

# Condis invertirá 25 millones para mantener su crecimiento

## Estudia más adquisiciones en la zona de Madrid

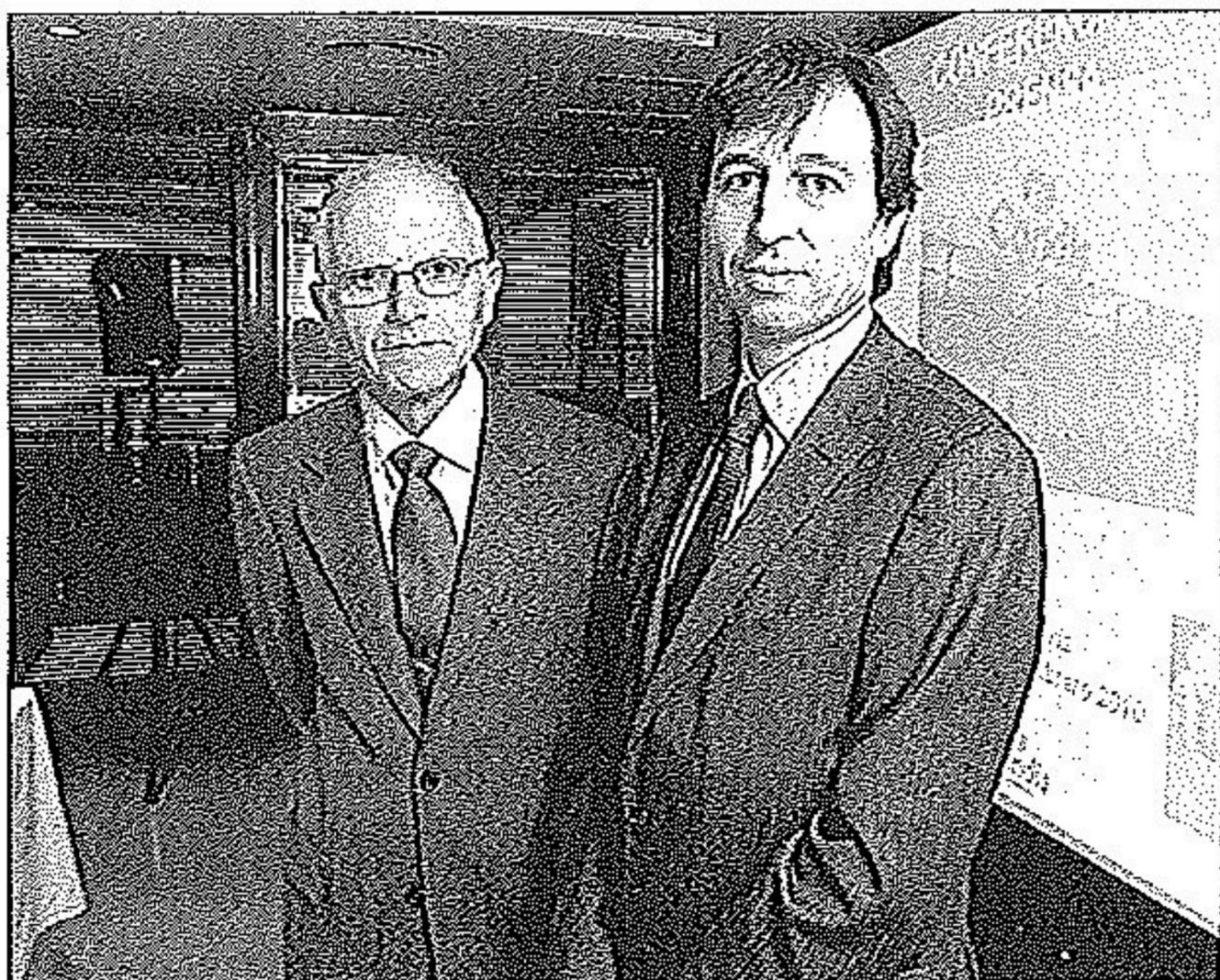
Condis Supermercats destinará este año 25 millones de euros a la apertura de 12 supermercados en Cataluña y Madrid, sus dos áreas de crecimiento. La compañía de la familia Condal mantiene el mismo ritmo inversor porque puede autofinanciarlo. Además, estudia adquisiciones y acuerdos de distribución de marca.

T.G / G.V Barcelona/Madrid

La cadena de supermercados Condis cerró 2009 con una facturación de 778 millones de euros, lo que representó un crecimiento del 2% sobre el año anterior. El director general, Enric Ezquerra, explicó ayer que este aumento moderado "fue todo un éxito", teniendo en cuenta que el sector decreció entre un 0,5% y un 0,7%. La previsión para el año en curso se centra otra vez en incrementar su actividad por encima del mercado, fijando un crecimiento de hasta el 3%.

La compañía consiguió el año pasado mantener el nivel de rentabilidad. Aunque no concretó los beneficios, Ezquerra aseguró que los resultados del ejercicio fueron similares a los ocho millones contabilizados en 2008. En cualquier caso, la familia Condal, que descarta cotizar en Bolsa, reinvierte entre el 90% y el 95% de los beneficios, "lo que nos permite estar poco endeudados", indicó Ezquerra.

Para el directivo, esta costumbre "nos ha permitido mantener un nivel de inversiones similar en los últimos años". Condis destinó a crecer 19 millones en 2008, presupuesto que incluso se incrementó el año pasado hasta los 25,44 millones. Un 93% de esta cifra se utilizó para financiar el plan de crecimiento, que se concretó en la apertura de 18 supermercados, aunque también cerró otros 17 establecimientos de pequeño formato. Ezquerra remarcó que la previsión para este año pasa por mantener el mismo ritmo inversor en los 25 millones, a pesar de que espera



Antoni Condal, presidente de Condis, y el director general, Enric Ezquerra. JORDI PARRA

## La marca propia reduce precios

La marca propia de la enseña catalana registró durante el año pasado una caída mayor de precios que los productos de marca, situándose en el 5,15% durante el año pasado. La mitad de este porcentaje se compensó con la reducción de márgenes y la otra mitad con la caída de precios, afirmó Enric Ezquerra. Sin embargo,

la marca propia consiguió un aumento de facturación del 15%, hasta los 140 millones de euros. El nivel de penetración sobre la oferta global de Condis se situó en el 56%, cuatro puntos más que en 2008. Para 2010, Condis espera que los precios medios generales sigan con la misma tónica de caída del año pasado,

aunque con una tendencia más matizada de reducciones del orden del 1%. La estrategia de la compañía pasa por reforzar la marca propia con la incorporación de hasta 50 referencias, destacando el lanzamiento de una nueva línea de productos de cosmética con la marca Balneris, que constará de 17 referencias.

realizar menos aperturas, entre 10 y 12. Las aperturas se realizarán en Cataluña y en la zona central de Madrid. En esta última podrían abrirse tres tiendas, lo que se traducirá en unos 100 nuevos empleos.

La red actual de Condis es de 418 establecimientos, de los que 219 son franquiciados. Del total, 192 están ubicados

en Cataluña y 27 en Madrid. Las inversiones anunciadas no incluyen posibles adquisiciones.

Sin embargo, la cadena no descarta la venta de algunos de sus locales. "Si hay un operador que está vendiendo... la lógica de las circunstancias es que habrá más locales en venta, aunque no cadenas", puntualizó Ezquerra.