

29 de enero de 2002

Dña. Conchita Cabezudo
Dirección General de Mercados Primarios
COMISIÓN NACIONAL DEL MERCADO DE VALORES
Paseo de la Castellana, 19
28046, Madrid

Muy señores nuestros,

Adjunto a esta carta les remitimos el disquete que contiene el Folleto Informativo Completo de la ampliación de capital de CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A., para atender al canje como contraprestación de la aportación de las participaciones de Grup Supeco Maxor, S.L.

El contenido del Folleto que figura en el citado disquete es idéntico al folleto verificado por esa Comisión, con fecha 26 de diciembre de 2001, y número de registro 3738.

Asimismo, autorizamos a la Comisión Nacional del Mercado de Valores a difundir el mencionado Folleto por vía telemática.

* * *

Muy atentamente,

Agustín Ramos Varillas
Secretario del Consejo de Administración

Capítulo I

Personas que asumen la responsabilidad del folleto
y organismos supervisores del mismo

CAPITULO I: PERSONAS QUE ASUMEN LA RESPONSABILIDAD DEL FOLLETO Y ORGANISMOS
SUPERVISORES DEL MISMO

I.1. Personas que asumen la responsabilidad por su contenido:

D. José María Folache González-Parrado con domicilio profesional en Alcobendas (Madrid), Carretera de Burgos, Km.14,500, provisto de DNI número 2.520.512-X, Consejero Delegado y Director General de Centros Comerciales Carrefour, S.A. (en adelante, "Carrefour", la "Sociedad" o el "Emisor") en nombre y representación de dicha sociedad, asume la responsabilidad del contenido del presente Folleto Informativo Completo (en adelante, el "Folleto" o el "Folleto Informativo"), confirma la veracidad de los datos de Carrefour y declara que no se omite ningún hecho relevante ni induce a error.

I.2. Organismos supervisores:

El presente Folleto modelo RV ha sido verificado e inscrito en los Registros Oficiales de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (en adelante, "C.N.M.V.") el día 26 de diciembre de 2001.

Conforme a lo dispuesto en el Real Decreto 291/1992, de 27 de marzo, sobre Emisiones y Ofertas Públicas de Venta de Valores, modificado por el Real Decreto 2.590/1998 de 7 de diciembre, sobre modificaciones del régimen jurídico de los mercados de valores, se hace constar que el registro del Folleto por la Comisión Nacional del Mercado de Valores no implica recomendación de la suscripción o compra de los valores a que se refiere el mismo, ni pronunciamiento en sentido alguno sobre la solvencia de la entidad emisora o la rentabilidad de los valores emitidos u ofertados.

El presente Folleto no precisa de autorización ni pronunciamiento administrativo previo distinto de su verificación y registro en la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

I.3. Nombre, domicilio y cualificación de los auditores que hayan verificado las cuentas anuales de los tres últimos ejercicios:

Arthur Andersen y Cía, S. Com., legalmente domiciliada en Madrid, Raimundo Fernández Villaverde, 65, provista de C.I.F. D-79104469 y con número S-0692 del Registro Oficial de Auditores de Cuentas (R.O.A.C.) ha llevado a cabo la auditoría de las Cuentas Anuales de Carrefour y sociedades dependientes correspondientes a los ejercicios terminados el 31 de diciembre de los ejercicios 1998, 1999 y 2000.

Las cuentas anuales e informe de gestión, individual y consolidado, de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 1998, 1999 y 2000 han sido auditadas con informe favorable sin salvedades.

Se adjunta como **Anexo 1** el informe de auditoría, Memoria y las Cuentas Anuales individuales y consolidadas correspondientes a los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 2000 y el 31 de diciembre de 1999 de Carrefour y sociedades dependientes

KPMG Auditores, S.L., con domicilio en Madrid, Edificio Torre Europa, Paseo de la Castellana, nº 95, provista de C.I.F. B-78510153 y con número S-0702 del Registro Oficial de Auditores de Cuentas (R.O.A.C.), ha llevado a cabo la auditoría de las Cuentas Anuales de Supeco, correspondientes a los ejercicios terminados el 31 de diciembre de los ejercicios 1998, 1999 y 2000.

Las cuentas anuales e informe de gestión de los ejercicios terminados el 31 de diciembre de 1998, 1999 y 2000, han sido auditadas con informes favorables con las limitaciones al alcance que a continuación se describen.

A continuación se reproducen íntegramente los informes de 1998, 1999 y 2000:

Informe del ejercicio terminado a 31 de diciembre de 1998:

“Hemos auditado las cuentas anuales de Grup Supeco Maxor, S.L. (La Sociedad) que comprenden el balance de situación al 31 de diciembre de 1998 y la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, cuya formulación es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales en su conjunto, basada en el trabajo realizado. Excepto por la salvedad mencionada en el párrafo tercero de este informe, el trabajo se ha realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas, que requieren el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales y la evaluación de su presentación, de los principios contables aplicados y de las estimaciones realizadas.

De acuerdo con la legislación mercantil, los Administradores presentan a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance de situación, de la cuenta de pérdidas y ganancias y del cuadro de financiación, además del las cifras del ejercicio 1998, las correspondientes al ejercicio anterior. Nuestra opinión se refiere exclusivamente a las cuentas anuales del ejercicio 1998. Con fecha 20 de febrero de 1998 emitimos nuestro informe de auditoría acerca de las cuentas anuales del ejercicio 1997 en el que expresamos una opinión favorable.

Debido a que fuimos nombrados auditores de Maxor, S.A., Supermercats Empordanesos, S.A. y Dos Mil Ciento Treinta y Cinco, S.A. (Sociedades Absorbidas en el proceso de fusión descrito en la nota 1 de la memoria de las cuentas anuales adjuntas) para el ejercicio 1996 y siguientes, y de acuerdo con instrucciones recibidas de dichas Sociedades Absorbidas, en el contexto de la auditoría de las cuentas anuales del ejercicio 1998, los procedimientos aplicados en ejercicios anteriores a 1996 han sido limitados en cuanto a su naturaleza y extensión. En consecuencia, no nos es posible concluir acerca de la existencia, en su caso, de contingencias, compromisos u obligaciones generadas en ejercicios anteriores a 1996 y que pudieran eventualmente afectar a la situación financiero-patrimonial de Grup Supeco Maxor, S.L. al 31 de diciembre de 1998.

En nuestra opinión, excepto por los efectos de los ajustes que podrían haberse puesto de manifiesto si no hubiéramos tenido la limitación al alcance de nuestro trabajo descrita en el párrafo anterior, las cuentas anuales del ejercicio 1998 adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de Grupo Supeco Maxor, S.L. al 31 de diciembre de 1998 y de los resultados de sus operaciones y de los recursos obtenidos y aplicados durante el ejercicio anual terminado en dicha fecha y contienen la información necesaria y suficiente para su interpretación y comprensión adecuada, de conformidad con principios y normas contables generalmente aceptados, que guardan uniformidad con los aplicados en el ejercicio anterior.

El informe de gestión adjunto del ejercicio 1998 contiene las explicaciones que los Administradores consideran oportunas sobre la situación de Grup Supeco Maxor, S.L., la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 1998. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la Sociedad.”

Informe del ejercicio terminado a 31 de diciembre de 1999:

“Hemos auditado las cuentas anuales de Grup Supeco Maxor, S.L. (la Sociedad) que comprenden el balance de situación al 31 de diciembre de 1999 y la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, cuya formulación es responsabilidad de

los Administradores de la Sociedad. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales en su conjunto, basada en el trabajo realizado. Excepto por la salvedad mencionada en el párrafo tercero de este informe, el trabajo se ha realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas, que requieren el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales y la evaluación de su presentación, de los principios contables aplicados y de las estimaciones realizadas.

De acuerdo con la legislación mercantil, los Administradores presentan a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance de situación, de la cuenta de pérdidas y ganancias y del cuadro de financiación, además de las cifras del ejercicio 1999, las correspondientes al ejercicio anterior. Nuestra opinión se refiere exclusivamente a las cuentas anuales del ejercicio 1999. Con fecha 10 de marzo de 1999 emitimos nuestro informe de auditoría acerca de las cuentas anuales del ejercicio 1998 en el que expresamos una opinión con una salvedad.

Debido principalmente a dificultades informáticas, la Sociedad no ha podido justificar documentalmente la totalidad de los procedimientos llevados a cabo para la determinación de la cifra de existencias al cierre de 1999. Sin embargo, al objeto de determinar el posible impacto sobre la cifra de existencias de la mencionada limitación al alcance de nuestro trabajo, hemos realizado los procedimientos de auditoría, que hemos considerado adecuados en las circunstancias, que han mostrado que el eventual efecto no podría considerarse muy significativo en relación con las cuentas anuales del ejercicio 1999 tomadas en su conjunto. No obstante, dicha limitación no puede considerarse totalmente resuelta por el resultado de los procedimientos realizados y por consiguiente, no nos es posible concluir acerca de la necesidad, en su caso, de introducir ajustes adicionales a la cifra de existencias que figura en el balance de situación al 31 de diciembre de 1999 y, en consecuencia, a la cifra correspondiente a la variación de existencias incluida en el capítulo "Aprovisionamientos" de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 1999.

En nuestra opinión, excepto por los efectos de los ajustes que podrían haberse puesto de manifiesto si no hubiéramos tenido la limitación al alcance de nuestro trabajo descrita en el párrafo anterior, las cuentas anuales del ejercicio 1999 adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de Grup Supeco Maxor, S.L. al 31 de diciembre de 1999 y de los resultados de sus operaciones y de los recursos obtenidos y aplicados durante el ejercicio anual terminado en dicha fecha y contienen la información necesaria y suficiente para su interpretación y comprensión adecuada, de conformidad con principios y normas contables generalmente aceptados, que guardan uniformidad con los aplicados en el ejercicio anterior.

El informe de gestión adjunto del ejercicio 1999 contiene las explicaciones que los Administradores consideran oportunas sobre la situación de Grup Supeco Maxor, S.L., la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 1999. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la Sociedad."

Informe del ejercicio terminado a 31 de diciembre de 2000:

1. "Hemos auditado las cuentas anuales de Grup Supeco Maxor, S.L. (la Sociedad) que comprenden el balance de situación al 31 de diciembre de 2000 y la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria correspondientes al ejercicio anual terminado en dicha fecha, cuya formulación es responsabilidad de los Administradores de la Sociedad. Nuestra responsabilidad es expresar una opinión sobre las citadas cuentas anuales en su conjunto, basada en el trabajo realizado. Excepto por la salvedad mencionada en el párrafo tercero de este informe, el trabajo se ha realizado de acuerdo con las normas de auditoría generalmente aceptadas, que requieren el examen, mediante la realización de pruebas selectivas, de la evidencia justificativa de las cuentas anuales y la evaluación de su presentación, de los principios contables aplicados y de las estimaciones realizadas.

2. *De acuerdo con la legislación mercantil, los Administradores presentan, a efectos comparativos, con cada una de las partidas del balance de situación, de las cuentas de pérdidas y ganancias y del cuadro de financiación, además de las cifras del ejercicio 2000, las correspondientes al ejercicio anterior. Nuestra opinión se refiere exclusivamente a las cuentas anuales del ejercicio 2000. Con fecha 25 de mayo de 2000 emitimos nuestro informe de auditoría acerca de las cuentas anuales del ejercicio 1999 en el que expresamos una opinión con una salvedad, relativa a la limitación al alcance de nuestro trabajo en cuanto a la razonabilidad de la cifra de existencias al 31 de diciembre de 1999, cuyo eventual efecto, en relación a las cuentas anuales tomadas en su conjunto, no se consideró como muy significativo.*
3. *Como consecuencia de la limitación al alcance de nuestro trabajo descrita en el párrafo anterior, no nos es posible concluir acerca de la necesidad, en su caso, de introducir ajustes adicionales a la cifra correspondientes a la variación de existencias, en relación con el importe de la cifra de existencias al inicio del ejercicio, incluida en el capítulo "Aprovisionamientos" de la cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio 2000 (véase nota 9 de la memoria de las cuentas anuales adjuntas).*
4. *Tal y como se indica en la nota 4(e) de la memoria de las cuentas anuales adjuntas, la Sociedad, siguiendo instrucciones del Grupo Carrefour, ha optado por registrar en el activo del balance de situación al 31 de diciembre de 2000 ciertos gastos de naturaleza publicitaria, incurridos durante el ejercicio 2000, correspondientes al cambio de enseña, por importe de 301.624 miles de pesetas y periodificar el reconocimiento de dichos gastos en la cuenta de pérdidas y ganancias en tres años. De acuerdo con principios y normas contables generalmente aceptados y siguiendo el criterio de prudencia valorativa, consideramos que el capítulo "Gastos a distribuir en varios ejercicios" del balance de situación adjunto al 31 de diciembre de 2000 y las pérdidas del ejercicio 200, se encuentran respectivamente sobrevalorado e infravaloradas en 301.624 miles de pesetas.*
5. *En nuestra opinión, excepto por los efectos de los ajustes que podrían haberse puesto de manifiesto si no hubiéramos tenido la limitación al alcance de nuestro trabajo descrita en el párrafo tercero de este informe y excepto por los efectos de la salvedad descrita en el párrafo cuarto anterior, las cuentas anuales del ejercicio 2000 adjuntas expresan, en todos los aspectos significativos, la imagen fiel del patrimonio y de la situación financiera de Grup Supeco Maxor, S.L. al 31 de diciembre de 2000 y de los resultados de sus operaciones y de los recursos obtenidos y aplicados durante el ejercicio anual terminado en dicha fecha y contienen la información necesaria y suficiente para su interpretación y comprensión adecuada, de conformidad con principios y normas contables generalmente aceptados, que guardan uniformidad con los aplicados en el ejercicio anterior.*
6. *El informe de gestión adjunto del ejercicio 2000 contiene las explicaciones que los Administradores consideran oportunas sobre la situación del Grup Supeco Maxor, S.L., la evolución de sus negocios y sobre otros asuntos y no forma parte integrante de las cuentas anuales. Hemos verificado que la información contable que contiene el citado informe de gestión concuerda con la de las cuentas anuales del ejercicio 2000. Nuestro trabajo como auditores se limita a la verificación del informe de gestión con el alcance mencionado en este mismo párrafo y no incluye la revisión de información distinta de la obtenida a partir de los registros contables de la Sociedad."*

Se adjunta como **Anexo 2** el informe de auditoría, Memoria y las Cuentas Anuales individuales correspondientes al ejercicio finalizado el 31 de diciembre de 2000 de Supeco. El informe de auditoría, Memoria y Cuentas Anuales de Supeco de los ejercicios finalizados el 31 de diciembre de 1999 y 1998 se han depositado en la CNMV, como documento adicional a este Folleto Informativo, encontrándose a disposición del público.

1.4. Ampliación de capital de Centros Comerciales Carrefour. S.A. Informes especiales de experto independiente y de los auditores de la sociedad y opinión independiente del valor de Supeco:

La ampliación de capital de Carrefour, con exclusión del derecho de suscripción preferente, objeto del presente Folleto Informativo, será íntegramente suscrita por las sociedades Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, sociedades controladas por la sociedad francesa Carrefour,

quienes aportarán a cambio las participaciones sociales representativas de la totalidad del capital social de Supeco.

De conformidad con lo dispuesto en los artículos 38 y 159 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, con fecha 5 de octubre de 2001, Deloitte & Touche, S.A., legalmente domiciliada en Madrid, Plaza Pablo Ruiz Picasso s/n, piso 38 Torre Picasso, provista de C.I.F. A-78478492 y con número S-0665 del Registro Oficial de Auditores de Cuentas (R.O.A.C.), en su condición de experto independiente designado por el Registro Mercantil de Madrid, emitió informe relativo a la valoración de las aportaciones no dinerarias, consistentes en las participaciones sociales de Supeco, que se aportan a la ampliación de capital de Carrefour, objeto del presente Folleto Informativo. Dicho informe se adjunta al presente Folleto Informativo como **Anexo 3**.

Las conclusiones del experto independiente, son que:

“Basados en el trabajo realizado, mencionado en el apartado 3 anterior, y al objeto exclusivo de cumplir con el artículo 38 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, y teniendo en cuenta los aspectos comentados en los apartados anteriores, consideramos que, en la determinación del valor atribuido por Centros Comerciales Carrefour, S.A. a la aportación no dineraria, se ha aplicado un método de valoración apropiado, sobre la base de unas previsiones de negocio posibles, y aplicando parámetros de valoración coherentes con referencias de mercado. Asimismo, los múltiplos de valoración resultantes del método aplicado se han contrastado con múltiplos de valoración de empresas similares cotizadas y de empresas comparables de transacciones recientes.

La aplicación de este método, criterio y parámetros de valoración conduce a un rango de valores entre los que se encuentra el valor de referencia utilizado por Centros Comerciales Carrefour, S.A. de 44.800 millones de pesetas, según se explica en el apartado 4.3. Este valor se corresponde, al menos, y por tano justifica el número, valor nominal y prima de emisión de las acciones a emitir.”

Asimismo, con fecha 7 de noviembre de 2001, Andersen y Cía, S.Com de conformidad con lo dispuesto en el artículo 159 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, en su condición de auditor de la Sociedad, emitió informe sobre el valor patrimonial neto de las acciones de la sociedad y sobre la exactitud de los datos contenidos en el informe de los administradores, que se adjunta como **Anexo 4**. Este informe fue complementado mediante cartas de 22 de noviembre de 2001 y 13 de diciembre de 2001, que se adjuntan asimismo en dicho Anexo 4.

Capítulo II

Información relativa a la oferta pública y a los valores negociables objeto de la misma

CAPÍTULO II.- LA OFERTA PÚBLICA Y LOS VALORES NEGOCIABLES
OBJETO DE LA MISMA.

II.1. Acuerdos sociales:

II.1.1. Mención sobre los Acuerdos sociales.

La Junta General Ordinaria y Extraordinaria de Accionistas de Carrefour, celebrada el 28 de noviembre de 2001 (en adelante, la "Junta de Carrefour de 28 de noviembre de 2001"), acordó la ampliación de capital, con exclusión del derecho de suscripción preferente, por un importe nominal de 135.139.616 euros, mediante la emisión y puesta en circulación de 22.311.515 acciones ordinarias de 0,60 euros de valor nominal cada una (en adelante, las "Nuevas Acciones"), con una prima de emisión de 5,45694485, para ser entregadas en contraprestación de las participaciones sociales de Supeco.

