

PASEO CON JAVIER AMEZAGA POR UNO DE SUS ESTABLECIMIENTOS

«Caprabo es y será catalana»

Dos años después de la entrada de la vasca Eroski en Caprabo, el director general de la cadena hace un balance positivo de la operación **Crece** por encima del mercado

JOSEP M. BERENGUERAS
BARCELONA

El 6 de junio del 2007, Caprabo dehojaba finalmente la margarita: Eroski se hacía con el 75% de la cadena de distribución catalana por 1.125 millones de euros. Hoy, casi dos años después, EL PERIÓDICO entrevista al consejero delegado y director general de Caprabo, Javier Amezaga, mientras pasea por el establecimiento de L'Illa Diagonal de Barcelona. «Estamos muy satisfechos de estos dos años. El nuevo Caprabo está con Eroski, somos compañeros de viaje y tenemos más capacidades que las que teníamos estando solos», señala.

Recorriendo los primeros pasillos, Amezaga valora la compra: «Los resultados avalan la operación. Caprabo sigue con su modelo comercial de siempre: muchas marcas y surtido, gran servicio, muy ligada a los proveedores catalanes... Pero ahora, además, con una posición de precio y de marca propia muy competitiva. Los resultados demuestran el acierto de la operación, pues crecemos en ventas, más que el mercado incluso en un momento tan complicado como este», afirma mientras se detiene delante de un mostrador con embutidos en oferta.

Más baratos que nunca

«En el pasado, teníamos la imagen de ser una firma cara. Para nosotros era importante cambiar este punto, sobre todo en un momento de crisis como el actual, y hemos hecho un gran esfuerzo en los últimos 12-18 meses. Hoy, nuestros productos tienen un precio comparable con el de cualquier competidor, incluso mejor en algunos casos. En el 2008, transferimos 50 millones de euros a bajar precios, un esfuerzo enorme. Si no lo hubiéramos hecho, quizá tendríamos 50 millones más de beneficio,



► **Orgullosa** ► Javier Amezaga, en el establecimiento de la firma de L'Illa Diagonal, en Barcelona.

pero debemos apostar por el consumidor. Hoy, nos movemos en diferencias de precios de entre -1% y +1% con cualquiera de nuestros competidores», explica al lado de la pescadería, mientras una señora se deja aconsejar para la cena del día.

Cerca se encuentra el mostrador de los cárnicos, con el recién estrenado acuerdo con Provedella justo en el centro. «Reafirmamos e incrementamos nuestra apuesta por los productores catalanes. Hacemos una importantísima inversión en precios, que sale de nuestras arcas, para colaborar con los fabricantes y poder ofrecer productos de la tierra», asegura. Con estas campañas ha incrementado un 30% la venta de productos catalanes. «Caprabo ha sido, es y será catalana

siempre. Y por ello apostamos por nuestra economía», asegura.

La marca Eroski

La temperatura baja un par de grados, lo que delata que la sección yogures y postres, una de las estrellas de la marca Eroski, está frente a Amezaga. «Introducimos la marca Eroski hace poco más de un año. Mantuvimos el mismo número de referencias que las que tenían los artículos Caprabo. Hoy, esas mismas referencias venden el 40% más. Son productos de gran calidad y precio, tanto como los de otros competidores que solo ofrecen artículos baratos», destaca. De la venta, un expositor de Danone, una de las que ha declarado la guerra a

LOS PRECIOS

«Nos movemos en diferencias de precios de entre -1% y +1% con cualquiera de nuestros competidores»

las marcas blancas. «Apostamos rotundamente por las marcas. Nuestro modelo es muy equilibrado, de cada cinco euros, uno es para productos Eroski, y lo mantendremos. Las grandes marcas generan valor, riqueza, innovación. En las tiendas Caprabo, la competitividad y la capacidad de elección está garantizada», dice.

A pocos metros, una señora compara los precios de varios zumos. La crisis ha provocado que el consumidor cambie sus hábitos: es más sensible a las promociones, va más veces a los súper y llena menos las cestas. «Todos notamos la crisis. Por ello, realizamos ofertas inéditas, como rebajar más de 500 productos hasta un 50%. Apostamos por ayudar al cliente en un momento tan complicado a costa de los resultados. 'Sois nuestros clientes y os acompañamos en este difícil momento', les decimos. Y prueba de ello es que hoy entran a nuestros súper clientes que antes no entraban», se enorgullece. «Hemos bajado el precio de uno de cada cuatro artículos, pero lo que es más importante: estos artículos pesan más del 60% de nuestras ventas», añade.

Optimismo para el 2009

Caprabo facturó 1.671 millones en el 2008, con un beneficio de casi medio millón. «Son resultados satisfactorios, ligeramente más bajos de lo previsto, pero es que nadie esperaba lo que ha pasado. A pesar de todo, tuvimos números verdes, algo muy positivo», explica mientras requieren a un trabajador por megafonía. Para este año espera que la facturación crezca un 2% por tienda y conseguir resultados positivos. Abrió «uno o dos» nuevos centros, aunque habrá algún «inevitable» cierre.

