

Eroski lanza una nueva cadena que abre 15 horas todos los días del año

Rapid estará integrada en Caprabo y competirá con tiendas de conveniencia

Javier Romera MADRID.

Eroski se lanza a competir en el segmento de las tiendas de conveniencia. El grupo de distribución vasco ha creado la enseña Rapid, supermercados que estarán abiertos de ocho de la mañana a once de la noche todos los días del año. La nueva marca se integrará bajo el paraguas de Caprabo y cuenta ya con cinco establecimientos en Barcelona, que operan en fase de prueba.

La idea es desarrollar tiendas, siempre bajo la fórmula de la franquicia, con una superficie de unos 150 metros cuadrados. En paralelo, Caprabo también tiene en marcha otro proyecto piloto, el de *Fresh*, un nuevo concepto especializado en productos frescos, *gourmet* y de agricultura ecológica, que cuenta con un establecimiento en la calle Viallorroel de Barcelona.

El grupo Eroski no había entrado hasta ahora en el segmento de las tiendas de conveniencia, en el que sí operaban otros de sus grandes competidores en el mercado. El Corte Inglés lo hacía, por ejemplo, a través de algunas tiendas de Su-



Imagen de uno de los nuevos supermercados de Caprabo. CAPRABO

percor, mientras que Carrefour está presente a través de su enseña Express. La cadena francesa, de hecho, ha ido un paso más allá. Primero apostó por abrir de siete y media a dos de la madrugada en algunas tiendas, como en el madrileño

barrio de Lavapiés, y el siguiente paso, según anunció el pasado mes de noviembre, es la apertura 24 horas al día, también los 365 días del año en algunos establecimientos. La puesta en marcha de esta nueva red de supermercados de con-

veniencia coincide con la conclusión del plan de desinversiones por parte de Eroski tras la venta de un paquete de 36 hipermercados, ocho galerías comerciales y 22 gasolineras al grupo Carrefour por un importe de 205 millones, anunciada

el 29 de febrero. La empresa que preside Agustín Markaide ha cumplido así con los compromisos alcanzados el año pasado con la banca acreedora para adelazar su estructura y poder refinanciar deuda por 2.600 millones, aunque eso suponga el traspaso de un negocio que equivale al 10,8 por ciento en total de su cifra de facturación.

El pasado 9 de febrero, Eroski logró ya una importante inyección de liquidez al vender 11 activos inmobiliarios, propiedad de la sociedad instrumental Gonuri Harizartean, por 161 millones de euros. Esa desinversión se suma además al traspaso de 144 supermercados de la zona centro y sur de España que Eroski cerró con la cadena Dia por un importe de 143 millones.

Eroski mantiene que "en los próximos ejercicios se llevarán a cabo nuevas aperturas, tanto de tiendas propias como franquiciadas, así como la remodelación de parte de la red actual, lo que permitirá neutralizar el impacto de salida de estas tiendas".

Impacto positivo

Eroski considera que esta última operación de venta "tendrá un impacto positivo en la rentabilidad de la empresa a medio plazo". El grupo vasco cuenta ahora con una red de 53 hipermercados, 1.288 supermercados -467 de ellos son franquiciados-, además de 19 almacenes para mayoristas. Las tiendas de conveniencia y los nuevos supermercados *Fresh* son su próximo reto.