Se incluye como **Anexo 5** certificación de los acuerdos adoptados por la Junta de Carrefour de 28 de noviembre en relación con la ampliación de capital y como **Anexo 6** certificación de los acuerdos adoptados por el Consejo de Administración de la Sociedad de 7 de noviembre de 2001 y certificación de los acuerdos del Consejo de Administración de la Sociedad de 20 de septiembre de 2001.

Se incluyen como **Anexos 3, 4 y 7**, respectivamente, al presente Folleto los siguientes documentos:

- (i) El informe elaborado por Deloitte & Touche, en su condición de experto independiente designado a tal efecto por el Registro Mercantil de Madrid, de 8 de noviembre de 2001, de conformidad con lo establecido en el artículo 38 de la Ley de Sociedades Anónimas.
- (ii) El informe elaborado por los Auditores de la Sociedad de 8 de noviembre de 2001, de conformidad con lo establecido en el artículo 159 de la Ley de Sociedades Anónimas, completado con los informes complementarios de fechas de 22 de noviembre y 13 de diciembre de 2001.
- (iii) El informe de los administradores de Carrefour aprobado, por el Consejo de Administración de la Sociedad, con fecha 7 de noviembre de 2001, elaborado de conformidad con lo dispuesto en los artículos 155 y 159 de la Ley de Sociedades Anónimas.

Adicionalmente, con fecha 8 de noviembre de 2001, se celebró entre Carrefour y Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, como accionistas de Supeco, un Protocolo de Aportación en el que se reguló el procedimiento y se fijaron los términos y condiciones para llevar a cabo la aportación de Supeco a Carrefour.

Características principales del Protocolo de Aportación:

A continuación se describen los principales términos y condiciones del referido Protocolo de Aportación.

● **Valoración de Supeco**

Las partes acordaron que la relación de canje para determinar el número de acciones a emitir por Carrefour contra la aportación no dineraria de las participaciones sociales de Supeco por parte de Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe es de 27 acciones de Carrefour por cada 29 participaciones sociales de Supeco. Dicha relación de canje se ha pactado por las partes basándose en las respectivas valoraciones de Carrefour y Supeco.

● **Procedimiento de Aportación**

La aportación de las participaciones representativas del capital social de Supeco, se instrumentalizaría jurídicamente a través de una operación de canje de valores, de tal manera que Carrefour efectuaría una ampliación de capital con exclusión del derecho de suscripción

preferente para los actuales accionistas de Carrefour, fundamentada en el interés social de la presente operación. Estas nuevas acciones serán íntegramente suscritas por Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, en proporción a su participación en Supeco, quienes aportarán como contraprestación sus participaciones sociales de Supeco.

- **Declaraciones y Garantías**

Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, en su condición de accionistas de SUPECO, prestaron en favor de Carrefour las siguientes declaraciones y garantías:

- Asumieron la responsabilidad por saneamiento por evicción sobre las participaciones representativas del capital social de Supeco.
- Asumieron la responsabilidad frente a Carrefour en relación con la capacidad de su intervención, la propia Supeco, sobre la Información financiera suministrada de Supeco, los contratos de Supeco, litigios y demás controversias, así como de los tributos, aspectos laborales y de Seguridad Social.

- **Normativa del Mercado de Valores**

Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe se comprometieron a colaborar con Carrefour y a proporcionarle toda aquella información que ésta les solicite a los efectos de cumplimentar con todas las obligaciones que se derivan de la normativa del Mercado de Valores en España.

II.1.2 Acuerdos de realización de la Oferta Pública de Venta.

No aplicable, por no constituir esta emisión un supuesto de oferta pública de venta de valores, al estar destinadas las Nuevas Acciones a los dos únicos socios de Supeco, las sociedades de nacionalidad francesa Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, sociedades que directa e indirectamente están controladas por la sociedad francesa Carrefour, S.A., por lo que ésta última aumentará su participación, de forma indirecta en Carrefour.

II.2. Información sobre requisitos y acuerdos previos para la admisión a cotización.

La Junta de Carrefour de 28 de noviembre de 2001, adoptó entre otros, el acuerdo de solicitar la admisión a cotización de las nuevas acciones de Carrefour en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, para su negociación a través del Sistema de Interconexión Bursátil Español (Mercado Continuo).

Los requisitos previos para la admisión a negociación oficial en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona y la contratación en el Mercado Continuo son básicamente los siguientes:

- (i) Otorgamiento de la correspondiente escritura pública de aumento de capital e inscripción de la misma en el Registro Mercantil.
- (ii) Depósito de una copia de la escritura pública del aumento de capital, una vez inscrita en el Registro Mercantil, en el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores ("SCLV"), en la CNMV y en las Sociedades Rectoras de las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, y práctica de la primera inscripción de las acciones objeto del aumento de capital en el registro contable del SCLV.
- (iii) Verificación por la CNMV de los documentos y requisitos necesarios, para solicitar a las Sociedades Rectoras de las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona la admisión a negociación oficial de las acciones objeto del aumento de capital.
- (iv) Acuerdo de admisión a cotización de las acciones objeto del aumento de capital en las mencionadas Bolsas de Valores, adoptado por sus respectivas Sociedades Rectoras.

Se hace constar, que el presente Folleto Informativo de emisión de las Nuevas Acciones de Carrefour, servirá para la verificación de la admisión a cotización en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, de conformidad con el artículo 32 de la Ley del Mercado de Valores y el

apartado tercero de la Disposición adicional primera del Real Decreto 291/1992 de 27 de marzo, sobre emisiones y ofertas públicas de venta de valores, según redacción dada por el Real Decreto 2590/1998, de 7 de diciembre, sobre emisiones y ofertas públicas de venta de valores.

II.3. Autorización administrativa

La presente ampliación de capital acordada con objeto de atender el canje de participaciones de Supeco, no requiere autorización administrativa previa, estando únicamente sujeta a la verificación y registro de este Folleto y documentación complementaria por la Comisión Nacional del Mercado de Valores.

Se hace constar que la presente operación no requiere autorización del Servicio de Competencia, al no tratarse de una operación de concentración, ya que no supone un cambio de control de Supeco, que seguirá perteneciendo al Grupo Carrefour Francia.

II.4. Evaluación del riesgo inherente a los valores o al emisor.

No se ha realizado evaluación alguna del riesgo inherente al Emisor ni a las Nuevas Acciones por ninguna entidad calificadora.

II.5. Variaciones sobre el régimen legal típico de los valores que se remiten.

El régimen legal aplicable a las Nuevas Acciones es el contenido en la Ley de Sociedades Anónimas y disposiciones concordantes. No existen variaciones sobre el régimen legal típico previsto en los citados textos legales.

II.6. Características de los valores:

II.6.1 Naturaleza y denominación de los valores que se ofrecen, con indicación de su clase y serie.

Las Nuevas Acciones pertenecen a una única clase y serie y son acciones ordinarias de 0,60 euros de valor nominal cada una. Sus derechos serán los mismos que los de las acciones existentes. Las Nuevas Acciones se considerarán desembolsadas en su totalidad (nominal más prima de emisión) mediante la aportación de 23.964.220 participaciones sociales de Supeco.

II.6.2 Forma de representación.

Todas las acciones existentes de Carrefour están representadas actualmente por medio de anotaciones en cuenta, estando el S.C.L.V., con domicilio en C/Orense, 34, junto con sus Entidades Adheridas, encargado de la llevanza del registro contable. Las Nuevas Acciones se representarán igualmente por medio de anotaciones en cuenta cuyo registro contable será igualmente llevado por el S.C.L.V., junto con sus Entidades Adheridas.

II.6.3 Importe Global de la Emisión.

El importe global nominal de la ampliación de capital a realizar por Carrefour, para atender el canje de participaciones sociales de Supeco es de 13.386.909 euros. Este aumento de capital se realizará mediante la emisión y puesta en circulación de 22.311.515 acciones de 0,60 euros de valor nominal cada una, con iguales derechos y características que las que ya se hallan en circulación.

Las Nuevas Acciones se adjudicarán en su totalidad las sociedades de nacionalidad francesa Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, únicos socios de Supeco, tal y como se describe a continuación:

- Comptoirs Modernes, S.A. suscribirá veintidós millones treinta y dos mil cuatrocientas sesenta y cuatro (22.032.464) acciones ordinarias, representadas por anotaciones en cuenta, de 0,60

euros nominales cada una, que se desembolsarán en su integridad mediante la aportación no dineraria descrita de veintitrés millones seiscientas sesenta y cuatro mil cuatrocientas noventa y nueve

(23.664.499) participaciones de Supeco, de 6 euros y un céntimo de euro de valor nominal, numeradas correlativamente del 1 al 23.664.499 ambos inclusive.

- Comptoirs Modernes Direction Groupe suscribirá doscientas setenta y nueve mil cincuenta y una (279.051) acciones ordinarias, representadas por anotaciones en cuenta, de 0,60 euros nominales cada una, que se desembolsarán en su integridad mediante la aportación no dineraria de doscientas noventa y nueve mil setecientas veintiuna (299.721) participaciones de Supeco, numeradas correlativamente del 23.664.500 al 23.964.220 ambos inclusive.

Las acciones se emitirán con una prima de emisión de 5,45694485 euros por acción.

En consecuencia el importe efectivo de la ampliación, teniendo en cuenta la prima de emisión, será de 135.139.616 euros. Las 22.311.515 Nuevas Acciones de Carrefour se considerarán íntegramente desembolsadas mediante la aportación de las 23.964.220 participaciones sociales representativas del 100 por 100 del capital social de Supeco.

II.6.4 Número de valores y proporción sobre el capital. Justificación de la relación de canje

El número de Nuevas Acciones a emitir será de 22.311.515 acciones de 0,60 euros de valor nominal cada una, con una prima de emisión de 5,45694485 euros por acción, de lo que resulta un tipo de emisión por acción de 6,05694485 euros.

Dicho tipo de emisión es superior al valor teórico contable de las acciones de Carrefour tomando como base el último balance consolidado al 31 de diciembre de 2000 (que es de 5,3241885 euros por acción), tal y como ha confirmado el Auditor de la Sociedad en su informe complementario al informe relativo al artículo 159 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas de 22 de noviembre de 2001, que se adjunta como Anexo 4 al presente Folleto Informativo.

La conclusión del informe especial sobre exclusión del derecho de suscripción preferente, en el supuesto del artículo 159 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, emitido por Andersen, como auditor de cuentas de Carrefour, establece:

“Teniendo en cuenta todo lo indicado anteriormente, en nuestro juicio profesional, los factores utilizados por el Consejo de Administración de Centros Comerciales Carrefour, S.A., en la determinación del tipo de emisión de 6,05694485 euros para las nuevas acciones, están adecuadamente expuestos en su informe adjunto y justifican el tipo de emisión propuesto a la aprobación de la Junta General Extraordinaria de Accionistas, siendo el mismo superior al valor neto patrimonial correspondiente a las acciones actualmente en circulación de Centros Comerciales Carrefour, S.A.”

El porcentaje que supone la presente ampliación de capital sobre el capital social del Emisor existente antes de la misma es del 7,08%. Las Nuevas Acciones representarán el 6,61% del capital, una vez aumentado.

La determinación del importe de la ampliación de capital y de la relación de canje se ha realizado por el Consejo de Administración de Carrefour basándose, en el valor real de Supeco y Carrefour. Para la determinación del valor de mercado de ambas sociedades, tras analizar diferentes métodos de valoración, se aplicó por el Consejo de Administración el método de valoración del Descuento de Flujos de Caja, que define el valor de un negocio como el valor actual de los flujos de caja libres que el mismo generará en el futuro, descontados a una tasa determinada. En el cálculo de ambas valoraciones se han utilizado hipótesis homogéneas, si bien adaptadas a la particular situación de cada sociedad, y contrastadas estas valoraciones por el método de múltiplos de compañías cotizadas comparables y por el método de múltiplo de transacciones comparables. Asimismo, se han efectuado análisis adicionales en diferentes escenarios, y se han considerado otros parámetros de valoración que han permitido contrastar la ecuación de canje resultante.

Esta método de valoración de la Sociedad ha sido confirmado mediante el informe complementario del Auditor de la Sociedad de fecha 13 de diciembre de 2001, que se adjunta como Anexo 4 al presente Folleto Informativo.

De este procedimiento de valoración se ha obtenido una valoración de Carrefour de 3.808.144.072 euros (633.621.859.564 pesetas) resultando una valoración por acción de 12,08 euros. Se hace constar que el precio de valoración de 12,08 euros es inferior al precio de cotización de la acción medio del periodo de 3 de septiembre al 28 de septiembre de 2001, de 12,58 euros, periodo durante el cual se efectuó la valoración de la acción por Carrefour.

La valoración de Supeco es de 269.525.004 euros, (44.845.187.316 pesetas).

De esta forma la ecuación de canje se ha obtenido de la siguiente forma:

Determinación de la Ecuación de Canje	
1) Valoración Supeco	269.525.004 Euros
2) Valoración Carrefour	3.808.144.072 Euros
3) Número de participaciones de Supeco	23.964.220 participaciones
4) Número de acciones de Carrefour	315.245.880 acciones
5) Valor por participación de Supeco (1)/3))	11,25 Euros
6) Valor por acción de Carrefour (2)/4))	12,08 Euros
7) Ecuación de Canje directa (6) /5))	1,0741 Euros

La paridad más cercana a la ecuación de canje directa, que se recoge en la tabla anterior (punto 7)) es de 27 acciones de Carrefour, por cada 29 participaciones sociales de Supeco, por lo que el número de acciones de Carrefour a emitir, por la totalidad de las participaciones sociales de Supeco es de 22.311.515 acciones.

En cuanto a la prima de emisión de la ampliación de capital a realizar en Carrefour, la misma se ha obtenido en base al valor real de Supeco, de la siguiente forma:

Determinación de la prima de la ampliación de capital de Carrefour	
1) Acciones de Carrefour a emitir	22.311.515 acciones
2) Fondos propios ajustados de Supeco a 30/9/2001	135.139.616 Euros
3) Fondos propios ajustados de Supeco por acción de Carrefour (2)/1))	6,05694485 Euros
4) Valor nominal de la acción de Carrefour	0,60 Euros
5) Prima de emisión por acción (3)-4))	5,45694485 Euros

Por lo tanto, se emitirán 22.311.515 acciones de Carrefour por un importe de 13.386.909 euros, con una prima de emisión total de 121.752.707 euros, lo que supone que el importe total de la ampliación será de 135.139.616 euros.

Como se indica en los párrafos anteriores, la ecuación de canje de los valores se ha obtenido en base a los valores reales de ambas sociedades. Por tanto, el incremento de la participación de la sociedad francesa Carrefour, S.A. en Carrefour se ha realizado en base a dichos valores reales.

Ahora bien, al amparo de lo previsto en el artículo 159.1. c) de la Ley de Sociedades Anónimas, que permite a las sociedades cotizadas, acordar la emisión de nuevas acciones a cualquier precio, siempre que sea superior al valor neto patrimonial de éstas, Carrefour ha calculado el importe total (nominal más prima de emisión, que se describe anteriormente) de la ampliación de capital prevista, objeto del presente Folleto, y consiguiente aportación de participaciones sociales de Supeco, atendiendo al valor neto patrimonial de Carrefour y de Supeco, contabilizándose en sus libros por el valor neto patrimonial de Supeco.

La valoración de Supeco, ha sido confirmada mediante el informe emitido por Deloitte & Touche en su calidad de experto independiente designado por el Registro Mercantil de Madrid, que emitió con fecha 8 de noviembre de 2001 el informe que se adjunta como **Anexo 3** al presente Folleto, concluyendo lo siguiente:

“Basados en el trabajo realizado, mencionado en el apartado 3 anterior, y al objeto exclusivo de cumplir con el artículo 38 del Texto Refundido de la Ley de Sociedades Anónimas, y teniendo en cuenta los aspectos comentados en los apartados anteriores, consideramos que, en la determinación del valor atribuido por Centros Comerciales Carrefour, S.A. a la aportación no dineraria, se ha aplicado un método de valoración apropiado, sobre la base de unas previsiones de negocio posibles, y aplicando parámetros de valoración coherentes con referencias de mercado.

Asimismo, los múltiplos de valoración resultantes del método aplicado se han contrastado con múltiplos de valoración de empresas similares cotizadas y de empresas comparables de transacciones recientes.

La aplicación de este método, criterio y parámetros de valoración conduce a un rango de valores entre los que se encuentra el valor de referencia utilizado por Centros Comerciales Carrefour, S.A. de 44.800 millones de pesetas, según se explica en el apartado 4.3. Este valor se corresponde, al menos, y por tanto justifica el número, valor nominal y prima de emisión de las acciones a emitir”

El efecto de la ampliación de capital, en virtud de la relación de canje sobre el PER (Price Earning Ratio) se refleja en la siguiente tabla:

PER antes de la ampliación Carrefour	Carrefour (individual)	Carrefour (Consolidado)
Beneficio a 31 de diciembre de 2000 en miles de euros	246.259	325.574
Beneficio a 31 de diciembre de 2000 en millones de pesetas	40.974	54.171
Nº de acciones a 30/11/2001	315.245.880	315.245.880
Precio de la acción en euros a 30/11/2001	14,05	14,05
Capitalización en miles de euros a 30/09/2001	4.429.204	4.429.204
PER	17,98	13,60

PER tras de la ampliación	Carrefour (Individual)	Carrefour (Consolidado)
Beneficio a 31 de diciembre de 2000 en miles de euros	246.259	325.574
Beneficio a 31 de diciembre de 2000 en millones de pesetas	40.974	54.171
Nº de acciones a tras la ampliación	337.557.395	337.557.395
Nuevo precio por acción en euros ^(*)	14,05	14,05
Capitalización en miles de euros tras la ampliación	4.742.681	4.742.681
PER	19,25	14,56

^(*) Se ha tomado como precio el mismo que antes de la ampliación de capital (a 30/11/2001).

II.6.5 Comisiones y gastos conexos de todo tipo que obligatoriamente haya de desembolsar el suscriptor.

La emisión de las Nuevas Acciones se hará libre de gastos para el suscriptor.

II.7 Comisión por inscripción y mantenimiento de saldos por el registro contable de las acciones.

Los gastos de inscripción de esta ampliación de capital serán a cargo de la Sociedad emisora y no serán repercutibles al suscriptor de las acciones. No obstante, las entidades adheridas al S.C.L.V. que lleven las cuentas de los titulares de las acciones podrán establecer, de acuerdo con la legislación vigente, comisiones y gastos en concepto de administración de valores.

