

LES GRANS EMPRESES CATALANES

CAPRABO

Empresa familiar catalana cerca model de creixement

RAMON TREMOSA I BALCELLS



Les empreses familiars són reàcties a les ampliacions de capital, les quals són imprescindibles per ampliar la dimensió

empresarial, ja que poden implicar per al nucli familiar la pèrdua de la titularitat del negoci i la pèrdua del control de la gestió efectiva de l'empresa. En el seu llibre *Confiança* (1995) Francis Fukuyama afirma que un excés d'empresa familiar en un país, amb totes les virtuts que també presenta aquest model d'organització empresarial, és també el reflex d'un nivell molt pobre de capital social, entenent aquesta forma de capital com la "capacitat o propensió dels individus d'un país a col·laborar econòmicament entre ells". Tant és així que aquest economista d'origen japonès adverteix les empreses manufactureres familiars nord-italianes (i aquí es pot fer un paral·lelisme amb la indústria catalana) que el principal repte o obstacle a què hauran de fer front en el procés de globalització econòmica que s'acosta no serà pas material, tangible o monetari; és a dir, de costos de producció, de formació de la mà d'obra, de manca de finançament o de tecnologia. El problema principal raurà en l'organització del creixement i en la cooperació entre persones i empreses en aquest procés, atès que, segons Fukuyama, els països també competeixen en capital social.

Caprabo ha estat notícia recent per la cessió d'un 20% del capital a un soci financer extern, de tal manera que per primer cop hi haurà dos representants de La Caixa en el consell d'administració de l'empresa de distribució de les famílies Carbó, Botet i Elias, les quals mantindran el 80% restant del capital. Els gestors de Caprabo aposten decididament pel creixement, havent estat una de les empreses del sector més agressives en la compra d'empreses de distribució a Espanya en els darrers anys. Així, l'any 2001 l'empresa catalana va adquirir la cadena de supermercats Alonso Alcorcón a Madrid i les tendes Zero al grup Miquel Alimentació. L'any 2002 va adquirir l'empresa Nekea, líder a Navarra, i va llançar una *opa* a la borsa a l'empresa valenciana Enaco, la qual cosa li va permetre d'obtenir una facturació de 2.001 milions d'euros l'any passat.






Calia que Caprabo fes el pas d'obrir el seu capital a un soci financer extern, si el que pretén és disputar el lideratge de la distribució als dos grans grups estatals que la superen clarament a hores d'ara: el grup cooperatiu basc Eroski, que va facturar l'any 2001 per valor de 4.580 milions d'euros, i l'empresa valenciana Mercadona, que amb la meitat d'establiments va assolir 4.519 milions d'euros. L'ampliació de capital de Caprabo, doncs, permetrà de seguir impulsant el creixement de l'empresa, i a hores d'ara la compra de la cadena madrilenya de supermercats Alcosto es podria precipitar. Tanmateix, l'accés a nous crèdits i la renegociació imminent del deute del

exemple, com l'empresa Terra en els seus inicis, tot i obtenir minses facturacions i generar pèrdues continuades, va arribar a assolir una capitalització borsària quasi equivalent a la de consolidades empreses industrials posseïdores de grans instal·lacions productives. Però sí que cal tenir present que la borsa ofereix, per mitjà del preu que determinen diàriament l'oferta i la demanda de les accions de l'empresa, una valoració precisa de l'empresa en quèstió a cada moment en el mercat secundari del mercat de capitals.

Tanmateix, la caiguda de la borsa dels darrers dos anys sembla haver refredat la vocació de La Caixa per la renda variable, havent impulsat el negoci de capital risc per mitjà de l'empresa Caixa Capital Desarrollo. Cal celebrar que la gran caixa catalana propulsi el creixement de les empreses industrials i encara més si aquestes són catalanes, tot esmerçant l'estalvi català a aquest fi, i encara que sigui resseguint el prudent principi d'invertir només en empreses "ben gestionades, sòlides, amb gran liquiditat i amb clara vocació de creixement". En aquest sentit, ha estat poc valorada a Catalunya la recent desinversió de La Caixa a Endesa, per mitjà de la venda del 5% del capital que en tenia, en una decisió presa tot just després del desenllaç de la frustrada *opa* de Gas Natural sobre Iberdrola, i que ha estat valorada a Madrid com a "represàlia" per la resolució de la Comissió Nacional de l'Energia. Tant de bo els recursos provinents de la venda esmentada financin altres processos d'expansió empresarials catalans.

LA DISTRIBUCIÓ, UN GRAN NEGOCI

El futur de Caprabo ha de ser per força solvent: el supermercat s'ha convertit en el "format estrella" de la distribució alimentària a l'Estat espanyol, ateses les dificultats per a l'obertura de nous hipermercats que imposen la majoria de comunitats autònomes. Així, segons Alimarket, la meitat dels quasi 725.000 metres quadrats de superfície de vendes que es van obrir l'any 2002 van correspondre als supermercats, essent aquest l'únic tipus de distribució que va guanyar quota de mercat l'any passat. Tanmateix, s'espera que els supermercats siguin el format de distribució que més creixi en el futur, per causes com ara la disminució del nombre de persones per llar, que farà cada cop menys necessàries les grans compres, i l'envelliment de la població, que farà preferible la compra per proximitat. D'altra banda, la distribució és també un excel·lent negoci de tresoreria: cal tenir present que les cadenes d'alimentació cobren al comptat una venda que paguen a terminis, fins al punt que molt sovint la gestió dels excedents de tresoreria (en els mercats de diner o monetaris) és tant o més rendible que el marge que aporta la mateixa venda.

CAPRABO	
(dades del 2002)	
FONT: CAPRABO	
 Vendes	2.001 milions d'euros (+26,9%) previsió 2003 2.400 milions d'euros (+20%)
 Supermercats	498
 Gasolineres	29
 Filials	Alonso, Nekea, Enaco
 Treballadors	15.000



Un client surt amb la bossa de la compra a la mà d'un supermercat Caprabo

grup, del curt al llarg termini, semblen a partir d'ara més a l'abast de l'empresa catalana.

NOU RUMB DE LA CAIXA

Segons Josep Manuel Basàñez, president de Caprabo, el principal objectiu del grup de distribució és augmentar la seva presència fora del mercat català i elevar la seva xifra de negoci per damunt de 3.000 milions d'euros, la qual cosa permetria a l'empresa de plantejar-se una possible sortida a la borsa. Tot i això, el procés de selecció del soci financer ha posat de manifest la dificultat de valorar una gran empresa quan no cotitza a la borsa de valors. El Deutsche Bank, que ha dirigit el procés esmentat, en el qual han participat fins a vuit bancs i

fons d'inversió, valorava Caprabo al voltant de 1.600 milions d'euros. El fet, però, que els 200 milions d'euros injectats per La Caixa a l'empresa li suposin un 20% de les accions de la cadena implica que la gran caixa catalana ha acabat valorant Caprabo en 1.000 milions d'euros. Les diferències de valoració no només es limiten als actius físics; afecten també els actius immaterials com ara el fons de comerç: en relació a aquest aspecte, s'afirma molt sovint que si algú volgués adquirir l'empresa Coca-cola hauria de pagar molt més per la marca que no pas per l'actiu immobilitzat de la companyia.

Cal afegir que la borsa de valors no és pas objectiva a l'hora de valorar una empresa: és fàcil de recordar, per

