

Los gigantes de los supermercados Carrefour y Tesco firman una alianza

La firma francesa y la británica firman un pacto para compras conjuntas a proveedores y sus marcas blancas

EL PAÍS

Madrid - 2 JUL 2018 - 10:31 CEST



Carros del hipermercado Carrefour ERIC GAILLARD (REUTERS)

Dos gigantes de la distribución se alían. El grupo francés de supermercados [Carrefour](#) y su rival británico Tesco han firmado un pacto internacional para comprar juntos a proveedores y con sus marcas

blancas. "La alianza cubrirá la relación estratégica con proveedores globales, la compra conjunta de productos de marca propia y otros bienes que no son para la venta al público", han señalado en un comunicado conjunto. Señalan que el acuerdo lo firman para tres años de momento.

Con su alianza, Carrefour y Tesco buscan mejorar los márgenes y ampliar su oferta. Son dos cadenas gigantes y tradicionales que cada vez tienen que hacer frente en muchos mercados a más competidores, desde los jugadores *online* como Amazon a las cadenas de descuentos agresivos como Lidl o Aldi.

"Permitirá a ambas compañías mejorar la calidad y la elección de los productos disponibles para sus clientes, a precios aún más bajos, mejorando así su competitividad. Este acuerdo también permitirá a ambas compañías fortalecer sus relaciones con sus proveedores y crear oportunidades significativas para esos proveedores. Cada compañía continuará trabajando con socios proveedores a nivel local y nacional", explican las cadenas.

Se prevé que la alianza se acordará formalmente dentro de los próximos dos meses. Dave Lewis, director ejecutivo del Grupo Tesco, y Alexandre Bompard, presidente de Carrefour Group, han destacado en un comunicado cómo va a ayudar a sus empresas el acuerdo y la ventaja que supone que dos grandes empresas sumen fuerzas.

Dos gigantes mundiales

Carrefour en todo el mundo perdió 362 millones en 2017, frente a las ganancias de 746 millones de euros registradas un año antes. La empresa señaló que era por una cuestión de depreciación de activos, ya que sus

MÁS INFORMACIÓN

Comienza la campaña de empleo para verano: las empresas realizarán 619.110 contratos, según Randstad

Carrefour lanza en España alimentos fabricados con grillos y gusanos

Mercadona, el supermercado con más clientes y el que más crece en 2017

ventas habían crecido un 2,8% en todo el mundo, hasta los 80.975 millones. Aun así, el presidente de la empresa ya advirtió que tenían que implementar un plan de transformación para evitar perder más competitividad. En su país de origen, Francia, tiene actualmente una cuota de mercado del 20,1%, según cálculos de la consultora Kantar Worldpanel. Se coloca así segundo por detrás de Leclerc. En otros países como España es el segundo (8,6%, muy lejos de Mercadona con el 24,5%). Y en China, es el quinto mayor distribuidor (3,1% de cuota).

Tesco, por su parte, en el último ejercicio fiscal (acabó en febrero de 2018) registró unos ingresos de 57.491 millones de libras, un 2,8% más que en el mismo periodo de 2017. Ganó 1.208 millones de libras, frente a las pérdidas de 54 millones del año anterior. En buena medida (351 millones de beneficio) correspondieron a beneficios extraordinarios por la liberación de unas provisiones fiscales en Corea. Tesco es en Reino Unido la mayor cadena de supermercados (27,7% de cuota de Mercado según Kantar), seguido de Sainsbury (15,6%). En Irlanda es el segundo mayor (22,3%), por detrás de SuperValu.

ARCHIVADO EN:

Carrefour · Tesco · Supermercados · Mercados · Establecimientos comerciales
· Comercio · Empresas · Economía

Y ADEMÁS...



Seu Horóscopo: tão preciso que dá arrepios

(ORACULUM.CLARIVIDENTE.NEAR CLEAR) GRATUITA.COM)



Portugal: Leia isto antes de fazer qualquer teste

(NEAR CLEAR)



Sugestões de Destinos Asiáticos para 2018

(JOLAND)



[Fotos] A polémica declaração de Pelé sobre comentário

(DESAFIOMUNDIAL)