II.8 Ley de circulación de los valores, con especial mención de la existencia o no de restricciones a su libre transmisibilidad.

Los Estatutos de Carrefour no contienen restricciones a la libre transmisibilidad de las acciones representativas de su capital social, teniendo lugar dicha transmisión por transferencia contable y produciendo la inscripción de la transmisión a favor del adquirente los mismos efectos que la tradición o entrega de los valores.

Resultan de aplicación las previsiones contenidas en la Ley de Mercado de Valores y disposiciones que la desarrollan, en la Ley de Sociedades Anónimas y en el Reglamento de Bolsas Oficiales de Valores.

II.9 Mercados secundarios organizados, nacionales o extranjeros donde cotizan los valores.

Las Acciones Existentes de Carrefour cotizan en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona y se negocian a través del Sistema de Interconexión Bursátil.

Carrefour solicitará la admisión a cotización de las Nuevas Acciones en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, para su negociación a través del Sistema de Interconexión Bursátil.

Se prevé que las Nuevas Acciones sean admitidas a cotización en las mencionadas Bolsas de Valores dentro de los (diez) 10 días hábiles siguientes a la inscripción de las Nuevas Acciones como anotaciones en cuenta en el S.C.L.V.

En el caso de que se incumpliese dicho plazo, Carrefour se obliga a dar publicidad de los motivos del retraso en los Boletines de Cotización de las Bolsas de Valores, así como a comunicar dicha circunstancia a la C.N.M.V.

Se hace constar que Carrefour conoce los requisitos y condiciones que según la legislación vigente, se exigen para la admisión, permanencia y exclusión de los valores en los mercados secundarios oficiales, así como los requisitos y de sus órganos rectores, aceptando cumplirlos.

II.10 Derechos y obligaciones de los titulares de las acciones de Carrefour.

Los titulares de las Nuevas Acciones tendrán los derechos y obligaciones inherentes a la condición de accionista, recogidos en la Ley de Sociedades Anónimas y en los Estatutos del Emisor, depositados en la C.N.M.V. Tendrán derechos políticos y económicos desde la fecha de emisión.

II.10.1 Derecho a participar en el reparto de las ganancias sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación

Las Nuevas Acciones serán acciones ordinarias, pertenecientes a la misma clase y serie que las acciones actualmente existentes. En consecuencia, dichas Nuevas Acciones otorgarán a su titular el derecho a participar en el reparto de las ganancias sociales y en el patrimonio resultante de la liquidación, en los mismos términos que las acciones existentes, desde la fecha de emisión, y todo ello de acuerdo con la vigente Ley de Sociedades Anónimas y con los Estatutos Sociales.

En relación con el derecho al dividendo, las Nuevas Acciones darán derecho a sus titulares a participar en los resultados de Carrefour junto con y en las mismas condiciones que las acciones existentes, desde la fecha de emisión, por lo que no tendrán derecho a un dividendo mínimo, por ser todas ordinarias.

Los rendimientos a que den lugar las Nuevas Acciones se harán efectivos a través del S.C.L.V. o sus Entidades Adheridas y prescribirán a favor de Carrefour en el plazo de cinco años a partir del día señalado para comenzar su cobro.

II.10.2 El derecho de suscripción preferente en la emisión de Nuevas Acciones o de obligaciones convertibles en acciones

Las Nuevas Acciones concederán a sus titulares el derecho de suscripción preferente en la emisión de nuevas acciones y en la emisión de obligaciones convertibles en acciones, así como el derecho de asignación gratuita de los aumentos de capital con cargo a reservas, salvo exclusión del derecho de suscripción preferente, de acuerdo con lo previsto en la Ley.

La Junta de Carrefour de 28 de noviembre de 2001 acordó la exclusión del derecho de suscripción preferente de los actuales accionistas en la emisión de las Nuevas Acciones.

II.10.3 Derecho a asistir y votar en las Juntas Generales y el de impugnar los acuerdos sociales

Las Nuevas Acciones serán acciones ordinarias. Cada acción da derecho a un voto. El titular de las mismas gozará del derecho de asistir y votar en las Juntas Generales, así como el de impugnar los acuerdos sociales de acuerdo con el régimen general establecido en la Ley de Sociedades Anónimas.

De conformidad con lo dispuesto en los Estatutos Sociales de Carrefour, podrán asistir a las Juntas Generales de Accionistas todos los accionistas que sean titulares, al menos, de una acción y se hallen al corriente en el pago de los dividendos pasivos y, asimismo, acrediten la titularidad de sus acciones, en la forma prevista en la Ley de Sociedades Anónimas para las acciones representadas por anotaciones en cuenta, con cinco días de anticipación, cuando menos, a la fecha señalada para la celebración de la Junta General de Accionistas. Contra la expresada inmovilización, se expedirá por la Sociedad Emisora una tarjeta nominativa a favor del accionista que le otorgará el derecho de asistencia, en la que se expresará el número de acciones que haya inmovilizado.

En cuanto a los quorums necesarios para la adopción de acuerdos, los Estatutos Sociales de Carrefour establecen los mismos quorums que los previstos en la Ley de Sociedades Anónimas.

II.10.4 Derecho de información

Las Nuevas Acciones conferirán a sus titulares el derecho de información en los términos previstos en el artículo 112 de la Ley de Sociedades Anónimas.

Asimismo, los accionistas de Carrefour, gozan de aquellas especialidades que en materia de derecho de información son recogidas en el articulado de la Ley de Sociedades Anónimas de forma pormenorizada al tratar de la modificación de estatutos, ampliación y reducción de capital social, aprobación de las cuentas anuales, emisión de obligaciones convertibles o no en acciones, transformación, fusión y escisión, disolución y liquidación de la sociedad, y otros actos u operaciones societarias.

II.10.5 Prestaciones accesorias y demás privilegios, facultades y deberes que conlleva la titularidad de las acciones del Emisor

Las Nuevas Acciones serán acciones ordinarias, que no llevarán aparejadas prestaciones accesorias ni privilegios, facultades o deberes diferentes de los que atribuyen las acciones existentes.

II.10.6 Fecha en que los derechos y obligaciones del accionista comienzan a regir para las Nuevas Acciones

Conforme a lo indicado en el apartado II.6.1 anterior, los suscriptores de Nuevas Acciones serán accionistas de Carrefour en idénticos términos que los actuales accionistas de la Sociedad y gozarán, por tanto, de los derechos políticos y económicos inherentes a la condición de accionista de Carrefour, a partir de la fecha de emisión.

II.11 Solicitudes de suscripción o adquisición.

II.11.1 Colectivo de potenciales inversores a los que se ofrecen los valores

Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, suscribirán y desembolsarán íntegramente las acciones emitidas por Carrefour, mediante aportación no dineraria consistente en las participaciones sociales de Supeco. Las Nuevas Acciones serán inscritas en el S.C.L.V. y en la

Entidad Adherida correspondiente, como entidades encargadas del registro contable de las mismas, a nombre de Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe. Estas sociedades están directa e indirectamente controladas por la sociedad francesa Carrefour, S.A., por lo que ésta última aumentará su participación, de forma indirecta en Carrefour.

II.11.2 Período de suscripción

La suscripción por Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe de las acciones de Carrefour tendrá lugar de una sola vez, a partir del registro en la CNMV del presente Folleto, en el otorgamiento de la escritura de ampliación de capital.

La Junta de Carrefour de 28 de noviembre de 2001 ha facultado al Consejo de Administración así como a su Presidente, Vicepresidente y Secretario no Consejero para que cualquiera de ellos lleven a cabo las actuaciones necesarias para ejecutar el acuerdo de ampliación de capital.

II.11.3 Forma y fecha de hacer efectivo el desembolso. Entrega de las Nuevas Acciones

Se estima que el desembolso de las Nuevas Acciones, mediante la aportación de las participaciones sociales de Supeco, tendrá lugar dentro de los cinco días hábiles siguientes al de verificación de este Folleto por la C.N.M.V. El canje de las acciones se efectuará mediante presentación de las pólizas o escrituras de compraventa, ampliación de capital u otra documentación que acredite la titularidad de las participaciones sociales de Supeco ante Caja Madrid Bolsa, Sociedad de Valores y Bolsa, S.A. (en adelante "Caja Madrid Bolsa") entidad adherida al S.C.L.V., que ha sido designada por el Emisor a estos efectos.

Esta entidad adherida, actuando como entidad agente, recibirá los documentos que acrediten la titularidad de las participaciones sociales de Supeco, y llevará a cabo las demás operaciones del canje relativas a la asignación de las correspondientes acciones de nueva emisión de Carrefour, todo ello de acuerdo con lo dispuesto en el Real Decreto 116/1992 de 14 de febrero sobre representación de valores por medio de anotaciones en cuenta y compensación y liquidación de operaciones bursátiles y en la Ley de Sociedades Anónimas.

Una vez inscrito en el Registro Mercantil de Madrid el aumento de capital social de Carrefour se presentará en el Servicio de Compensación y Liquidación de Valores (S.C.L.V.), copia autorizada de la correspondiente escritura.

La entrega de las Nuevas Acciones a los socios de Supeco, se realizará de forma automática por el S.C.L.V., una vez comunicada por Caja Madrid Bolsa, la identidad de los socios de Supeco. El S.C.L.V. emitirá las correspondientes referencias de registro y lo comunicará a la Entidad Adherida.

De conformidad con lo previsto en el Real Decreto 116/1992, sobre representación de valores por medio de anotaciones en cuenta y liquidación de operaciones bursátiles, el S.C.L.V. procederá a la inscripción de las Nuevas Acciones emitidas por Carrefour como anotaciones en cuenta a favor de los socios de Supeco.

II.12 Derechos de suscripción preferente.

La Junta de Carrefour de 28 de noviembre de 2001 acordó la exclusión del derecho de suscripción preferente para los actuales accionistas de Carrefour, en la emisión de las Nuevas Acciones.

El acuerdo adoptado por la Junta de Carrefour de 28 de noviembre de 2001, relativo al derecho de suscripción preferente, establece literalmente lo siguiente:

"Primera propuesta.- Ampliar el capital social de la Compañía excluyendo expresamente el derecho de suscripción preferente, mediante la creación y puesta en circulación de 22.311.515 acciones de 0,6. – euros de valor nominal números 315.245.881 al 337.557.395, ambos inclusive, con una primera de emisión de 5,45694485 euros cada una de ellas. Así el valor nominal de las nuevas acciones emitidas es de 13.386.909 euros y la prima de emisión total es de 121.752.707 – euros, lo que hace un total de nominal y prima de 135.139.616- euros.

Por tanto se propone ampliar la cifra de capital social en 13.386.909 euros.

Dichas nuevas acciones se emiten con la única finalidad de que las mismas sean íntegramente suscritas y desembolsadas por las sociedades francesas COMPTOIRS MODERNES, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe mediante la entrega y aportación no dineraria de la totalidad de las participaciones sociales representativas del capital social de la compañía GRUP SUPECO MAXOR, S.L., esto es de 23.964.220 participaciones de 6,01 euros de valor nominal cada una. Las nuevas acciones serán suscritas por las mencionadas compañías de forma proporcional a su participación en el capital social de GRUP SUPECO MAXOR, S.L. y desembolsadas por los socios de esta última sociedad mediante la referida aportación no dineraria.

Las nuevas acciones emitidas atribuirán a sus titulares plenos derechos políticos y los mismos derechos económicos que las acciones emitidas, desde el momento de la suscripción.

Se hace constar que los efectos requeridos por la ley se ha puesto a disposición de los señores accionistas tanto el informe de valoración emitido por la compañía Deloitte & Touche, en su calidad de experto independiente designado por el Registro Mercantil de Madrid a los efectos de dar cumplimiento a lo establecido en el artículo 38 de la Ley de Sociedades Anónimas, como el preceptivo informe de los administradores elaborado por el Consejo de Administración de la Compañía, así como el informe de los Auditores sobre el valor real de las acciones de la Compañía.”

II.13 Colocación y adjudicación de las nuevas acciones

II.13.1 Entidades que intervienen en la suscripción y canje de las Nuevas Acciones

La entidad que intervendrá en el canje de las participaciones sociales de Supeco por acciones de Carrefour, será Caja Madrid Bolsa, con domicilio a estos efectos en la calle Serrano nº 39, 28001 Madrid.

No existe colocación o comercialización de valores en la emisión objeto de este Folleto, por tratarse de una ampliación de capital dirigida, exclusivamente, a los socios de Supeco, Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, sociedades que directa e indirectamente están controladas por la sociedad francesa Carrefour, S.A., por lo que ésta última aumentará su participación, de forma indirecta en Carrefour.

II.13.2 Entidad Directora de la emisión

No interviene Entidad Directora alguna.

II.13.3 Entidades aseguradoras

La presente emisión no está asegurada.

II.13.4 Prorrateo

No existirá prorrateo, dadas las características de la emisión.

II.14 Terminación del proceso

II.14.1 Transcripción literal de la previsión acordada para el caso de no suscripción íntegra

Está previsto que Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe suscriban y desembolsen íntegramente las 22.311.515 Nuevas Acciones objeto del presente Folleto, por ello, no se prevé en los acuerdos de la Junta de Carrefour de 28 de noviembre de 2001 la suscripción incompleta de la presente ampliación de capital.

II.14.2 Plazo y forma de entrega de los certificados definitivos de las Nuevas Acciones

Las Nuevas Acciones estarán representadas mediante anotaciones en cuenta. Tan pronto como la escritura de aumento de capital esté inscrita en el Registro Mercantil de Madrid y sea depositada copia de la misma en el SCLV, y en las Sociedades Rectoras de las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, las Nuevas Acciones serán inscritas en los registros contables a cargo del S.C.L.V., y de las Entidades Adheridas. La entrega de las Nuevas Acciones se producirá mediante su inscripción en dichos registros a nombre de sus titulares.

Los nuevos accionistas tendrán derecho a obtener de las entidades adheridas en las que se encuentren registradas las Nuevas Acciones, certificados de legitimación correspondientes a dichas acciones, de conformidad con lo dispuesto en el Real Decreto 116/1992, de 14 de febrero.

II.15 Gastos del proceso

Los gastos estimados del proceso son los que se indican a continuación, con carácter meramente indicativo, dada la dificultad de precisar su importe definitivo a la fecha de elaboración del presente Folleto:

	(En pesetas)	(En euros)
Tasas C.N.M.V. (Emisión y Admisión)	378.655	2.275,76
Tarifas y cánones del S.C.L.V.	674.560	4.054,19
Gastos de admisión a cotización	22.485.238	135.139,00
Otros gastos (Notaría, Registros, asesoramiento legal y financiero, informes de experto independiente, publicidad, imprenta,...)	30.000.000	180.303,63
Total	53.538.453	321.772,58

Los gastos del proceso suponen aproximadamente el 2,40% del importe nominal de la ampliación de capital. Todos los gastos del proceso correrán a cargo de Carrefour.

II.16 Régimen fiscal aplicable a la operación de ampliación de capital

Se facilita a continuación un breve extracto del régimen fiscal aplicable a las inversiones que se deriven de la ampliación de capital objeto del presente Folleto, a cuyo efecto se tiene en cuenta exclusivamente la legislación estatal vigente y los aspectos de carácter general que puedan afectar a los inversores, así como el destino de la ampliación de capital de Carrefour a los dos únicos socios de Supeco.

Estos deberán tener en cuenta tanto sus posibles circunstancias fiscales especiales, como la legislación vigente en el momento de la obtención, y declaración de las rentas correspondientes.

II.16.1 Régimen fiscal de la ampliación de capital por canje de valores

La ampliación de capital por canje de valores que se describe en el presente folleto cumple los requisitos previstos en el artículo 97.5 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades para acceder al

régimen fiscal especial regulado en el Capítulo VIII del Título VIII de dicha Ley, mediante el cumplimiento de las formalidades correspondientes.

Dicho régimen fiscal, regulado fundamentalmente en el artículo 101 de la Ley del Impuesto sobre Sociedades, tiene las siguientes peculiaridades:

- (a) No se integrarán en la base imponible Impuesto sobre Sociedades españoles las rentas que se obtengan con ocasión del canje.
- (b) Las acciones de Carrefour que obtengan los socios de Supeco, se valorarán, a efectos fiscales, por el valor de las entregadas, determinado con arreglo a las normas del Impuesto sobre Sociedades. Este valor será el que se tenga en cuenta para determinar la ganancia o pérdida en futuras transmisiones. Los valores adquiridos como consecuencia del canje conservarán la antigüedad de los entregados a efectos fiscales.
- (c) En el caso de que el socio que haya acudido al canje pierda la condición de residente en la Unión Europea, se integrará en la base imponible del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas o sobre Sociedades del período en que se produzca dicha circunstancia, la diferencia entre el valor de mercado de las acciones y el valor mencionado en el apartado b) corregido, en su caso, en el importe de las pérdidas que hayan sido fiscalmente deducibles.
- (d) Los valores de Supeco que reciba Carrefour se valorarán por el valor que tenían en el patrimonio de los socios que efectúan la aportación según las normas del Impuesto sobre Sociedades.

II.16.2 Régimen fiscal aplicable a la adquisición de los valores:

La adquisición de los valores objeto de la presente Oferta está exenta del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados y del Impuesto sobre el Valor Añadido, de acuerdo con el artículo 108 de la Ley del Mercado de Valores.

II.16.3 Régimen fiscal aplicable a los rendimientos y a la transmisión de los valores:

II.16.3.1 Inversores residentes en España:

En el caso de transmisión de las acciones objeto de la ampliación de capital, los futuros adquirentes deberán tener presente las normas de los siguientes impuestos:

- Ley del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas y otras Normas Tributarias de 9 de diciembre de 1998 (Ley del I.R.P.F.).
- Ley 43/1995 de 27 de diciembre, del Impuesto sobre Sociedades (Ley del I.S.).
- Reales Decretos 214/1999, de 5 de febrero y 537/1997, de 14 de abril, sobre retenciones en cuenta.
- Ley 19/1991 del Impuesto sobre el Patrimonio.
- Ley 29/1987 y Real Decreto 169/1991 del Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.

II.16.3.1 Inversores no residentes a efectos fiscales en España.

Los socios actuales de Supeco en cuanto entidades no residentes a efectos fiscales en España, deberán tener presente el siguiente régimen:

- (A) Impuesto sobre la Renta de no Residentes.

Las rentas obtenidas por los titulares de las acciones que tengan la condición de contribuyentes por el Impuesto sobre la Renta de no Residentes, tanto por el concepto de dividendos, como con motivo de la transmisión de las mismas, tendrán la consideración de rentas obtenidas en España, con o sin establecimiento permanente, en los términos de la Ley 41/1998, de 9 de diciembre, del Impuesto sobre la Renta de no Residentes y Normas Tributarias.

