

Distribución Comercial

Caso Práctico. Tema 6.2. Las marcas blancas de Carrefour



Andrea Pérez Ruiz
Ángel Agudo San Emeterio

Departamento de Ciencia e Ingeniería del Terreno
y de los Materiales

Este tema se publica bajo Licencia:

[Creative Commons BY-NC-SA 4.0](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/)



Firstline

Marca exclusiva con prestaciones de líder y las mayores garantías, a un precio más asequible para aparatos de imagen y sonido y electrodomésticos. Los productos Firstline se renuevan continuamente para amoldarse a la evolución de la demanda. Concretamente la gama se compone de: grandes electrodomésticos (frigoríficos, lavadoras, lavavajillas), pequeños electrodomésticos (aspiradores, secadores, ventiladores); radiocassettes (minicadenas, CD portátiles, radiodespertadores) y televisores (también vídeos, mandos a distancia y antenas).

Bluesky

Marca de productos de imagen y sonido, gama blanca y pequeños electrodomésticos, con buena calidad y mejor precio. Abarca diferentes segmentos: grandes aparatos electrodomésticos como frigoríficos, combis, lavadoras; pequeños aparatos electrodomésticos como aspiradores, secadores o radiadores; aparatos de sonido como radiocassettes, microcadenas, reproductores CD y radios de bolsillo; aparatos relacionados con la imagen como televisores.

Marca Carrefour

Gama de productos de alimentación, droguería, perfumería y baar, fabricados para Carrefour con la máxima calidad a un precio sensiblemente inferior. Para garantizar la calidad a sus clientes las referencias son sometidas a un doble control, siendo analizadas por laboratorios independientes y por el departamento de calidad de Carrefour. Siete de cada diez artículos con esta marca son de origen español y muchos tienen denominación de origen. Como media su precio es un 20% inferior a los precios de las marcas líderes pero mantienen la calidad. ¿Cómo es posible? Simplemente porque el coste de publicidad y promoción de los productos de marca propia es mucho más bajo que el de las marcas líderes. Además tienen un compromiso directo con la calidad y por ello cuentan con el certificado ISO 9003. El envasado de los productos Carrefour es moderno y refleja con exactitud las características de su contenido. En los productos de alimentación se incluyen las calorías, los ingredientes, consejos de conservación y preparación, e información sobre sus valores nutricionales y seguridad alimentaria. En el resto de productos se facilita información sobre su composición y consejos de uso.

Tex

Marca específica del sector textil que abarca ropa de hogar, calzado complementos, interiores y confección. Las prendas Tex evolucionan según la moda para adecuarse a las tendencias del mercado. Los tejidos y la confección ofrecen la mejor calidad a un precio razonable. Las colecciones están creadas y controladas por Carrefour de principio a fin.

Cherokee

Marca de moda joven que distribuyen en exclusiva los hipermercados Carrefour. Está dirigida a un público urbano adolescente al que le gusta vestir de manera informal y con imaginación a determinados precios. Ofrece una línea de vestir completa: desde prendas de moda hasta complementos y zapatos.

Basics

Marca propia de Carrefour específica del sector textil para diseños sencillos, universales, que sorprenden por su buena relación calidad/precio. Pretende satisfacer a los clientes que desean vestir de forma cómoda y desenfadada, actual y con personalidad pero que no buscan el último grito.

Fuente:

Vázquez, R. y Trespalacios, J. (2006): *Estrategias de distribución comercial*. Editorial Thomson, Madrid.

PREGUNTAS SOBRE EL CASO

1. Identifique a qué tipo de marca de distribuidor (emblema, específica o contra-marca) se corresponde cada una de las marcas blancas comercializadas por Carrefour.