si s'han reduït els ingressos o si els deutes a curt termini superen l'economia familiar. Però també cal ser conscients que aquest sistema permet reduir les quotes mensuals a canvi d'allargar el temps de pagament, ja que es vinculen a la hipoteca, que acostuma a estar signada a vint o trenta anys.

Estudiar totes les opcions. Precisament, el fet d'allargar en el temps el pagament dels crèdits preocupa l'Agència Catalana del Consum. El seu director, Enric Aloy, assegura que cal pensar-ho bé abans d'accedir a aquest tipus de serveis: "Sortim d'una situació de so-

breendeutament, que ens costa arribar a final de mes perquè tenim bastants deutes acumulats, però entrem en una altra situació que ens endeuta per molts més anys, de vegades per deu, quinze o més anys."

Un toc d'atenció als consumidors que també fa el Banc d'Espanya. L'entitat presidida per Jaime Caruana ha emès un comunicat en què alerta els consumidors del pagament de les comissions que genera la reunificació de deutes. Per un costat, les derivades de la cancel·lació de crèdits o dels pagaments anticipats. Igualment caldrà pagar les despeses de notaria, registre i impostos que implica modificar les condicions de la hipoteca on vulguem unificar els deutes. Si s'opta per fer una hipoteca nova, caldrà abonar també les comissions d'obertura corresponents. A tot això, finalment s'hi ha d'afegir el que cobren aquestes empreses per les gestions. Si l'operació acaba fructificant, la firma intermediadora pot arribar a cobrar entre un 3 i un 5% del total de l'operació.

Alerta amb alguns anuncis. Les associacions de consumidors i les mateixes empreses de reunificació de deutes fa temps que denuncien l'aparició de particulars que ofereixen préstecs a persones amb dificultats econòmiques. Aquests s'anuncien en diaris, sovint en les mateixes pàgines en què ho fan les empreses intermediadores. Aquesta pràctica perjudica la imatge de les empreses de reunificació de deutes, ja que molta gent creu de manera errònia que es tracta del mateix negoci. Una simple trucada, però, serveix per constatar que darrere de petits anuncis per paraules sovint hi ha persones disposades a oferir diners a canvi d'interessos abusius (poden superar el 20% mensual) i que exigeixen l'aval de cotxes, pisos o joies.

Albert Aguilera