Se deben tener en cuenta las particularidades de cada sujeto pasivo y las que puedan resultar de los convenios internacionales suscritos entre España y otros países para evitar la doble imposición.

(B) Impuesto sobre Sucesiones y Donaciones.

Las sociedades no son sujetos pasivos de este impuesto y las rentas que obtengan de esta fuente deben tributar, de acuerdo con las normas del Impuesto sobre la Renta de no Residentes, como ganancias patrimoniales, y por el valor de mercado de las acciones adquiridas.

II.17 Finalidad de la operación

Los objetivos perseguidos a través de la operación proyectada, descrita en el presente folleto, ya expuestos por el Consejo de Administración de Carrefour en su Informe de fecha 7 de noviembre de 2001 son, fundamentalmente:

- (i) La reorganización de la estructura del Grupo Carrefour Francia en España, integrando en la organización societaria de Carrefour, los distintos supermercados titularidad de SUPECO, que, en la actualidad ya pertenecen de manera indirecta al Grupo Carrefour Francia.
- (ii) Desarrollar los distintos formatos que está exigiendo la moderna distribución, entre ellos el formato “supermercado” y ello de una manera uniforme en el mercado español. En este sentido y con esta integración bajo la enseña de “CHAMPION” se culminaría la unión operativa y la gestión uniforme de todos los supermercados que pertenecen directa o indirectamente al Grupo Carrefour Francia, en España, dando lugar a uno de los principales operadores en el mercado español en un formato de distribución que, en la actualidad, está obteniendo los mayores incrementos de cuota de mercado.

Adicionalmente, se obtendrán, mediante la integración de Supeco en el Grupo Carrefour, sinergias operativas derivadas de la unificación y homogeneización de los sistemas de información tanto en los aspectos comerciales; una optimización en la utilización de los recursos del grupo; mejoras en las condiciones de compra como consecuencia de la homogeneización del surtido de todos los supermercados del grupo; una mejora de la rentabilidad del negocio, así como unificar la dirección en España del formato “supermercado” del Grupo Carrefour.

II.18 Datos relativos a la negociación de las acciones de Carrefour previamente admitidas a cotización en Bolsa.

II.18.1 Número de acciones por clases y valor nominal admitidas a negociación bursátil en la fecha de elaboración del presente Folleto

A la fecha del presente Folleto, se encuentran admitidas a negociación en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, negociadas a través el Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo), la totalidad de las acciones representativas del capital de Carrefour, es decir, 315.245.880 acciones, de una única clase y serie.

A la fecha del presente Folleto, las participaciones sociales de Supeco no están admitidas a cotización en ninguna bolsa de valores.

Está previsto que se admitan a cotización en las Bolsa de Valores de Madrid y Barcelona, a través del Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) la totalidad de las Nuevas Acciones de Carrefour.

II.18.2 Evolución de la contratación y de las cotizaciones de Carrefour en los ejercicios 1999, 2000 y los meses transcurridos de 2001

Los datos que figuran a continuación se refieren a la negociación en el Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo) de las acciones de Carrefour.

Año 1999	Nº de acciones negociadas	Nº días cotizados	Acciones negociadas por día		Cotizaciones (en euros)	
			Máximo	Mínimo	Máximo	Mínimo
Enero	9.699.786	19	1.129.112	271.275	27,05	18,03
Febrero	7.002.014	20	1.116.371	125.455	22,50	20,56
Marzo	6.212.363	23	905.893	91.662	21,20	18,16
Abril	4.478.506	19	367.164	136.131	20,20	17,30
Mayo	7.035.278	21	769.163	119.098	17,75	16,14
Junio	3.628.608	22	336.503	75.826	17,57	16,10
Julio	6.143.538	22	741.952	83.018	17,49	14,41
Agosto	8.942.832	22	2.432.774	70.935	19,70	14,22
Septiembre	13.050.470	22	1.578.725	102.280	20,00	17,56
Octubre	5.467.098	20	599.722	133.573	18,35	15,35
Noviembre	15.555.627	21	9.645.252	169.663	18,84	16,65
Diciembre	12.774.314	19	3968.353	210.548	17,50	15,20
Total	99.990.434	250	9.645.252	70.935	27,05	14,22

Fuente: Bolsa de Madrid

Año 2000	Nº de acciones negociadas	Nº días cotizados	Acciones negociadas por día		Cotizaciones (en euros)	
			Máximo	Mínimo	Máximo	Mínimo
Enero	10.993.080	20	910.357	24.444	16,55	12,75
Febrero	11.811.060	21	1.619.339	252.715	16,14	12,67
Marzo	13.583.793	23	1.178.922	220.087	14,80	12,70
Abril	6.706.888	18	877.761	174.221	13,84	12,51
Mayo	13.666.134	22	1.706.374	230.187	14,72	12,80
Junio	14.249.330	22	1.464.551	240.944	15,50	14,00
Julio	7.660.786	21	1.466.468	111.736	15,58	13,20
Agosto	6.181.300	23	567.927	16.046	15,40	13,26
Septiembre	12.769.401	21	1.453.055	115.704	15,49	13,52
Octubre	15.752.577	21	2.534.664	148.590	15,74	14,10
Noviembre	13.046.945	21	1.452.732	190.415	15,12	12,35
Diciembre	11.413.969	17	1.661.048	248.520	13,50	10,50
Total	137.835.263	250	2.534.664	16.046	16,55	10,50

Fuente: Bolsa de Madrid

Año 2001	Nº de acciones negociadas	Nº días cotizados	Acciones negociadas por día		Cotizaciones (en euros)	
			Máximo	Mínimo	Máximo	Mínimo

Enero	15.652.674	22	3.488.289	154.166	13,49	11,60
Febrero	7.540.540	20	816.186	114.715	14,52	13,10
Marzo	10.306.297	22	1.417.139	96.965	15,00	13,11
Abril	9.466.621	19	1.198.302	225.604	17,33	14,75
Mayo	7.047.342	22	707.289	148.008	16,99	14,84
Junio	9.249.641	21	1.242.826	108.357	16,45	15,11
Julio	21.904.512	22	5.387.755	108.251	16,40	13,75
Agosto	6.306.342	22	745.589	86.831	16,00	14,25
Septiembre	14.662.066	20	2.062.486	170.832	14,30	10,35
Octubre	5.284.539	22	455.222	120.159	14,00	12,82
Noviembre	8.670.201	22	1.409.162	110.128	14,63	13,26
Total	116.090.775	234	5.387.755	86.831	17,33	10,35

Fuente: Bolsa de Madrid

II.18.3 Resultados y dividendos por acción

Tabla II.18.3 Carrefour y su Grupo Consolidado:

Carrefour Individual:

PESETAS (1)	31/12/00	31/12/99	31/12/98
Beneficio individual ejercicio (MMPTas)	40.974	18.312	19.789
Capital fin ejercicio (MM Ptas)	31.472	18.893	18.925
Nº de acciones fin ejercicio	315.245.880	189.245.880	189.245.880
	0		
Beneficio individual por acción (Ptas)	130	97	105
PER individual (al cierre del ejercicio)	14,97	26,67	42,7
Pay-out individual (%)	52,48%	55,02%	66,94%
Cotización en Ptas a cierre de ejercicio	1.947	2.581	4.400

Fuente: Carrefour

(1) Los datos de los ejercicios cerrados al 31 de diciembre de 1998 y 1998 pertenecen a Centros Comerciales Pryca, S.A. y los cerrados al 31 de diciembre de 2000 a Centros Comerciales Carrefour, S.A.

Grupo Consolidado:

PESETAS (1)	31/12/00	31/12/99	31/12/98
Beneficio consolidado (MMPTas)	54.171	20.139	20.638
Capital fin ejercicio (MM Ptas)	31.472	18.893	18.925
Nº de acciones fin ejercicio	315.245.880	189.245.880	189.245.880
	0		
Beneficio consolidado por acción (Ptas)	172	106	109
PER Consolidado (al cierre del ejercicio)	11,3	24,3	40,3
Pay-out consolidado (%)	39,70%	50,03%	64,19%
Cotización en Ptas a cierre de ejercicio	1.947	2.581	4.400

Fuente: Carrefour

(1) Los datos de los ejercicios cerrados al 31 de diciembre de 1998 y 1998 pertenecen a Centros Comerciales Pryca, S.A. y los cerrados al 31 de diciembre de 2000 a Centros Comerciales Carrefour, S.A.

II.18.4 Variaciones del capital de Carrefour realizadas durante los tres últimos ejercicios cerrados y el ejercicio contable

Véase epígrafe III.3.4.

II.18.5 Acciones de Carrefour no admitidas a negociación en Bolsa

Carrefour tiene todas las acciones representativas de su capital social admitidas a negociación en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, negociadas a través del Sistema de Interconexión Bursátil. Carrefour solicitará la admisión a cotización de las Nuevas Acciones en la Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, para su negociación a través del Sistema de Interconexión Bursátil.

II.18.6 Valores emitidos por Carrefour que hayan sido objeto de oferta pública de adquisición de valores

No se ha realizado ninguna Oferta Pública de Adquisición sobre las acciones de Carrefour.

II.19 Participantes en la confección del folleto informativo.

II.19.1 Personas que han participado en el diseño y/o asesoramiento de la ampliación

Han participado en el diseño o asesoramiento de la presente operación las siguientes entidades:

- Garrigues & Andersen, abogados de Carrefour.
- Andersen, auditores de Carrefour.
- Caja Madrid Bolsa, entidad agente.
- Deloitte & Touche, S.A., experto independiente designado por el Registro Mercantil de Madrid.

II.19.2 Declaración de Carrefour sobre su vinculación o intereses económicos de los expertos y/o asesores con Carrefour o con entidades controladas por ésta

Carrefour no tiene constancia de que exista vinculación de ningún tipo (derechos políticos, laborales, familiares, etc.) o interés económico alguno entre Carrefour o alguna entidad controlada por ésta y el resto de las entidades mencionadas en el apartado II.19.1 distinta de la estrictamente profesional, relacionada con la auditoría, asesoría legal y financiera.

Capítulo III

El Emisor y su Capital

CAPÍTULO III.- EL EMISOR Y SU CAPITAL

III.1. Identificación y su objeto social

III.1.1. Denominación social. Código de Identificación Fiscal. Domicilio Social.

La denominación social del emisor es “Centros Comerciales Carrefour, S.A.”.

Centros Comerciales Carrefour, S.A. está domiciliada en Madrid, Calle Campezo, nº 16, Polígono Las Mercedes 28022.

El Código de Identificación Fiscal de la Sociedad es A-28425270.

III.1.2. Objeto social.

El artículo 2 de los Estatutos Sociales de Centros Comerciales Carrefour, que a continuación se transcribe, establece el siguiente objeto social:

“Artículo 2º.- La sociedad tiene por objeto:

- a) *El comercio al por mayor y al por menor de toda clase de mercancías de lícito comercio, incluyendo los actos necesarios para su venta, adquisición, importación y exportación, y, en particular, la explotación de hipermercados y otros establecimientos de venta al público.*
- b) *La construcción y explotación de centros comerciales y galerías comerciales en el más amplio sentido.*
- c) *La promoción, creación y constitución de sociedades comerciales en general y muy especialmente las que se dediquen a negocios de venta al por menor de grandes superficies conocidas como “hipermercados”.*
- d) *La dirección, gestión y prestación de asistencia técnica a las anteriores sociedades a que se refiere el apartado anterior y participación en sus capitales.*
- e) *Realizar operaciones patrimoniales, adquirir, vender y arrendar bienes muebles e inmuebles; adquirir ostentar y vender valores, así como llevar a cabo operaciones financieras, con excepción de aquellas actividades de las antes expresadas que estén reservadas por Ley a entidades específicas, tales como Entidades de Financiación, de Arrendamiento Financiero, Sociedades de Inversión Colectiva, Sociedades y Agencias de Valores y demás.*

Las actividades relacionadas podrán asimismo desarrollarse la Compañía total o parcialmente de modo directo, a través de participaciones en otras sociedades de idéntico o análogo objeto al expresado en los párrafos anteriores”.

La actividad principal de Carrefour se encuadra en el epígrafe 52.111 de la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (C.N.A.E.), correspondiente a “Comercio al por menor en Hipermercados”.

III.2. Informaciones legales :

III.2.1. Fecha y forma de constitución de la Sociedad emisora. Datos de su inscripción en el Registro Mercantil. Duración de la Sociedad.

Constitución y denominación

Centros Comerciales Carrefour, S.A., se constituyó el día 14 de abril de 1.976, bajo la denominación "Promotora de Hipermercados, S.A." en Escritura otorgada ante el Notario de Madrid, D. José Manuel de la Puente Menéndez, con el número 888 de su protocolo, y fue inscrita en el Registro Mercantil de Madrid el día 14 de Mayo de 1.976, al Tomo 4.100 general, Libro 3.326 de la Sección 3ª, Folio 119, Hoja nº M 31.842, inscripción 1ª.

En virtud de acuerdo adoptado en la Junta General Extraordinaria de Accionistas celebrada el día 7 de abril de 1.987, la citada sociedad cambió su denominación por la de Hipermercados Pryca, S.A., mediante escritura otorgada el día 11 de mayo de 1.987, ante el Notario de Madrid, D. Juan Manuel de la Puente Menéndez, con el nº 1.092 de su protocolo. Dicha escritura fue inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 7.503 general, 6.473 de la Sección 3ª del Libro de Sociedades, Folio 4, Hoja nº 31.842, inscripción 148º.

Como consecuencia del proceso de fusión por absorción por Hipermercados Pryca, S.A. de las entidades Hiper Majadahonda, S.A., Hiper puerto, S.A., Hiper Córdoba, S.A, Hiper Tarrasa, S.A, Comer Center, S.A, Hiper Murcia, S.A, Ibérica de Hipermercados, S.A, Pryca Levante, S.A, Almar, S.A, Hiper Málaga, S.A y Grandes Superficies, S.A. y en virtud de acuerdo adoptado en la Junta General Extraordinaria de Accionistas de fecha 16 de Julio de 1.990, se procedió nuevamente a cambiar la denominación social por la de Centros Comerciales Pryca, S.A., mediante Escritura otorgada el día 27 de Julio de 1.990, ante el Notario de Madrid, D. Francisco Echavarri Lomo, con el nº 1.144 de su protocolo. Dicha escritura fue inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 10.311 general, 8.849 de la Sección 3ª del Libro de Sociedades, Folio 49, Hoja nº 31.842, inscripción 216.

La Sociedad Emisora adaptó sus Estatutos Sociales a lo previsto en la nueva Ley de Sociedades Anónimas, Texto Refundido de 27 de noviembre de 1.989, mediante Escritura otorgada el día 10 de Septiembre de 1.990, ante el Notario de Madrid, D. Francisco Echavarri Lomo, con el nº 1.277 de su protocolo, la cual fue debidamente inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, el día 9 de octubre de 1.990, al Tomo 317, Libro 3.336, Folio 25, Sección 8ª del Libro de Sociedades, Hoja nº M 6.318, Inscripción 217ª.

Mediante Escritura otorgada el día 1 de octubre de 1.996, ante el Notario de Madrid, D. Francisco Echavarri Lomo, con el nº 1.889 de su protocolo, Centros Comerciales Pryca, S.A. se fusiona con las entidades Tejavana Uno, S.A, Telfinca, S.A, Inversiones Ro, S.A, Inversiones Finvisa, S.A Y Cofinal, S.A., mediante la absorción por la primera de las expresadas sociedades. Dicha Escritura consta inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 8.172 de la Sección 8ª del Libro de Sociedades, Folio 37, Hoja nº M-6318, inscripción 511º.

Como consecuencia del proceso de fusión con la sociedad "Centros Comerciales Continente, S.A.", el pasado 26 de septiembre de 2000, la compañía cambió su denominación por la actual de Centros Comerciales Carrefour, S.A., mediante escritura otorgada el 26 de septiembre de 2000, ante el Notario de Madrid, D. Francisco Echavarri Lomo, con el número 2.423 de su protocolo, e inscrita en el Registro Mercantil de Madrid al Tomo 14.654 de la Sección 8ª del Libro de Sociedades, Folio 7, Hoja nº M-6318, inscripción 618.

Duración de la Sociedad

La Sociedad dio comienzo a sus operaciones en el mismo día de su constitución, estableciéndose en el Art. 4 de sus Estatutos Sociales que su duración es indefinida.

Inscripción en el Registro Mercantil de Madrid

Carrefour se encuentra inscrita en el Registro Mercantil de Madrid, al Tomo 14.654 de la Sección 8ª del Libro de Sociedades, Folio 7, Hoja nº M-6318.

Lugares donde puede consultarse la documentación más relevante

Los Estatutos Sociales, estados contables y financieros, y cualquier otro documento relativo a la Sociedad de los que se citan en este Folleto pueden ser consultados en el domicilio social en Madrid, Calle Campezo, nº 16, Polígono Las Mercedes 28022. También pueden consultarse todos los documentos legales objeto de inscripción en el Registro Mercantil de Madrid, en la Comisión Nacional del Mercado de Valores y en las oficinas de la sociedad en Alcobendas (Madrid), Carretera de Burgos, Km.14,500.

III.2.2. Forma jurídica y legislación especial aplicable

Carrefour tiene carácter mercantil y reviste la forma de Sociedad Anónima. En consecuencia, se rige por la normativa aplicable a dichas sociedades, particularmente por la Ley de Sociedades Anónimas y por la legislación del Mercado de Valores.

Además, y con carácter general, el Grupo Carrefour está sometido en el desarrollo de sus actividades principales a la legislación sobre distribución. En España el sector de la distribución minorista ha sufrido un importante proceso de reorganización en los últimos años motivado, fundamentalmente, por la incorporación de nuevas tecnologías y formas de venta, así como por el complejo entramado de normas que regulan actualmente el ejercicio de la actividad comercial. Este entramado normativo se caracteriza por su gran complejidad dada la concurrencia de legislaciones de carácter estatal y de múltiples leyes autonómicas en materia de comercio interior, lo que obligó a un esfuerzo legislativo de sistematización y adecuación a la realidad de los mercados que se ha materializado con la entrada en vigor de la Ley 1/1.996, de Ordenación del Comercio Minorista.