Ya al final del recorrido, grandes carteles del 50º aniversario presiden el pasillo. «Es nuestro cumpleaños y estamos haciendo muchísimas cosas. A nivel comercial, haremos nuevas promociones, pero también actividades para nuestros clientes, y editaremos un magnífico libro. Más de 10.000 personas hacemos la empresa cada día, así que también haremos actos para ellos. Lo celebraremos a lo grande», concluye. ■

ANUNCIOS OFICIALES

Ajuntament de Sant Joan Despí

Gestió Tributària Anunci

La Junta de Govern, en sessió celebrada el 18 de maig del 2009, ha acordat aprovar provisionalment l'expedient de modificació de les Tarifes del Preu Públic per la utilització, durant la temporada d'estiu 2009, de les piscines descobertes del Parc Font Santia, que hi figura com a paràgraf 17 a l'Annex 2, Preu Públic per la Prestació dels Serveis i la Realització d'Activitats a les Instal·lacions Esportives Municipals, de l'Ordenança Fiscal 2/12009 Reguladora dels Preus Públics, que tal com queden redactades regiran a partir de la publicació de l'acord d'aprovació fins que s'acordi la seva modificació o derogació.

De conformitat amb allò que disposen l'article 49.b) de la Llei 7/85, de 2 d'abril, Reguladora de les Bases de Règim Local, l'article 17 del R.D.L. 2/2004 de 5 de març, Text Refós de la Llei Reguladora de les Hisendes Locals i l'article 162.2 de la Llei 8/87, de 15 d'abril, Municipal i de Règim Local de Catalunya, els acords provi-

sionals i el text de les tarifes aprovades restaran exposats al públic, en les dependències municipals, durant el termini de Trenta dies, comptadors des de l'endemà de la publicació del present Anunci al Butlletí Oficial de la Província, per tal que els interessats puguin examinar l'expedient i presentar-hi les reclamacions que considerin oportunes.

Cas de no produir-se reclamacions, publicar al Butlletí Oficial de la Província l'acord elevat a definitiu i el text íntegre de les tarifes aprovades, sense necessitat d'acord exprés, les quals entraran en vigor l'endemà de la seva publicació i regiran mentre no s'acordi la seva modificació o derogació.

Sant Joan Despí, 19 de maig de 2009.
L'Alcalde president,
Antonio Poveda Zapata

Bufet Socias Humbert, S.A.

Junta General Ordinaria

Por la presente se convoca a la totalidad de los accionistas de la sociedad a la Junta General Ordinaria que tendrá lugar en Barcelona, c/

Lauria, 123, 1º, 2º, el próximo 27 de junio del 2009, a las diez horas, en primera convocatoria, y el siguiente día 28 de junio, a la misma hora y lugar, en segunda convocatoria, bajo el siguiente

Orden del día

Primero.- Examen y aprobación, en su caso, de las Cuentas Anuales (Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias, estado de cambios en el patrimonio neto, Memoria) e informe de gestión, correspondientes al ejercicio cerrado a 31 de diciembre del 2008.

Segundo.- Aplicación, en su caso, de los resultados obtenidos.

Tercero.- Aprobación, si procede, de la gestión de las Administradoras y ratificación de lo actuado por las mismas.

Cuarto.- Modificación del artículo 14 de los Estatutos (usufructo de acciones), atribución derecho asistencia y voto en las Juntas Generales conforme a la propuesta incorporada al Informe escrito formulado por las Administradoras.

Quinto.- Cese y nombramiento de Administradores.

Sexto.- Ruegos y preguntas.
Séptimo.- Lectura y aprobación, en su caso, del acta de la sesión o, en su caso, nombramiento de interventores para su posterior aprobación.

Los accionistas tendrán derecho a examinar en el domicilio social y a obtener de la sociedad de forma inmediata y gratuita, los documentos que han de ser sometidos a la aprobación de la Junta así como los informes formulados por las Administradoras sobre las diferentes propuestas y el texto íntegro de las mismas.

Barcelona, 18 de mayo del 2009
Las Administradoras
Elvira Pardo Miranda
Pino Socías Pardo

Ajuntament de Manlleu

Anunci Sobre Urbanisme

Per decret de l'alcaldia amb data 4 de maig del 2009 s'ha aprovat inicialment el pla especial urbanístic per a la implantació, en sol no

urbanitzable, a la finca del Falgars, d'una planta de tractament i valorització de residus que forma la companyia mercantil "La Plana Residus Industrials SL" (expedient 150/2009).

Simultàniament, s'ha convocat un tràmit d'informació pública d'un mes, que es computa des de la darrera publicació obligatòria, durant el qual totes les persones físiques o jurídiques poden:

- Consultar la documentació, escrita i gràfica que integra l'expedient i obtenir-ne còpia.
- Presentar al·legacions o suggeriments, així com els informes o documents que considerin oportú aportar en relació amb l'instrument o expedient sotmes a informació pública.

El dret d'informació es pot exercir a les oficines de l'àrea de Serveis Territorials (3a planta de l'edifici de l'Ajuntament, plaça Fra Bernadí 6 de Manlleu) tots els dies laborables en horari d'atenció al públic (de 9 a 14 h).

Així mateix, l'instrument de planejament es pot consultar a la web municipal (www.manlleu.cat).

Manlleu, 6 d'abril del 2009
Pere Prat i Boix,
Alcalde