

EMPRESAS Y SECTORES

GADISA EXPANDE EL 'SENTIDIÑO'

El grupo de distribución gallego amplía su presencia en Castilla y León y consolida una facturación por encima de los 1.000 millones de euros



Supermercado Gadis situado en una zona residencial a las afueras de Santiago de Compostela. OSCAL CORRAL

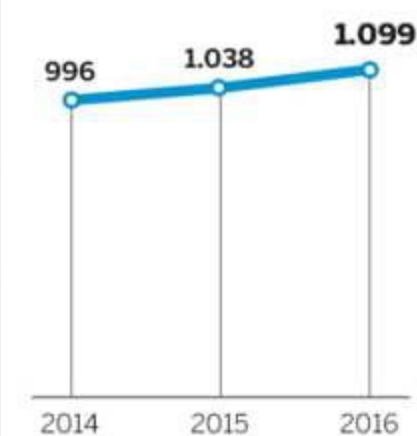
POR MARÍA FERNÁNDEZ

Sus anuncios de televisión, bajo el eslogan "vivamos como gallegos", hablan de astronautas que comen marisco y se rien de los tópicos: nadie es feo, es riquiño; y en Galicia no llueve, hay un microclima. Ese genuino *sentidiño* (sentido) de hacer las cosas ha llevado a Gadis, líder regional de la distribución en su zona, a rechazar proyectos de expansión agresivos fuera de la comunidad. Aunque las cosas pueden estar cambiando.

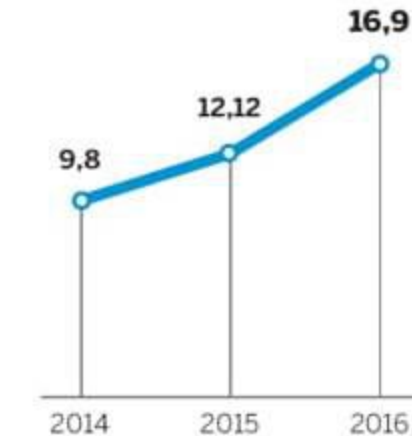
Con una facturación de 1.099 millones en 2016, un 5,8% más que en 2015 (año en el que se convirtió en un unicornio superando la barrera de los 1.000 millones), el grupo sigue siendo un actor modesto en la clasificación nacional. Ocupa el undécimo puesto, según datos de Alimarket, pero poco a poco está reforzando su presencia en Castilla y León. Al mismo tiempo, ha conseguido salir fortalecido frente a la penetración de otros operadores grandes como Mercadona, o tras la expansión de Eroski gracias a un acuerdo al que llegó con su eterno rival gallego, Vegalsa. Por resultados y tamaño, Gadisa es un alumno aventajado de ese grupo de enseñas regionales como pueden ser Ahorramás, Uves-

La empresa en cifras

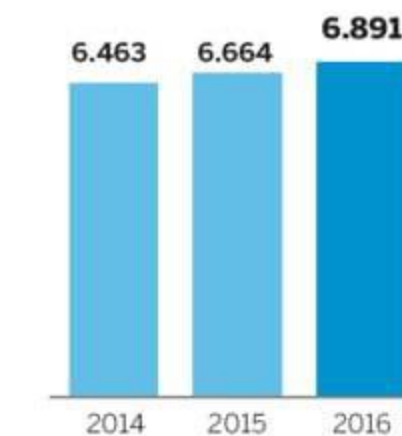
FACTURACIÓN
En millones de euros



INVERSIONES
En millones de euros



NÚMERO DE EMPLEADOS



Fuente: Memoria anual de Gadisa.

EL PAÍS

co, Bonpreu o el grupo Miquel en otras autonomías. "El de las cadenas puramente regionales es un fenómeno que no se da en otro país de Europa", reconoce un experto del sector. "Conocen al detalle qué quiere el consumidor local, suelen diferenciarse por ser líderes en productos frescos con proveedores de la zona, algo que no está tan al alcance de las grandes cadenas. Además, suelen ser empresas familiares que incorporan grandes valores y han sabido adaptar su estructura de costes". Pero si hasta Mercadona se lo piensa para lanzar su oferta

Sus tiendas cuentan con una importante oferta de productos frescos, en especial pescado

Apenas tiene deudas con entidades financieras y el año pasado ganó 53 millones de euros

en Portugal (no abrirá su primera tienda hasta el año que viene), y otras enseñas no han podido crecer más que a golpe de talonario, Gadisa no es una excepción y sus pasos son tímidos. Con 389 establecimientos, ha inaugurado cinco tiendas este año, una de ellas en Salamanca, y ha abierto su primer súper en Ávila. También ha remodelado un local en Medina del Campo (Valladolid). Por ahora no se ha adentrado en otras zonas, aunque su presidente, Roberto Tojeiro, confesó hace unos años que le gustaría llegar a la ciudad de Madrid.

IGUALDAD Y SALARIOS

Hombres al mando

En su memoria, la empresa refleja que el 75% de sus 6.891 empleados son mujeres y presume de su política de recursos humanos a través del plan de formación ocupacional y de incentivos. Sin embargo, la sociedad Gadisa Retail, la comercializadora de la compañía, está dirigida sólo por hombres (ocho ejecutivos) y no menciona ninguna iniciativa encaminada a conseguir la promoción de mujeres a la alta dirección. El salario bruto de la categoría de cajeros, auxiliares de caja, administrativos u operadores (el grueso de la plantilla) es de 15.236 euros brutos anuales, poco más de 1.000 al mes al que se le suma un plus de transporte de 837 euros.

Alejado de la austeridad estética de enseñas como Dia o Lidl, sus tiendas combinan una imagen cuidada en la zona de envasados con una potente oferta de frutas, hortalizas y pescados. Para la distribución de pescado cuenta con plataformas en los puertos de A Coruña, Vigo y Burela y dos centros de redistribución en Ourense y Valladolid. Su base logística está en Medina del Campo.

La estrategia parece funcionar. Gadis, cabeza de un grupo industrial familiar con intereses en el sector energético y forestal, es la empresa que más satisfacciones ofrece a la cuenta de resultados de los Tojeiro. Apenas tiene deuda con entidades financieras (los vencimientos de este año y el que viene son de 4,4 millones). A diciembre pasado tenía unos fondos propios de 264 millones. Con un beneficio neto de 53 millones, su división de comercio minorista dotó a reservas voluntarias de 27 millones y destinó a dividendos 7,2 millones. El grupo, que no habla de su estrategia o de su política comercial, paga a sus 1.181 proveedores a 28 días.

"No hay problemas laborales. Están haciendo contratos y tiene un elevado porcentaje de indefinidos", reconocen en USO, la central mayoritaria en el comité de empresa. El 75% de la plantilla tiene contrato indefinido y pese a percibir salarios moderados, fuentes sindicales admiten que están en la media del sector o ligeramente por encima gracias al plus de transporte y a que los domingos y festivos se pagan como horas extra. Sin embargo, Juan Zas, responsable de acción sindical en la Federación de Servicios de CC OO, denuncia que Gadis tiene, como otras cadenas, un problema por no instalar un sistema de control de presencia. "Las jornadas se pueden prolongar durante una hora o más en verano, Navidades o en zonas turísticas".