La actividad comercial, considerada en un sentido amplio, abarca una multitud de aspectos jurídicos que van desde la regulación de la figura del empresario a la determinación de las condiciones de ejercicio de la actividad, pasando por los tipos de actividad a desarrollar, la publicidad, libre circulación de mercancías, competencia, fijación de precios, pago a proveedores, modalidades de venta, autorizaciones administrativas para ejercer el comercio, autorizaciones administrativas para la implantación de Grandes Superficies, régimen de horarios y de apertura de los establecimientos comerciales, etc.

Las transacciones entre comerciantes y consumidores estaban hasta hace no mucho tiempo reguladas además de por el Código Civil y Código de Comercio-, por normas dictadas en el marco de la nueva ordenación económica impuesta por la Constitución Española de 1.975 - véanse normas tales como la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 1.984, Ley General de Publicidad de 1.988, Ley de Defensa de la Competencia de 1.981, Ley de Competencia Desleal de 1.991, entre otras.

En materia de horarios comerciales se ha pasado de la liberalización total establecida en el Real Decreto-Ley 2/1.985, de 30 de Abril, sobre Medidas de Política Económica, a una política restrictiva establecida en el Real Decreto Ley 22/1.993, de 29 de diciembre; restricción ésta que se mantendrá, en virtud de lo establecido en la Ley 2/1.996, complementaria de la de Ordenación del Comercio

Minorista, al menos hasta este año 2.001, fecha a partir de la cual y al amparo de los establecido en los Arts. 2 y 3 de la precitada norma, se procederá nuevamente y de forma paulatina, a medida que el Gobierno y las Comunidades Autónomas así lo acuerden para su respectivo territorio, a la liberalización mas absoluta en materia de horarios y régimen de apertura de los establecimientos comerciales, proceso éste de liberalización que culminará con la aplicación del mismo en todo el territorio nacional. En este sentido, señalar que el citado Artículo 2 de la Ley 2/1.996, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista, establece: *“Cada comerciante determinará, con plena libertad y sin limitación legal alguna en todo territorio del Estado, el horario de apertura y cierre de sus establecimientos comerciales de venta y distribución de mercancías, así como los días festivos o no, y el número de horas diarias o semanales en los que se desarrollará su actividad”*.

Asimismo, el Real Decreto-Ley 6/2.000, de 23 de Junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios establece la libertad de apertura en domingos y festivos para establecimientos comerciales de menos de 300 m2 y amplía gradualmente la apertura en domingos y festivos, desde los ocho días actuales a doce días, a razón de un día más por cada año, para los establecimientos comerciales de más de 300 m2. Por último, el número de horas comerciales de apertura para todos los establecimientos comerciales aumenta desde las 72 horas actuales a las 90 horas.

Por otra parte, la Ley 1/1.996, de Ordenación del Comercio Minorista, establece para todo el ámbito nacional restricciones para la implantación de lo que en la misma viene a calificarse como Grandes Superficies (en todo caso, tendrán dicha consideración los establecimientos comerciales minoristas de superficie útil de sala de ventas superior a 2.500 m2) limitaciones éstas que son acogidas por las legislaciones autonómicas de las Comunidades Autónomas con competencia normativa en la materia.

III.3. Informaciones sobre el capital:

III.3.1 Importe nominal del capital suscrito y desembolsado.

A la fecha de presentación del presente Folleto el capital social de Carrefour es de 189.147.528 euros y está representado por 315.245.880 acciones, de 0,60 euros de valor nominal cada una de ellas. El capital social se encuentra totalmente suscrito y desembolsado.

Todas las acciones gozan de iguales derechos políticos y económicos y se encuentran admitidas a cotización en las Bolsas de Valores de Madrid y Barcelona, e incorporadas al Sistema de Interconexión Bursátil (Mercado Continuo).

III.3.2 Importes a liberar

No hay importes pendientes de suscribir o desembolsar.

III.3.3 Clases y series de acciones. Derechos políticos y económicos y forma de representación.

Todas las acciones emitidas corresponden a una única clase y serie, sin que existan acciones privilegiadas, gozan de plenos derechos políticos y se encuentran representadas mediante anotaciones en cuenta, rigiéndose conforme a lo previsto en el artículo 60 de la vigente Ley de Sociedades Anónimas y en la normativa reguladora del mercado de valores cuya llevanza corresponde al Servicio de Compensación y Liquidación de Valores y a sus Entidades Adheridas.

III.3.4 Cuadro esquemático de la evolución del capital social en los últimos tres años

Fecha	Concepto	Nº acciones	Capital social	Nominal por acción
31.12.1998(1)	-	189.245.880	18.924.588.000 pesetas	100 pesetas
9.06.1999(1)	Redenominación del capital social a euros	189.245.880	113.547.528 (euros)	0,60 (euros)
26.09.2000	Ampliación de capital por fusión	315.245.880	189.147.528 (euros)	0,60 (euros)
Fecha verificación del Folleto	Capital actual	315.245.880	189.147.528 (euros)	0,60 (euros)

(1) Cifras de capital correspondientes a Centros Comerciales Pryca, S.A.

Con fecha de 9 de junio de 1999, en virtud de acuerdo adoptado en Consejo de Administración celebrado con fecha 25 de Marzo de 1.999, se realiza una reducción del capital social de Carrefour amparada por lo previsto en la Ley 46/98, de 17 de Diciembre, sobre introducción del Euro, con objeto de realizar la redenominación del citado capital social a Euros. Esta conversión se efectuó mediante aplicación del tipo de cambio irrevocable a la cifra del total capital. No obstante el Consejo de Administración en reunión celebrada el citado día 25 de Marzo de 1.999, acordó redondear a Euros con dos decimales el valor nominal de cada acción, es decir, al valor nominal de 0,6 Euros por acción. Como consecuencia de este redondeo, ha sido preciso disminuir el capital social mediante la creación de una reserva indisponible de acuerdo con lo establecido en la precitada norma.

Con fecha, de 25 de septiembre de 2000, como consecuencia de la ampliación de capital acordada en la Junta General de Accionistas de 13 de marzo de 2000, con motivo de la fusión por absorción de Centros Comerciales Continente, S.A., por parte de la Sociedad, se amplió el capital de la Sociedad, en 75.600.000 euros mediante la emisión y puesta en circulación de 126.000.000 nuevas acciones de 0,60 euros de valor nominal, quedando la cifra de capital en los actuales 189.147.528 euros, representados por 315.245.880 acciones de 0,60 euros de valor nominal.

III.3.5 Existencia de empréstitos de obligaciones convertibles, canjeables o con "warrants"

No existen empréstitos de obligaciones convertibles, canjeables o con "warrants" emitidos por Carrefour.

III.3.6 Títulos que representen las ventajas atribuidas a fundadores y promotores y bonos de disfrute

No existen ventajas atribuidas a fundadores o promotores de la Sociedad.

III.3.7 Capital autorizado

No existen acuerdos vigentes de la Junta General Ordinaria y Extraordinaria que permitan el capital autorizado.

III.3.8 Condiciones a las que los Estatutos sometan las modificaciones del capital

En los Estatutos Sociales de la Sociedad Emisora no se regula de forma expresa las condiciones para modificar el capital social por lo que, en consecuencia, es de aplicación para la modificación de su capital social cuanto se establece en la vigente Ley de Sociedades Anónimas y legislación complementaria.

III.4. Número y valor nominal de la adquisición derivativa de acciones propias.

III.4.1 Centros Comerciales Carrefour. S.A.

A la fecha de presentación del presente Folleto la Sociedad no tiene autocartera ni la ha tenido en los últimos tres años.

III.4.2. Autocartera cruzada

No existen participaciones de acciones recíprocas entre Carrefour y sus sociedades filiales.

III.5 Beneficios y dividendos por acción de los ejercicios 1998, 1999 y 2000

Ver apartado II.18.3

III.6 Grupos de sociedades

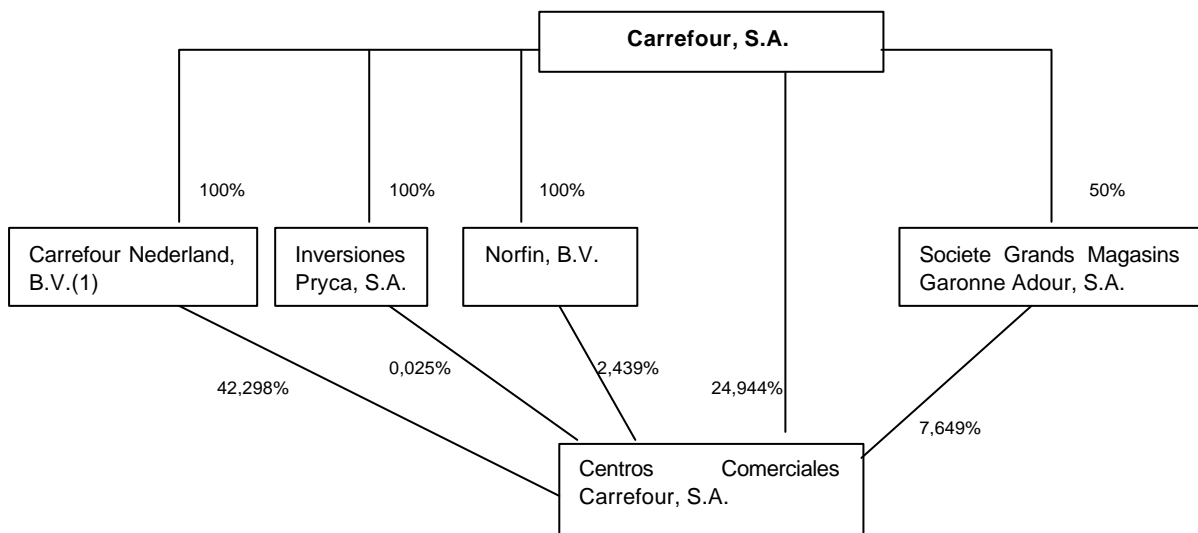
III.6.1. Centros Comerciales Carrefour. S.A.

III.6.1.1. Información del grupo al que pertenece el emisor

La Sociedad está participada mayoritariamente por CARREFOUR, S.A., que tiene directa e indirectamente, a la fecha de verificación del Folleto, un 77,355%, de las acciones y por tanto, forma parte del Grupo Carrefour Francia, en el que consolida.

CARREFOUR, S.A. cotiza en la Bolsa de Paris dese el 16 de junio de 1.970 y forma parte del CAC 40.

A continuación se recoge un cuadro con un detalle participación de Carrefour, S.A, en la Sociedad:

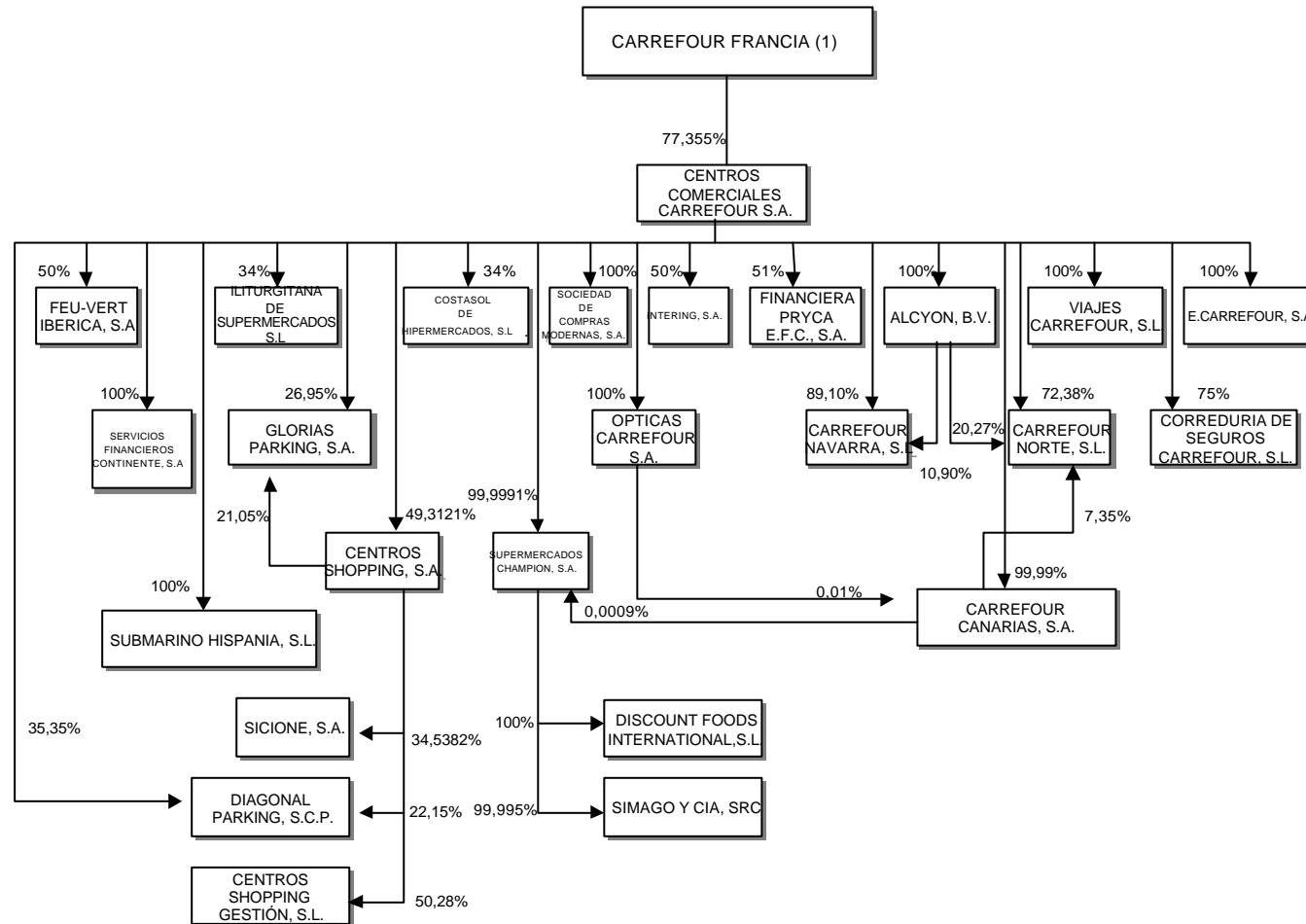


(1) Participación directa e indirecta en esta sociedad.

Esquema del grupo de sociedades de Centros Comerciales Carrefour, S.A.

A la fecha de verificación del presente Folleto, Centros Comerciales Carrefour, S.A. presenta el siguiente esquema de grupo de sociedades:

COMPOSICIÓN DEL GRUPO CARREFOUR AL 30 DE NOVIEMBRE DE 2001



(1) Participación directa e indirecta en Carrefour

III.6.1.2. Relación de sociedades participadas por Centros Comerciales Carrefour, S.A.

A) La situación de las inversiones en sociedades participadas a 31 de diciembre de 2000 es como sigue:

Sociedades	Domicilio Social	Actividad	Auditores	Método de Consolidación	Participación	Millones de Pesetas			
						Capital	Reservas	Resultado del ejercicio	Coste Neto de la Inversión
Grupo Carrefour:									
Centros Comerciales Carrefour, S.A. (2)	Madrid	Comercial	Arthur Andersen	Sociedad Dominante	-	31.472	206.821	40.974	-
Supermercados Champion, S.A.	Madrid	Comercial	KPMG Auditores	Integración Global	100,00	11.500	2.877	(4.473)	13.116
Sociedad de Compras Modernas, S.A.	Madrid	Comercial	Arthur Andersen	Integración Global	100,00	150	488	214	150
Autocenter Delauto, S.A. (1)	Madrid	Autocentros	No aplicable	Integración Global	100,00	-	-	(145)	-
Alcyon, B.V.	Rotterdam (Holanda)	Inversiones	No auditada	Integración Global	100,00	1.795	(8)	1	1.787
Carrefour Norte, S.L. (2) (4)	Sestao (Vizcaya)	Comercial	Arthur Andersen	Integración Global	100,00	8.635	4.184	1.926	9.780
Opticas Carrefour, S.A. (2)	Madrid	Comercial	Arthur Andersen	Integración Global	100,00	299	(26)	2	210
Carrefour Canarias, S.A. (2)	S. C. de Tenerife	Comercial	No auditada	Integración Global	100,00	2.500	(1)	-	2.493
Carrefour Navarra, S.L. (2) (5)	Pamplona	Comercial	No auditada	Integración Global	100,00	940	2.160	(152)	4.966
Carrefour Estaciones de Servicio, S.L. (2)	Madrid	Comercial	No auditada	Integración Global	100,00	150	(2)	(42)	89
Centros de Neorestauración, S.A.	Madrid	Restauración	Arthur Andersen	Integración Global	99,95	10	2.410	306	10
Centros Shopping, S.A.	Madrid	Inmobiliaria	Arthur Andersen	Puesta en equivalencia	49,31	3.214	11.895	13.267	1.500
S. Financieros Continente, E.F.C., S.A.	Madrid	Financiera	Arthur Andersen	Puesta en equivalencia	100,00	600	1.111	504	710
Financiera Pryca, E.F.C., S.A.	Madrid	Financiera	Arthur Andersen	Puesta en equivalencia	51,00	1.400	2.967	1.633	714
Feu Vert Ibérica, S.A.	Madrid	Autocentros	KPMG Auditores	Puesta en equivalencia	50,00	159	1.001	374	442
Glorias Parking, S.A.	Barcelona	Inmobiliaria	BDO Auditores	Puesta en equivalencia	28,95	1.240	52	(24)	359
Diagonal Parking, S.C.P.	Barcelona	Inmobiliaria	BDO Auditores	Puesta en equivalencia	35,35	211	11	52	85
Iliturgitana de Hipermercados, S.L.	Andújar (Jaén)	Comercial	KPMG Auditores	Puesta en equivalencia	34,00	473	1.362	18	535
Costasol de Hipermercados, S.L.	Estepona (Málaga)	Comercial	KPMG Auditores	Puesta en equivalencia	34,00	118	628	290	133
Intering, S.A.	Madrid	Inmobiliaria	No auditada	Puesta en equivalencia	50,00	12	(51)	(2)	(19)
Subgrupo Supermercados Champion									
Supermercados Champion, S.A. (3)	Madrid	Comercial	KPMG Auditores	Sociedad Dominante	-	11.500	(358)	(5.620)	-
Simago y Cía, S.R.C. (8)	Madrid	Inmobiliaria	KPMG Auditores	Integración Global	100,00	1.313	11.880	1.147	9.957
Discount Foods International, S.L. (8)	Madrid	Inactiva	No auditada	Integración Global	100,00	-	-	-	-
Subgrupo Centros Shopping									
Centros Shopping, S.A.	Madrid	Inmobiliaria	Arthur Andersen	Sociedad Dominante	-	3.214	11.398	11.990	-
Glorias Parking, S.A. (6)	Barcelona	Inmobiliaria	BDO Auditores	Puesta en equivalencia	21,05	1.240	52	(24)	261
Sicione, S.A. (6)	Madrid	Inmobiliaria	Arthur Andersen	Puesta en equivalencia	34,54	3.837	1.076	3.946	1.450
Diagonal Parking, S.C.P. (6)	Barcelona	Inmobiliaria	BDO Auditores	Puesta en equivalencia	22,15	211	11	52	57
Glories Oficines, S.C.P. (6) (7)	Barcelona	Inmobiliaria	No aplicable	Puesta en equivalencia	75,69	-	-	51	-
Iberia Retail Properties, S.L. (6)	Madrid	Inmobiliaria	Arthur Andersen	Puesta en equivalencia	50,00	3.800	(966)	12	-

(1) Sociedad fusionada con Feu Vert Ibérica, S.A. con efectos 1 de julio de 2000. La cuenta de pérdidas y ganancias consolidada incluye los resultados de 6 meses.

