

De repartir amb carro a tenir 20 supermercats: la història de Novavenda

Comerbal, la companyia familiar darrere de la marca, mou uns 90 milions d'euros i prepara una obertura a Palamós

La fotografia actual té poc a veure amb els orígens. El negoci va arrencar als anys 40, quan els pares i un oncle d'un dels actuals membres de la família a l'empresa van començar a treballar en la distribució d'alimentació. L'empresa operava aleshores com a Comercial Balear i formava part d'un món que avui pràcticament ha desaparegut. Els viatjants es desplaçaven en tren, bicicleta o moto, els productes arribaven en caixes de fusta i les comandes es distribuïen després pels pobles i les botigues de la demarcació. El carro també formava part del dia a dia. "Jo a casa alimentava el cavall per fer el transport i repartir amb el carro", recorda un dels membres de la família. En aquella època, el negoci treballava amb unes 200 o 300 referències. Avui, asseguren, tenen unes 12.000 o 13.000. La transformació de la companyia no es va produir d'un dia per l'altre. Durant dècades, l'activitat principal va ser majorista i l'empresa distribuïa per tota la província. L'arribada del turisme als anys seixanta va donar un nou impuls al negoci, especialment a la costa, on servien botigues i hotels. Després vindrien les cadenes de distribució, els cash & carry, les franquícies i, finalment, el desenvolupament d'una xarxa pròpia de supermercats. La societat Comerbal es va constituir formalment el 1992, però la marca que veu el consumidor és Novavenda. Va néixer de la voluntat de disposar d'un nom propi per als establiments i deixar de dependre de la imatge compartida amb altres botigues integrades en cadenes voluntàries. Avui la companyia compta amb 20 supermercats propis, tots a les comarques gironines. Manté també cinc antics associats, als quals considera més aviat clients preferents, i fa uns quinze anys que no incorpora noves franquícies. La dimensió del negoci també es reflecteix en la plantilla. Comerbal ocupa entre 300 i 325 persones durant l'hivern i pot arribar a unes 400 a l'estiu, quan augmenten les necessitats de personal en punts com Llançà, Cadaqués, Lloret de Mar o la Jonquera. L'empresa situa actualment les vendes al voltant dels 90 milions d'euros. L'últim exercici, però, el creixement va ser reduït per l'estabilització del negoci a la frontera, on la família assegura haver notat una menor despesa del consumidor francès i una major competència. En canvi, afirma que les botigues de l'interior continuen augmentant les vendes. Malgrat aquesta dimensió, el capital segueix sent 100% familiar. Els tres germans de la nova generació treballen actualment a Comerbal i es reparteixen diferents àrees. De fet, la gestió, expliquen, també conserva aquest caràcter familiar. "No tenim un gerent específic, ho portem entre tots", assenyalen. Aquesta estructura conviu amb una competència que la mateixa companyia defineix com cada vegada més exigent. "No és fàcil el dia a dia de respondre a la gran distribució", admeten. La seva estratègia passa per combinar proximitat, producte fresc, assortiment i preu. Comerbal assegura que comercialitza entre tres i quatre milions de quilos de fruita i verdura l'any i reivindica aquest segment, juntament amb les seccions de carn i peix, com una de les vies per diferenciar-se. Alhora, treballa amb el grup Euromadi, que li dona suport en àmbits com les promocions nacionals, els pagaments centralitzats o l'accés a determinats proveïdors. El següent pas serà Palamós. La família preveu obrir-hi durant el primer trimestre de l'any vinent un supermercat d'uns 1.300 metres quadrats al centre del municipi. Serà un exemple del format de més dimensió que Comerbal vol desenvolupar, amb establiments que requereixen inversions més elevades i que obliguen a espaiar les inauguracions. Els responsables de l'empresa calculen que obrir una botiga d'aquestes característiques pot suposar una inversió d'entre quatre i cinc milions d'euros. L'expansió, però, no es planteja a qualsevol preu. La família assegura haver rebut trucades de fons d'inversió que permetrien accelerar molt més el creixement, però ara per ara manté l'aposta per avançar amb recursos propis i consolidar cada establiment abans de fer el següent pas. "Sí que volem anar creixent", expliquen, però amb una condició: cada nova operació ha de tenir sentit per si mateixa.

Font del document:

<https://www.diaridegirona.cat/economia/2026/09/07/repartir-amb-carro-tenir-20-botigues-historia-novavenda-133263282.html>