

La supremacía de Mercadona y la guerra de precios dejan al resto de supermercados al borde del precipicio

Europa Press / EFE

23/02/2018 - 19:37

- Empresas como Auchan y Eroski tendrán que reducir márgenes
- El formato de supermercado tradicional está seriamente amenazado



Foto de Dreamstime

La competencia en el mercado minorista español de alimentos está aumentando, liderada por Mercadona. Esta situación afectará de forma negativa a cadenas como Dia y otros 'retailers' que operan en el mercado nacional, que tendrán que reducir márgenes y buscar fórmulas para mantener su cuota de mercado, según se desprende de un informe elaborado por la agencia de calificación Moody's.

Esta competencia "tendrá un impacto negativo en la calificación crediticia de DIA y otras empresas que operan en el país, ya que las compañías que están perdiendo cuota, como Auchan (Alcampo) y Eroski, puede que recorten también sus precios para reafirmar su posición, minando sus márgenes de rentabilidad", según el analista sénior de Moody's Vincent Gusdorf.

Por ejemplo, Dia (firma presidida por Ana María Llopis) informó esta semana que en 2017 su resultado operativo (Ebit) en Iberia cayó un 58,6% interanual en el cuarto trimestre, debido a los recortes de precios que hizo para mejorar su competitividad.

Por su parte, el consejero delegado del grupo, Ricardo Currás, explicó que la caída del beneficio neto de la compañía se debió a la fuerte inversión en precio realizada en España durante la segunda parte del año".

La agencia de calificación ha señalado que empresas como Auchan y Eroski también pueden reducir sus precios para reforzar su posición competitiva, erosionando los márgenes de sus ganancias.

Guerra de precios

Además, ha recordado que a principios del año pasado, Mercadona inició un vasto programa de renovación de tiendas y redujo sus precios, lo que le ha permitido consolidar su liderazgo al frente de la distribución española con una cuota de mercado del 24,1%, mientras que uno de sus competidores, como es Dia, se sitúa como tercer 'retailer' nacional con el 8,2%, tras ceder el 0,3% en 2016.

Respecto a Carrefour y Auchan, que cuentan con presencia en el mercado español, Moody's cree que la competencia se verá exacerbada por la continua disminución del formato de hipermercado, que sigue cayendo cada año.

Por último, la agencia crediticia considera que el comercio electrónico está creciendo en España y estima que las ventas totales sean ligeramente superiores al 2% de las de bienes de consumo en España en 2018, una cifra que sigue siendo inferior a la que se registra en Reino Unido o Francia.

PUBLICIDAD

Contenido patrocinado

Otras noticias



[Anna Gabriel, desde Suiza: "Es un gran giro en mi vida, sé que ya no podré volver a España"](#)



[El aceite de oliva se hunde en España y el de girasol es ya el más vendido](#)



[Puigdemont tiene problemas con el dinero en efectivo en Bélgica](#)

recomendado por

Nuestros partners: [iISole - English version](#) | [Empresite: España - Colombia](#) | [Administradores y Ejecutivos](#) | [Ranking de Empresas](#)

Copyright 2006-2016, Editorial Ecoprensa, S.A. | [Política de Privacidad](#) | [Aviso Legal](#) | [Política de cookies](#) | [Cloud Hosting en Acens](#)