(2) Sociedades que han cambiado su denominación social durante 2000, sustituyendo la palabra "Pryca" por "Carrefour".

(3) Sociedad que ha cambiado su denominación social durante 2000. Antigua Simago, S.A.

(4) Incluye una participación indirecta del 20,27% a través de Alcyon, B.V. y otra del 7,35% a través de Carrefour Canarias, S.A.

(5) Incluye una participación indirecta del 10,90% a través de Alcyon, B.V.

(6) Participación directa de Centros Shopping, S.A.

(7) Sociedad disuelta el 24 de abril de 2000. La cuenta de pérdidas y ganancias consolidada incluye los resultados de 4 meses.

(8) Participación directa de Supermercados Champion, S.A.

B) Variaciones en el Grupo Carrefour posteriores al 31/12/2000:

En el primer semestre del ejercicio 2001 se han producido las siguientes variaciones en la composición del Grupo:

- Venta del 100% de la participación de Centros de Neorestauración, S.A., empresa dedicada a la restauración, a un grupo de inversores formado por Cafeterías California, S.A. y Grupo Zena como socios industriales y por los fondos de capital riesgo CVC e Inveralia como socios financieros; y venta por Centros Shopping, S.A. de su participación del 50% en la sociedad Iberia Retail Propertiesa Foran International Holdings que ya poseía el 50% restante de dicha sociedad. El resultado conjunto de las dos operaciones ha reportado un beneficio de 9.488.700.000 pesetas (57.028.235,5 €) para el Grupo Carrefour, generándose una plusvalía de 7.768.390.314 pesetas (46.688.966,1 €).
- Adquisición del 100% del capital social de la sociedad Submarino Hispania, S.L., dedicada principalmente a la venta a través de internet de productos audiovisuales e informáticos y de un 75% de la sociedad Delta Hispania, S.A (posteriormente denominada Correduría de Seguros Carrefour, S.A.), La inversión global por la compra de ambas participaciones fue de 106.662.772 pesetas (641.056,17 €), generándose un fondo de comercio negativo de -97.548.251 pesetas (-586.276,80 €), que corresponde íntegramente a la compra de Submarino Hispania, S.L.
- Constitución de E.Carrefour España, S.A. empresa que tiene como fin dotar a Carrefour de una presencia de calidad en la red y llevar a cabo todas las iniciativas de ésta en Internet (portal, información institucional y soluciones de comercio electrónico, entre otras actividades). La inversión de Carrefour ha ascendido a 10.016.437 pesetas (60.200 €) en concepto de capital social.
- Constitución de Viajes Carrefour, S.L., empresa que se ha posicionado como una agencia de viajes en la gama media/alta. La inversión de Carrefour ha ascendido a 149.747.400 pesetas (900.000 €).
- Disolución de Discount Foods, S.L., sociedad inactiva y cuyos bienes (capital social de 500.000 pesetas) se incorporan a Supermercados Champion, S.A.
- Disolución de Carrefour Estaciones de Servicio, S.A., tras la cesión global de sus activos y pasivos a la matriz Carrefour, que gestionará directamente todas las estaciones de servicio del Grupo Carrefour.

Finalmente, con fecha 8 de noviembre de 2001, la Dirección General de Supervisión del Banco de España, ha autorizado la operación de reestructuración a realizar por las dos financieras del Grupo Carrefour en España, es decir, Servicios Financieros Continente, E.F.C. S.A. y Financiera Pryca, E.F.C. S.A.. En virtud de esta operación, se realizarán dos sucesivas ampliaciones de capital en Financiera Pryca, E.F.C., S.A., mediante: (i) la aportación a Financiera Pryca, E.F.C., S.A. del patrimonio empresarial de Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A. y (ii) aportación dineraria del socio de Financiera Pryca, E.F.C., S.A., la compañía francesa CETELEM, que no pertenece al Grupo Carrefour Francia.

Antes de la ejecución de la operación de reestructuración, Carrefour posee el 51% del capital de Financiera Pryca, E.F.C., S.A., y el 100% del capital de Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A. Como consecuencia de la ejecución de la operación, Carrefour pasará a ostentar el 55,92% en Financiera Pryca, E.F.C. S.A. (un 23,11% de forma directa y un 32,81% de forma indirecta a través de Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A.).

En cuanto al Grupo Carrefour Francia, actualmente su participación en Financiera Pryca, E.F.C, S.A. es del 60%, siendo el 40% restante de CETELEM. Una vez ejecutada la operación descrita, este reparto seguirá siendo el mismo, pero reestructurada de la siguiente forma:

- Carrefour España: 23,11% del capital social
- Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A: 32,81% del capital social.
- S2P (Sociedad titularidad en un 60% de Carrefour Francia y en un 40% de CETELEM): 6,80% del capital social.
- Cetelem (sin tener en cuenta su participación indirecta): 37,28% del capital social.

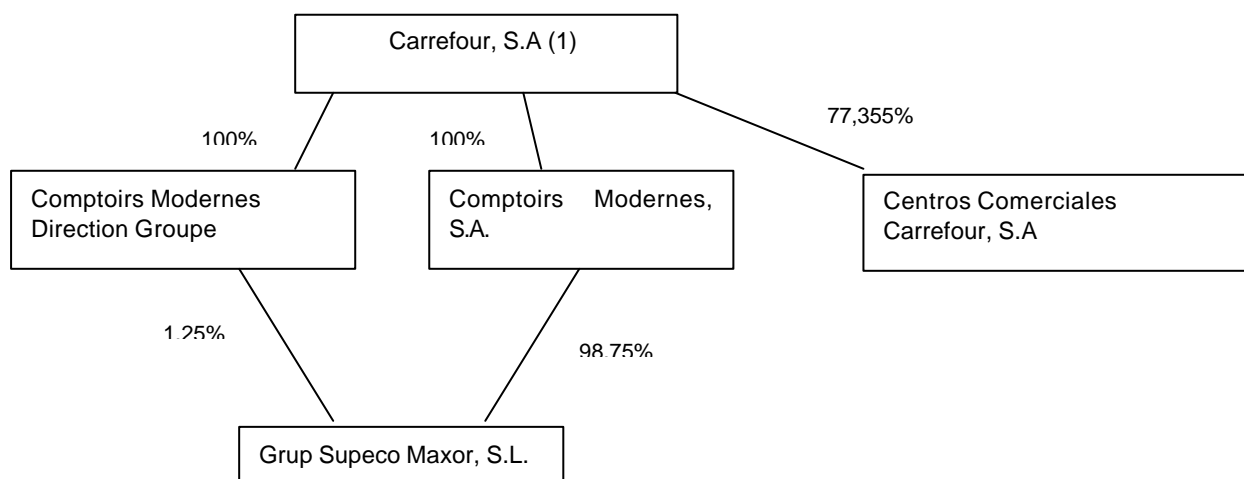
III.6.2. Grup Supeco Maxor. S.L.

III.6.2.1. Información del grupo al que pertenece Supeco

Como se indica en el apartado III.6.1. anterior, Supeco pertenece al mismo grupo que Carrefour, Grupo Carrefour Francia, al ser filial de Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, a su vez sociedades filiales de Carrefour Francia.

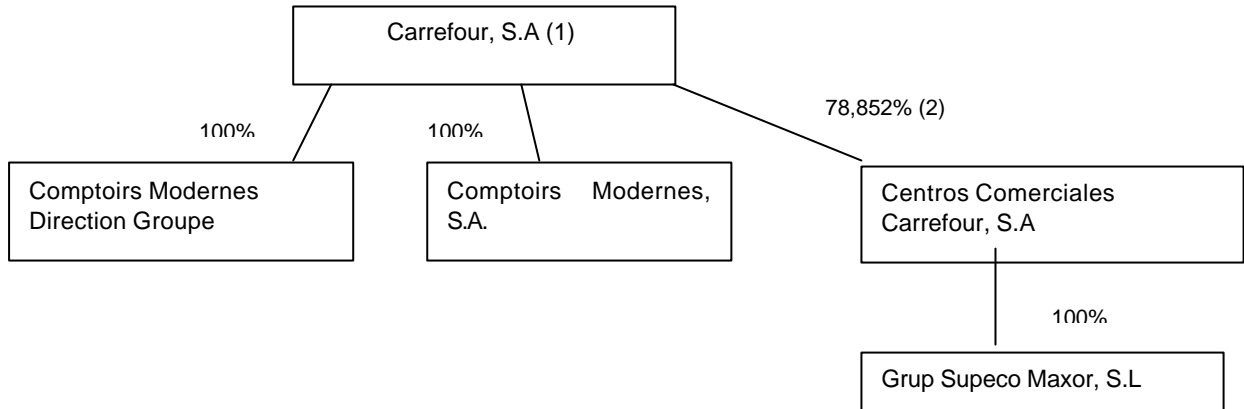
La situación de Supeco en el Grupo Carrefour Francia se ve recogida en los siguientes cuadros:

Antes de la ampliación de capital de Carrefour:



(1) Participaciones directas e indirectas.

Después de la ampliación de capital de Carrefour:



(1) Participación directa e indirecta

(2) Se incluye el 6,61% que representa la presente ampliación y que será suscrito por Comptoirs Modernes, S.A. (que representa un 6,527% de Carrefour, tras la ampliación) y Comptoirs Modernes Direction Groupe (que representa un 0,083% de Carrefour, tras la ampliación).

III. 6.2.1 Relación de sociedades participadas por Supeco

Supeco no mantiene participación alguna en ninguna sociedad.

Capítulo IV

Actividades principales del Emisor
y de Supeco

CAPÍTULO IV

ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL EMISOR

IV.1. ANTECEDENTES

CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Carrefour, anteriormente denominada Centros Comerciales Pryca, S.A., se constituyó en el año 1976, teniendo por objeto social la explotación comercial de establecimientos de venta al público al por menor de toda clase de mercancías objeto de lícito comercio, muy especialmente las comprendidas dentro de la actividad comercial de los "hipermercados", incluyendo la gestión necesaria para su adquisición, venta, importación y exportación.

Para el desarrollo de sus actividades, Carrefour puede realizar todo tipo de operaciones patrimoniales y de financiación, a excepción de aquellas reservadas por la legislación aplicable exclusivamente a entidades específicas, tales como entidades de financiación, de arrendamiento financiero, sociedades de inversión colectiva, sociedades y agencias de valores y demás.

Durante los últimos años, Carrefour ha creado y participado en filiales con actividades complementarias a la suya, constituyendo el Grupo Carrefour.

Así en 1.990 se abrió el primer auto-center, perteneciente a la sociedad filial Autocentros Delauto, S.A.. En 1.992 se lanzó la tarjeta de crédito "Cuenta Permanente" de su filial Financiera Pryca, EFC, S.A., que fué sustituida en 1.998 por la tarjeta "Pryca Pass" que presenta una oferta mas amplia en cuanto al tipo de operaciones a realizar y servicios que se pueden contratar con la misma. En ese mismo año, 1.998, se abrió la primera óptica perteneciente a la sociedad Opticas Pryca, S.A.. En el año 1.999 se abrió la primera estación de servicio perteneciente a Pryca Estaciones de Servicio, S.A. y se produjo el lanzamiento del crédito personal a través de su filial Financiera Pryca EFC, S.A.

FUSIÓN DE CENTROS COMERCIALES PRYCA, S.A. Y CENTROS COMERCIALES CONTINENTE, S.A.

Fusión de Societé Promodès, S.A. y Carrefour, S.A.

Con fecha 27 de octubre de 1999 Carrefour, S.A., sociedad anónima francesa, que poseía una participación total del 68,84% en el capital social de Centros Comerciales Pryca, S.A., adquirió, como consecuencia del éxito de la oferta pública de intercambio de acciones lanzada en Francia, un 95,36% del capital de Societé Promodès, S.A., sociedad francesa que poseía, directa e indirectamente, a su vez un 68,57% del capital social de Centros Comerciales Continente, S.A. Dicha operación constituyó una operación de concentración de empresas de dimensión comunitaria que fue aprobada por la Comisión Europea con fecha 25 de enero de 2000.

Posteriormente, las Juntas Generales de Accionistas de ambas sociedades aprobaron el 30 de marzo de 2000, la operación de fusión por absorción de Societé Promodès, S.A. por parte de Carrefour, S.A., con efectos 1 de enero de 2000 con la consiguiente extinción de Societé Promodès, S.A.

Como consecuencia de la toma de control de Societé Promodès, S.A. por parte de Carrefour, S.A. y posterior fusión de ambas sociedades, el Grupo Carrefour Francia poseía una participación, directa e indirecta, del 68,512% del capital social de Centros Comerciales Continente, S.A.

En cumplimiento de la normativa española vigente sobre el régimen de las Ofertas Públicas de Adquisición de Valores (OPA sobrevenida, artículo 3 del Real Decreto 1.197/1991, de 26 de julio), el Grupo Carrefour Francia, a través de su filial Carrefour Nederland, B.V., presentó ante la Comisión Nacional del Mercado de Valores una Oferta Pública de Adquisición sobre el 10% del capital social de Centros Comerciales Continente, S.A. a un precio de 21 euros por acción que fue aceptada en su totalidad. Como consecuencia de esta operación el Grupo Carrefour Francia pasó a ostentar una participación, directa e indirecta, del 78,512% del capital social de Centros Comerciales Continente, S.A.

Fusión de Centros Comerciales Pryca, S.A. y Centros Comerciales Continente, S.A.

Los Consejos de Administración de Centros Comerciales Pryca S.A. (en adelante "Pryca") y Centros Comerciales Continente S.A. (en adelante "Continente") (matrices del Grupo Pryca y del Grupo Continente, respectivamente) aprobaron el 3 de diciembre de 1999 el proyecto de fusión de ambas

compañías, fusión que se ha llevado a cabo mediante la absorción de Continente por parte de Pryca. Dicho proyecto de fusión fue aprobado por las respectivas Juntas Generales de Accionistas el 13 de marzo de 2000. El 29 de septiembre de 2000, se inscribió la escritura de fusión de ambas sociedades, previa verificación ante la CNMV del folleto informativo de ampliación de capital, con fecha 27 de julio de 2000.

Al 31 de diciembre de 1999 Pryca tenía en explotación 58 hipermercados propios y Continente 54 hipermercados propios, mas 5 hipermercados en régimen de franquicia y 71 supermercados "Champion".

Como consecuencia del proceso de fusión, y tras el correspondiente acuerdo de la Junta General de Accionistas que la aprobó, Pryca cambió su denominación social por la de Centros Comerciales Carrefour, S.A.

Al 31 de diciembre de 2000 el Grupo Carrefour tenía en explotación 116 hipermercados propios, mas 5 hipermercados en régimen de franquicia y 79 supermercados "Champion".

Durante el ejercicio 2000 se han producido las siguientes variaciones en la composición del Grupo:

- Venta del 50% de la participación de Autocenter Delauto, S.A. a Feu Vert, S.A. (propietaria al 50% con Carrefour de la sociedad Feu Vert Ibérica, S.A.).
- Fusión de Autocenter Delauto, S.A. y Feu Vert Ibérica, S.A. mediante la absorción de la primera por parte de la segunda.
- Cambio del porcentaje de participación en Centros Shopping, S.A. de un 46,66% en 1999 a un 49,31% en 2000 como consecuencia de la compra por la propia Centros Shopping, S.A. (autocartera) del 5,37% de participaciones que tenía el Grupo Bilbao Vizcaya Argentaria en el capital de esta sociedad.

IV.2. ACTIVIDADES PRINCIPALES DEL GRUPO CARREFOUR

Centros Comerciales Carrefour, S.A. (en adelante "Carrefour" o "Carrefour España") es filial de la sociedad francesa Carrefour, S.A. (en adelante "Carrefour Francia"). Carrefour Francia está presente en 31 países de cuatro continentes, con cerca de 10.000 establecimientos entre los formatos de hipermercados, con más de 725 tiendas en todo el mundo, supermercados, tiendas "discount", tiendas de proximidad y "cash&carry". Cuenta con más de 340.000 colaboradores ha facturado más de 2.000 millones de tickets de compra en dichos países.

Los clientes de Carrefour cuentan con diversidad de servicios: autocentros, ópticas, tarjeta de compra, correduría de seguros, agencias de viajes y estaciones de servicio.

El Grupo Carrefour (en adelante la denominación de Centros Comerciales Carrefour, S.A. y sociedades dependientes) se caracteriza tanto por su dimensión multiformato como multiservicio. Su actividad comercial se realiza a través de los hipermercados Carrefour y los supermercados Champion y, a partir de este año, también a través de Internet.

Su dimensión multiformato se materializa a través del desarrollo de todas aquellas fórmulas de distribución que están a su alcance. Asimismo, facilita su desarrollo en los actuales marcos jurídicos que rigen el sector comercial y optimiza el conocimiento adquirido en todos los países rentabilizando su dimensión mediante la generación de sinergias operacionales.

En lo referente al multiservicio, los objetivos de la empresa pasan por rentabilizar su capacidad generadora de tráfico, así como el profundo conocimiento adquirido de los consumidores.

Estos objetivos marcan claras líneas de actuación para:

- Desarrollar todas aquellas actividades que sirvan de complemento y apoyo a su actividad principal.
- Aumentar el atractivo de sus centros comerciales.
- Ofrecer un amplio abanico de servicios de valor añadido a los clientes, con propuestas cada vez más amplias y ricas.
- Apoyar la notoriedad de la marca Carrefour.

Las estaciones de servicio Carrefour, los autocentros Feu Vert, las ópticas, las agencias de viajes, los servicios financieros, los seguros, etcétera, configuran el conjunto de servicios que hoy día ofrece la Empresa

Otras actividades complementarias como agencias de viajes y seguros; o actividades en pleno desarrollo como las estaciones de servicio, son una firme apuesta del Grupo.

El valor de capitalización bursátil del Grupo Carrefour a 31 de Diciembre de 2.000 ascendía a 613.694 millones de pesetas.

Las ventas netas proforma del Grupo Carrefour fueron en 1.999 de 1.143.779 millones de pesetas y en el pasado año 2.000 se alcanzó una cifra similar de 1.146.251 millones de pesetas.

El beneficio antes de impuestos del año 2.000 fue de 73.665 millones de pesetas lo que supuso un crecimiento del 60% respecto al beneficio antes de impuestos proforma de 1.999 que fue de 46.121 millones de pesetas.

El beneficio neto del año 2.000 fue de 54.171 millones de pesetas lo que supuso un crecimiento del 63% respecto al beneficio neto proforma de 1.999 que fue de 33.165 millones de pesetas.

El número medio de personas empleadas por el Grupo Carrefour ha sido de 40.727 personas en el año 2.000 y en el año 1.999 fueron 39.288 personas.

Los activos totales del Grupo Carrefour ascendían a 717.332 millones de pesetas a 31 de diciembre de 2.000 mientras que a 31 de Diciembre de 1.999 ascendían a 667.387 millones de pesetas, contando a 31 de diciembre de 2000 con una red 121 Hipermercados Carrefour (5 de ellos franquiciados), 79 supermercados Champion, 60 Autocentros pertenecientes a FEU VERT IBÉRICA, S.A. (en la que Carrefour posee una participación del 50%), 20 Estaciones de Servicio (2 de ellas franquiciadas), 92 negocios de Restauración en 55 centros comerciales y 28 ópticas. Asimismo, el número total de tarjetas de pago emitidas ascendía a más de 2 millones y se gestionaban 35 Centros Comerciales a través de sus filiales inmobiliarias.

IV.2.1. Principales magnitudes financieras del Grupo Carrefour.

IV.2.1.1 ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS CONSOLIDADOS

Dado que el Grupo Carrefour ha surgido en el año 2000, como consecuencia de la fusión de Pryca y Continente, sólo se incluyen los datos del nuevo grupo del año 2.000 y los datos proforma del año 1.999 ya que, por la razón antes reseñada, no existen datos del grupo Carrefour para 1.998.

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada en millones de pesetas

RESULTADOS DEL GRUPO CONSOLIDADO CARREFOUR

Uds.: Millones de Pesetas

	(2)		(1)			Ejercicio 2000		
	Ejercicio 1998		Ejercicio 1999			Ejercicio 2000		
	Importe	% sobre ventas	Importe	% sobre ventas	99/98	Importe	% sobre ventas	00/99
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio	1.094.954	100,00	1.143.779	100,00	4,46%	1.146.251	100,00	0,22%
+ Otros Ingresos	38.607	3,53	11.583	1,01	(70,00%)	12.773	1,11	10,27%
+/- Variación Existencias Producto Terminados y en Curso	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION	1.133.561	103,53	1.155.362	101,01	1,92%	1.159.024	101,11	0,32%
- Compras Netas	(909.847)	(83,09)	(912.395)	(79,77)	0,28%	(893.366)	(77,94)	(2,09%)
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles	20.246	1,85	7.635	0,67	(62,29%)	6.022	0,53	(21,13%)
- Gastos Externos y de Explotación	(72.944)	(6,66)	(68.548)	(5,99)	(6,03%)	(74.284)	(6,48)	8,37%
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO	171.016	15,62	182.054	15,92	6,45%	197.396	17,22	8,43%
+/- Otros Gastos e Ingresos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Gastos de Personal	(95.873)	(8,76)	(108.030)	(9,45)	12,68%	(113.566)	(9,91)	5,12%
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	75.143	6,86	74.024	6,47	(1,49%)	83.830	7,31	13,25%
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado	(34.728)	(3,17)	(35.548)	(3,11)	2,36%	(37.831)	(3,30)	6,42%
- Dotaciones al Fondo de Reversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Variación Provisiones de Circulante	(709)	(0,06)	(94)	(0,01)	(86,74%)	(719)	(0,06)	664,84%
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN	39.706	3,63	38.382	3,36	(3,33%)	45.280	3,95	17,97%
+ Ingresos Financieros	3.731	0,34	3.424	0,30	(8,23%)	2.880	0,25	(15,89%)
- Gastos financieros	(1.133)	(0,10)	(1.172)	(0,10)	3,44%	(1.047)	(0,09)	(10,66%)
+ Intereses y Diferencias de Cambio Capitalizados	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Dotación Amortización y Provisiones Financieras	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Resultados de Conversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Participación Resultados Sociedades Puestas en Equivalencia	2.428	0,22	2.893	0,25	19,15%	8.186	0,71	182,96%
- Amortización Fondo Comercio Consolidación	(364)	(0,03)	(199)	(0,02)	(45,33%)	(198)	(0,02)	(0,50%)
+ Reversión Diferencias Negativas de Consolidación	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS	44.368	4,05	43.328	3,79	(2,34%)	55.101	4,81	27,17%
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	57	0,01	2.141	0,19	3656,14%	21.539	1,88	906,01%
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	1.899	0,17	542	0,05	(71,46%)	0	0,00	(100,00%)
- Resultados por Operaciones con Acciones y Obligaciones Propias	330	0,03	129	0,01	(60,91%)	0	0,00	(100,00%)
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Otros Resultados EXTRAORDINARIOS	38	0,00	(19)	(0,00)	(150,00%)	(2.975)	(0,26)	15556,05%
= RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	46.692	4,26	46.121	4,03	(1,22%)	73.665	6,43	59,72%
+/- Impuestos sobre Beneficios	(14.501)	(1,32)	(12.956)	(1,13)	(10,65%)	(19.494)	(1,70)	50,46%
= RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	32.191	2,94	33.165	2,90	3,03%	54.171	4,73	63,34%
+/- Resultado Atribuido a Socios Externos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	32.191	2,94	33.165	2,90	3,03%	54.171	4,73	63,34%

(*) Estados financieros proforma

(1) La cuenta de pérdidas y ganancias analítica consolidada proforma de 1999 se ha obtenido mediante la suma de las partidas de Pryca y Continente una vez homogeneizadas las reclasificaciones de ambas sociedades.

(2) La cuenta de pérdidas y ganancias analítica consolidada proforma de 1998 se ha obtenido únicamente mediante la suma de las partidas de Pryca y Continente, sin homogeneización ni reclasificación.

Cuenta de pérdidas y ganancias consolidada en miles de euros

RESULTADOS DEL GRUPO CONSOLIDADO CARREFOUR

Uds.: Miles de Euros

	(2)		(1)			Ejercicio 2000		
	Ejercicio 1998		Ejercicio 1999			Ejercicio 2000		
	Importe	% sobre ventas	Importe	% sobre ventas	99/98	Importe	% sobre ventas	00/99
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio	6.580.806	100,00	6.874.250	100,00	4,46%	6.889.107	100,00	0,22%
+ Otros Ingresos	232.033	3,53	69.615	1,01	(70,00%)	76.767	1,11	10,27%
+/- Variación Existencias Producto Terminados y en Curso	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= VALOR TOTAL DE LA PRODUCCIÓN	6.812.839	103,53	6.943.865	101,01	1,92%	6.965.874	101,11	0,32%
- Compras Netas	(5.468.291)	(83,09)	(5.483.604)	(79,77)	0,28%	(5.369.235)	(77,94)	(2,09%)
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles	121.681	1,85	45.887	0,67	(62,29%)	36.191	0,53	(21,13%)
- Gastos Externos y de Explotación	(438.402)	(6,66)	(411.982)	(5,99)	(6,03%)	(446.457)	(6,48)	8,37%
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO	1.027.827	15,62	1.094.167	15,92	6,45%	1.186.373	17,22	8,43%
+/- Otros Gastos e Ingresos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Gastos de Personal	(576.208)	(8,76)	(649.273)	(9,45)	12,68%	(682.545)	(9,91)	5,12%
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	451.619	6,86	444.893	6,47	(1,49%)	503.828	7,31	13,25%
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado	(208.719)	(3,17)	(213.648)	(3,11)	2,36%	(227.369)	(3,30)	6,42%
- Dotaciones al Fondo de Reversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Variación Provisiones de Circulante	(4.261)	(0,06)	(565)	(0,01)	(86,74%)	(4.321)	(0,06)	664,84%
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN	238.638	3,63	230.680	3,36	(3,33%)	272.138	3,95	17,97%
+ Ingresos Financieros	22.424	0,34	20.579	0,30	(8,23%)	17.309	0,25	(15,89%)
- Gastos financieros	(6.809)	(0,10)	(7.044)	(0,10)	3,44%	(6.293)	(0,09)	(10,66%)
+ Intereses y Diferencias de Cambio Capitalizados	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Dotación Amortización y Provisiones Financieras	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Resultados de Conversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Participación Resultados Sociedades Puestas en Equivalencia	14.593	0,22	17.387	0,25	19,15%	49.199	0,71	182,96%
- Amortización Fondo Comercio Consolidación	(2.188)	(0,03)	(1.196)	(0,02)	(45,33%)	(1.190)	(0,02)	(0,50%)
+ Reversión Diferencias Negativas de Consolidación	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS	266.657	4,05	260.407	3,79	(2,34%)	331.163	4,81	27,17%
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	343	0,01	12.868	0,19	3656,14%	129.450	1,88	906,01%
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	11.413	0,17	3.257	0,05	(71,46%)	0	0,00	(100,00%)
- Resultados por Operaciones con Acciones y Obligaciones Propias	1.983	0,03	775	0,01	(60,91%)	0	0,00	(100,00%)
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Otros Resultados EXtraordinarios	228	0,00	(114)	(0,00)	(150,00%)	(17.878)	(0,26)	15556,05%
= RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	280.625	4,26	277.193	4,03	(1,22%)	442.735	6,43	59,72%
+/- Impuestos sobre Beneficios	(87.153)	(1,32)	(77.867)	(1,13)	(10,65%)	(117.161)	(1,70)	50,46%
= RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	193.472	2,94	199.326	2,90	3,03%	325.574	4,73	63,34%
+/- Resultado Atribuido a Socios Externos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	193.472	2,94	199.326	2,90	3,03%	325.574	4,73	63,34%

(*) Estados financieros proforma

(1) La cuenta de pérdidas y ganancias analítica consolidada proforma de 1999 se ha obtenido mediante la suma de las partidas de Pryca y Continente una vez homogeneizadas las reclasificaciones de ambas sociedades.

(2) La cuenta de pérdidas y ganancias analítica consolidada proforma de 1998 se ha obtenido únicamente mediante la suma de las partidas de Pryca y Continente, sin homogeneización ni reclasificación.

La evolución de los resultados del Grupo Carrefour correspondientes al ejercicio 2000 puede describirse en tres ejes fundamentales:

La Cifra de Venta Bruta del año 2000 fue similar a la del ejercicio 1999 ("proforma"), ascendiendo a 1.265.965 millones de pesetas (7.608,6 millones de euros). Al 31 de diciembre de 2000, el Grupo contaba con 116 hipermercados propios y 5 franquiciados, operativos bajo la marca Carrefour y 79 supermercados de Supermercados Champion, S.A.. Durante el año 2000 Carrefour ha abierto 4 nuevos hipermercados (La Maquinista (Barcelona), Parque Astur (Avilés), Pamplona y Vecindario (Las Palmas de Gran Canaria)) y 8 nuevos supermercados.

El Resultado de Explotación, según la cuenta contable consolidada contenida en la Memoria del Grupo CARREFOUR del ejercicio 2000, ha ascendido a 45.280 millones de pesetas (272,1 millones de euros) con una progresión del 18,0% sobre el de 1999

("proforma"). Este crecimiento se debe esencialmente a 2 factores: una optimización de los costes logísticos y del mix de margen, y un riguroso control de los costes de distribución.

El Margen Comercial del ejercicio 2000 se ha visto beneficiado por diversos factores resultantes del proceso de integración en el que ha estado inmerso el Grupo:

- Mejora de los procesos de compra y aprovisionamiento,
- Racionalización del sourcing nacional e internacional,
- Mayor integración y utilización de herramientas de gestión compartida con nuestros proveedores,
- Mejora del "mix" de margen,
- Racionalización y unificación de surtidos.

En este contexto los costes de distribución del ejercicio 2000 (gastos de personal + gastos generales + amortizaciones) han representado un 19,7% sobre ventas netas mientras que en 1999 ("proforma") ascendieron a un 18,6%. Este incremento se explica principalmente por los costes de fusión no recurrentes contabilizados durante el propio año 2000.

Otro aspecto a destacar, son las diferentes operaciones corporativas que ha llevado a cabo Carrefour con objeto de liberar recursos para posibles operaciones futuras de desarrollo. La cesión de 54 galerías comerciales y de diversos activos no sujetos a la explotación explican un resultado extraordinario, según la cuenta de pérdidas y ganancias contable consolidada, en torno a 18.564 millones de pesetas (111,6 millones de euros).

Las inversiones del Grupo Carrefour han ascendido durante el año 2000, aproximadamente a 41.314 millones de pesetas (248,3 millones de euros), según el cuadro de financiación consolidado, destinados a la apertura de 4 hipermercados, 8 supermercados, 16 ópticas, la remodelación y el cambio de enseña de establecimientos y a la homogeneización de los sistemas logísticos y de información.

Hechos relevantes del año 2.000

26 de mayo, aprobación de la fusión

El Consejo de Ministros aprueba el 26 de mayo la fusión entre Pryca y Continente. Esta decisión cerró en España el proceso iniciado el 30 de agosto de 1999, cuando las dos matrices, Carrefour y Promodès, decidieron crear el primer grupo europeo de distribución.

La Empresa resultante en España pasa a ocupar el primer puesto en la distribución alimentaria en nuestro país con 121 hipermercados, 79 supermercados y numerosas actividades complementarias.

Aperturas de Parque Astur, La Maquinista, Vecindario y Pamplona

Durante el primer semestre de 2000 se inauguraron los centros de Parque Astur en Corvera (Asturias), y La Maquinista, en Barcelona. Fueron los primeros hipermercados inaugurados por Carrefour en España, ya con la nueva enseña, tras el pronunciamiento favorable del Consejo de Ministros relativo a la fusión.

En el segundo semestre del año se inauguraron los hipermercados de Pamplona y Vecindario (Gran Canaria).

Cambio de enseña

El 2 de mayo de 2000 comienza la unificación de la imagen corporativa de la compañía en los centros de Palma de Mallorca y Porto Pi, llevándose a cabo, de forma paulatina, en el resto de los hipermercados del Grupo.

La unificación de la imagen corporativa de los 117 hipermercados que Carrefour tenía en ese momento quedó completada en el mes septiembre de 2000, con el cambio de enseña en el hipermercado de Granada. El proceso supuso, a nivel nacional, una inversión superior a 18 millones de euros.

Unificación del centro logístico de Alovera

Durante el mes de agosto se concentró toda la logística de electrodomésticos, en la plataforma de Alovera (Guadalajara), dando así servicio a todos los formatos del Grupo: hipermercados, supermercados y cash.

Marca Propia

El 22 de noviembre, Carrefour lanza su Marca Propia con un total de 1.500 referencias en productos de gran consumo. Igualmente se lanzan otras 500 referencias Carrefour en artículos de menaje, ocio-cultura, bricolaje, casa-hogar, automóvil y jardinería.

Asimismo, los supermercados Champion finalizaron el año con cerca de 500 referencias de su marca propia, del mismo nombre.

Club Carrefour

El 21 de noviembre se inició el lanzamiento del club de fidelización: el Club Carrefour. Se puso en marcha en 22 hipermercados, en los que, en un breve espacio de tiempo, se alcanzó un millón de hogares-clientes asociados. Durante el ejercicio 2001 ha continuado su proceso de lanzamiento sustituyendo, allí donde todavía está vigente, al antiguo Club Punto Ahorro, con el objetivo de alcanzar los ocho millones de hogares asociados.

IV.2.1.2 ACTIVIDADES DEL GRUPO CARREFOUR POR SOCIEDADES

Las distintas actividades o servicios que desarrolla el Grupo Carrefour no se corresponden exactamente con la estructura societaria del Grupo Carrefour por lo que se ha optado por presentar el desglose de resultados por sociedades, al no existir datos contables auditados desglosados por actividades.

Dado que el Grupo Carrefour ha surgido en el año 2000, como consecuencia de la fusión de Pryca y Continente, se incluyen los datos del nuevo grupo del año 2.000 y los datos de cada uno de los grupos que se han fusionado por separado para los años anteriores.

IV.2.1.2.1 Desglose del resultado consolidado de Carrefour y sociedades dependientes.

El desglose de los resultados consolidados de Carrefour y Sociedades Dependientes, al 31 de diciembre de 2.000:

RESULTADOS ATRIBUIDOS A LA SOCIEDAD DOMINANTE

Millones pesetas	2.000
Carrefour (b)	46.958
Carrefour Norte S.L. (b)	1.949
Carrefour Navarra, S.L. (b)	(152)
Carrefour Canarias, S.A. (b)	(6)
Subgrupo Supermercados Champion (c)	(3.019)
Autocenter Delauto, S.A. (a)	(145)
Sociedad de Compras Modernas S.A.	214
Opticas Carrefour, S.A. (b)	(63)
Alcyon, B.V.	1
Carrefour Estaciones de Servicio, S.A. (b)	(59)
Centros de Neorestauración, S.A.	307

Total conjunto consolidable	45.985
Subgrupo Centros Shopping	6.542
Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A.	504
Financiera Pryca, E.F.C., S.A.	833
Feu Vert Ibérica, s.A.	185
Glorias Parking, S.A.	(7)
Diagonal Parking, S.C.P.	21
Iliturgitana de Hipermercados, S.L.	9
Costasol de Hipermercados, S.L.	100
Intering, S.A.	(1)
Sociedades integradas por puesta en equivalencia	8.186
TOTAL RESULTADO CONSOLIDADO NETO	54.171

- (a) Sociedad fusionada con Feu Vert Ibérica, S.A. con efectos 1 de julio de 2.000
(b) Sociedades que han cambiado su denominación social durante 2000, sustituyendo la palabra "Pryca" por "Carrefour"
(c) Sociedad que ha modificado su denominación social durante 2000, sustituyendo la palabra "Simago" por "Champion"

IV.2.1.2.2 Desglose del resultado consolidado de Centros Comerciales Pryca, S.A. y sociedades dependientes.

El desglose de los resultados consolidados de Centros Comerciales Pryca, S.A. y Sociedades Dependientes, al 31 de diciembre de 1.998 y 1.999 por sociedades es el siguiente:

RESULTADOS ATRIBUIDOS A LA SOCIEDAD DOMINANTE

Millones pesetas	1.998	1.999
Centros Comerciales Pryca, S.A.	19.789	18.312
Pryca Norte S.L. (b)	(64)	1.172
Pryca Navarra, S.L. (b) (c)	-	(15)
Autocenter Delauto, S.A.	(170)	(164)
Sociedad de Compras Modernas S.A.	406	228
Opticas Pryca, S.A. (a)	(25)	0
Pryca Canarias, S.A. (c)	-	(1)
Pryca Estaciones de Servicio, S.A. (c)	-	(2)
Ajustes del proceso de consolidación	111	(147)
Total conjunto consolidable	20.047	19.383
Sociedades integradas por puesta en equivalencia *	591	756
TOTAL	20.638	20.139

- (a) anteriormente denominada Compras Reunidas, S.A., hasta 1.998

- (b) Sociedades que han cambiado su forma jurídica de Sociedad Anónima a Sociedad de Responsabilidad Limitada en el ejercicio 1.999
- (c) Sociedades que no han tenido resultados, como consecuencia de sus operaciones, hasta 1.999
- * Básicamente se recogen los resultados de Financiera Pryca

IV.2.1.2.3 Desglose del resultado consolidado de Centros Comerciales Continente, S.A. y sociedades dependientes.

El detalles de los resultados consolidados de Centros Comerciales Continente, S.A. Y Sociedades Dependientes, de los ejercicios 1.997, 1.998 y 1.999 por sociedades del grupo y puestas en equivalencia es el siguiente:

RESULTADOS ATRIBUIDOS A LA SOCIEDAD DOMINANTE

Millones pesetas	1.998	1.999
Centros Comerciales Continente, S.A.	7.724	12.555
Subgrupo Simago, S.A. *	1.801	(1.412)
Centros de Neorestauración, S.A.	191	287
Subgrupo Centros Shopping, S.A.	1.083	1.406
Glorias Parking, S.A.	182	(4)
Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A.	304	440
Feu Vert Ibérica, S.A.	136	176
Diagonal Parking, S.C.P.	23	24
Iliturgitana de Hipermercados, S.L.	51	12
Costasol de Hipermercados, S.L. *	58	82
Ecovol, S.A. (5 meses) **	-	(240)
TOTAL	11.553	13.026

* Sociedades integradas en 1.998

** Sociedad adquirida en 1.999

IV.2.1.3 ACTIVIDADES DEL GRUPO CARREFOUR POR AREAS DE NEGOCIO

Las distintas actividades o servicios que desarrolla el Grupo Carrefour no se corresponden exactamente con la estructura societaria del Grupo Carrefour por lo que no existen datos contables auditados desglosados por actividades.

Dado que el Grupo Carrefour ha surgido en el año 2000, como consecuencia de la fusión de Pryca y Continente, se incluyen los datos del nuevo grupo del año 2.000 y para los años anteriores los datos que se incluyen son la suma aritmética de los datos de cada uno de los grupos que se han fusionado.

IV.2.1.3.1 Desglose de las Ventas Netas consolidadas del Grupo.

Millones de pesetas	Ejercicio 1998 (2)	% sobre Ventas Netas	Ejercicio 1999 (1)	% sobre Ventas Netas	Variación 1999/1998 %	Ejercicio 2000	% sobre Ventas Netas	Variación 2000/1999 %
Hipermercados	1.000.623	91,4	1.029.651	90,0	2,9%	1.022.281	89,2	-0,7%
Supermercados	62.369	5,7	58.114	5,1	-6,8%	61.983	5,4	6,7%
Exportaciones	12.589	1,2	13.991	1,2	11,1%	16.673	1,5	19,2%
Servicios Inmobiliarios	0	0	0	0	0%	0	0	0%
Servicios Financieros	0	0	0	0	0%	0	0	0%
Restauración	8.075	0,7	8.462	0,7	4,8%	8.290	0,7	-2,0%
Autocentros	9.772	0,9	12.240	1,1	25,3%	11.854	1,0	-3,2%
Estaciones de Servicio	5.104	0,5	7.389	0,7	44,8%	12.066	1,1	63,3%
Opticas	20	0	439	0,0	2.095,0%	1.065	0,1	142,6%
Otros *	-3.598	-0,3	13.493	1,2	-475,0%	12.039	1,1	C/S
Ventas Netas	1.094.954	100	1.143.779	100	4,5%	1.146.251	100	0,2%

* En Otros se incluyen la anualización de operaciones intragrupos, la eliminación de las sociedades integradas por puesta en equivalencia

(1) Los datos pro forma del año 1999 se han obtenido como suma de Pryca y Continente con una posterior homogeneización de criterios

(2) Los datos pro forma del año 1998 se han obtenido como suma de Pryca y Continente sin homogeneización ni reclasificaciones

IV.2.1.3.1 Desglose del Resultado de Explotación consolidado del Grupo.

Millones de pesetas	Ejercicio 1998 (2)	% sobre Total Rtdo. Explotac.	Ejercicio 1999 (1)	% sobre Total Rtdo. Explotac.	Variación 1999/1998 %	Ejercicio 2000	% sobre Total Rtdo. Explotac.	Variación 2000/1999 %
Hipermercados	33.451	84,3	40.580	105,7	21,3%	47.434	104,8	16,9%
Supermercados	1.764	4,4	-5.667	-14,8	C/S	-3.874	-8,6	-31,6%
Exportaciones	615	1,6	73	0,2	-88,1%	201	0,4	175,3%
Servicios Inmobiliarios	5.266	13,3	6.210	16,2	17,9%	4.729	10,4	-23,9%
Servicios Financieros	2.304	5,8	2.729	7,1	18,5%	3.305	7,3	21,1%
Restauración	396	1,0	435	1,1	9,9%	408	0,9	-6,2%
Autocentros	253	0,6	450	1,2	77,9%	658	1,5	46,2%
Estaciones de Servicio	275	0,7	305	0,8	10,9%	152	0,3	-50,2%
Opticas	-25	-0,1	5	0,0	C/S	15	0,0	200,0%
Otros *	-4.593	-11,6	-6.738	-17,6	46,7%	-7.748	-17,1	15,0%
Resultado Explotación	39.706	100	38.832	100	-3,3%	45.280	100	18,0%

* En Otros se incluyen la anualización de operaciones intragrupos, la eliminación de las sociedades integradas por puesta en equivalencia

(1) Los datos pro forma del año 1999 se han obtenido como suma de Pryca y Continente con una posterior homogeneización de criterios

(2) Los datos pro forma del año 1998 se han obtenido como suma de Pryca y Continente sin homogeneización ni reclasificaciones

IV.2.2. Descripción de los principales actividades del Grupo CARREFOUR.

IV.2.2.1 GRANDES SUPERFICIES: HIPERMERCADOS

El Grupo Carrefour se configura como una cadena de ámbito nacional que opera en el sector de grandes superficies de distribución mediante la venta al por menor y en régimen de autoservicio de productos de alimentación, textil y artículos para el hogar.

Las cuotas sobre el total de ventas de alimentación, y sobre el total de ventas de alimentación sin productos frescos perecederos de las principales cadenas de hipermercados en España, sobre el total universo que configura Dympanel/Sofres, son:

Total Alimentación

expresado en %	Año 1.998	Año 1.999	Año 2.000
Continente	4.3	4.4	
Pryca	4.7	4.1	
CARREFOUR⁽¹⁾	9.0	8.5	8.4
Alcampo	2.5	2.4	2.7
Eroski (sólo hipers)	1.9	2.0	2.5
Hipercor	1.0	0.9	1.2

Fuente: Dympanel/Sofres (2)

(1) Los datos de Carrefour de 1998 y 1999, se refieren a los agregados proforma de Pryca y Continente.

(2) La muestra del universo Dympanel/Sofres es un panel de 6.000 hogares de consumidores. Destacar que ha habido un cambio de metodología en el año 2000, que no permite la comparación con años anteriores.

Dicho cambio de metodología consiste en: a) Se pasa de una muestra de 5.000 a 6.000 hogares, teniéndose en cuenta todo el territorio nacional e incluyendo los hombres solos y la población diseminada. b) Se pasa de una recogida de datos manual (a través de cuadernillo), a una recogida de datos a través de Scanner.

Los datos obtenidos para la elaboración de los informes tienen, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, una base de fiabilidad de 100, es decir, el error muestral disminuye un 11% al pasar de un muestreo de 5000 a 6000 hogares:(ej: Si el error muestral en el año 2000 es de un 1.29%, en el periodo comprendido entre 1995-1999, con una muestra de 5000, es de un 1.43%, un 11% mas).

Alimentación sin productos frescos perecederos

expresado en %	Año 1.998	Año 1.999	Año 2.000
Continente	6.6	6.7	
Pryca	7.3	6.4	
CARREFOUR⁽¹⁾	13.9	13.1	12,0
Alcampo	3.7	3.5	3.8
Eroski (sólo hipers)	3.2	3.0	3.0
Hipercor	1.5	1.3	1.5

Fuente: Dympanel/Sofres (2)

(1) Los datos de Carrefour de 1998 y 1999, se refieren a los agregados proforma de Pryca y Continente.

(2) La muestra del universo Dympanel/Sofres es un panel de 6.000 hogares de consumidores. Como se indica en la tabla anterior, ha habido un cambio de metodología en el año 2000, que no permite la comparación con años anteriores.

Dicho cambio de metodología consiste en: a) Se pasa de una muestra de 5.000 a 6.000 hogares, teniéndose en cuenta todo el territorio nacional e incluyendo los hombres solos y la población

diseminada. b) Se pasa de una recogida de datos manual (a través de cuadernillo), a una recogida de datos a través de Scanner.

Los datos obtenidos para la elaboración de los informes tienen, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, una base de fiabilidad de 100, es decir, el error muestral disminuye un 11% al pasar de un muestreo de 5000 a 6000 hogares:(ej: Si el error muestral en el año 2000 es de un 1.29%, en el periodo comprendido entre 1995-1999, con una muestra de 5000, es de un 1.43%, un 11% mas).

Carrefour tiene en España con 121 hipermercados ubicados en 16 comunidades autónomas. Este sector representó más del 90% de la facturación total de la empresa durante el pasado ejercicio. Los hipermercados Carrefour desarrollan su actividad según tres palancas de actuación: una clara política "discount", proximidad, y modernidad. En lo que se refiere a discount, se lanzaron campañas como "1.000 Precios Congelados", descuento del 25% en los precios de los libros de texto, el posicionamiento de precio de la marca propia hasta un 20% inferior que las marcas líderes de fabricante y descuentos en la comercialización de combustible en las estaciones de servicio de la cadena. La política de proximidad se desarrolla mediante el desarrollo de iniciativas como el centro de atención al cliente o el apoyo y promoción de los productos locales..

Los hipermercados Carrefour se conciben, además, con una clara vocación multiservicio. El deseo de prestar un mayor servicio a sus clientes ha llevado al Grupo a poner en marcha actividades complementarias, habiéndose definido un amplio abanico de servicios de cara al consumidor: éste es el caso de actividades consolidadas como Ópticas Carrefour o Autocentros Feu Vert; otras en pleno desarrollo, como estaciones de servicio Carrefour; o las que inician su actividad en 2001, como las agencias de viajes o los seguros

A raíz de la fusión de Carrefour Francia y Promodès, la primera referencia visual percibida por los clientes de estas dos compañías en España coincidió con la unificación de la imagen corporativa de todos sus hipermercados y supermercados en nuestro país. Este hecho implicó la sustitución de las enseñas Pryca y Continente por la de Carrefour, en todos los hipermercados del Grupo, y de la enseña Champion, en los supermercados.

La unificación de la imagen corporativa y administrativa de Carrefour en nuestro país se materializó en cinco meses. Este proceso significó una inversión total aproximada de 18 millones de euros, cuyas mayores partidas presupuestarias correspondieron, entre otros apartados, a la mejora de los procesos informáticos, de gestión y cambio de enseñas.

Una vez finalizada la unificación en todos sus centros, el Grupo Carrefour desarrolló, del 15 al 30 de septiembre del 2001, su primera campaña corporativa en España con la imagen Carrefour, con una inversión publicitaria de más de 900 millones de pesetas.

Al finalizar el año 2.000 operaban 121 hipermercados CARREFOUR en toda España, 5 de ellos franquiciados.

EVOLUCIÓN HIPERMERCADOS CARREFOUR

	1.998 **	1.999 **	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de hipermercados	109	112	3%	116	4%
Superficie comercial (miles m2)	1.119	1.143	2%	1.186	4%
Ventas netas *	1.001	1.030	3%	1.023	-1%
Resultado de Explotación *	33	41	21%	47	17%

* en miles de millones de pesetas

** en los años 1.998 y 1.999 se incluye la suma de los datos de Pryca y Continente.

CIFRA DE NEGOCIO DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR POR AREAS

% de participación de cada área	1.998	1.999	2.000
Alimentación	66,0%	63,9%	63,0%
No Alimentación	34,0%	36,1%	37,0%
Total	100%	100%	100%

MARGEN COMERCIAL DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR POR AREAS

% de margen sobre las ventas netas del Area	2.000
Alimentación	14,6
No Alimentación	20,6
Total	16,8

MARGEN COMERCIAL DE LOS HIPERMERCADOS PRYCA POR AREAS

% de margen sobre las ventas netas del Area	1.998	1.999
Alimentación	16,0	15,2
No Alimentación	21,6	21,2
Total	17,9	17,4

MARGEN COMERCIAL DE LOS HIPERMERCADOS CONTINENTE POR AREAS

% de margen sobre las ventas netas del Area	1.998	1.999
Alimentación	14,3	11,2
No Alimentación	22,4	22,6
Total	17,0	15,2

Durante el primer semestre de 2000 se inauguraron los centros de Parque Astur en Corvera (Asturias), y La Maquinista, en Barcelona. Fueron los primeros hipermercados inaugurados por Carrefour en España, ya con la nueva enseña.

En el segundo semestre del año se inauguraron los hipermercados de Pamplona y Vecindario (Gran Canaria).

No existen datos contables auditados de la actividad de los hipermercados dado que la sociedad que integra las actividades de gestión y propiedad de los hipermercados, Carrefour, como sociedad individual, también integra otras actividades no relacionadas con los hipermercados, como la de las galerías comerciales, entre otras. Así mismo la propiedad de algunos centros la detentan sociedades dependientes del grupo, como Carrefour Norte, S.L. Pero se puede estimar que de los resultados de dichas sociedades, son atribuibles a la actividad de hipermercados alrededor del 90% de dicho resultado.

A efectos de que se refleje de manera significativa la evolución de la sociedad, se incluyen los datos mas significativos, para los años 1.998 y 1.999, de los hipermercados que en esos años eran propiedad de Pryca y Continente antes de fusionarse.

Al finalizar el año 1.999 operaban 58 hipermercados PRYCA en toda España que representan más de 612.000 m² de superficie comercial.

EVOLUCIÓN HIPERMERCADOS PRYCA

	1.998	% crecimiento	1.999	% crecimiento
Nº de hipermercados	58	4%	58	0%
Superficie comercial (m2)	612.309	3%	612.309	0%
Ventas netas *	509.602	-1%	515.499	1%

* en millones de pesetas

Al finalizar el año 1.999, Continente contaba con 59 hipermercados en toda España, de los cuales cinco son franquiciados. Los 54 hipermercados integrados Continente representan unos 503.000 m2 de superficie comercial.

EVOLUCIÓN HIPERMERCADOS CONTINENTE

No incluyen las ventas de 5 franquiciados

	1.998	% crecimiento	1.999	% crecimiento
Nº de hipermercados	51	8%	54	6%
Superficie comercial (m2)	506.880	7%	530.631	5%
Ventas netas (mill. ptas.)	491.021	10%	514.152	5%

La distribución de las ventas netas por zonas geográficas ha sido en 1.998:

Millones de pesetas	CENTRO	NORTE	SUR	TOTAL
CARREFOUR *(1)	409.550	321.593	269.480	1.000.623
%	41%	32%	27%	100%
Nº de hipers *	48	31	30	109

(1) Datos proforma, como suma de Pryca y Continente

* No incluye franquicias

La distribución de las ventas netas por zonas geográficas ha sido en 1.999:

Millones de pesetas	CENTRO	% crecimiento	NORTE	% crecimiento	SUR	% crecimiento	TOTAL	% crecimiento
CARREFOUR *(1)	429.204	5%	326.697	2%	273.750	2%	1.029.651	3%
%	42%		32%		26%		100%	
Nº de hipers *	48	0%	33	6%	31	3%	112	3%

(1) Datos proforma, como suma de Pryca y Continente

* No incluye franquicias

La distribución de las ventas netas por zonas geográficas ha sido en 2.000:

Millones de pesetas	CENTRO	% crecimiento	NORTE	% crecimiento	SUR	% crecimiento	TOTAL	% crecimiento
CARREFOUR *	429.488	0%	317.961	-3%	274.831	0%	1.022.280	-1%
%	42%		31%		27%		100%	
Nº de hipers *	48	0%	36	9%	32	3%	116	4%

* No incluye franquicias

Zona Centro: Castilla-León, Extremadura, Madrid, Castilla La Mancha, La Rioja, Comunidad Valenciana

Zona Norte: Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Aragón, Cataluña, Comunidad Balear

Zona Sur: Andalucía, Murcia, Canarias

IV.2.2.2 SUPERMERCADOS

El canal de supermercados está en un fuerte crecimiento en estos últimos años, según Dympanel/Sofres, la cuota del canal de supermercados, sobre el total de ventas, en **Alimentación sin productos frescos perecederos**, a pasado de un 32,9% en 1.998 a un 34,1% en 1.999.

En **total Alimentación** las cuotas han variado de un 26.3 en 1.998 a un 27.2 en 1.999.

En al año 2000 debido al cambio de metodología utilizada por Sofres, estas cuotas alcanzan para **Alimentación sin frescos perecederos** 38.1%, y 33.3% para **total alimentación**.

Las cuotas de las principales cadenas de supermercados en España, sobre el total universo Dympanel/Sofres, que consiste en un panel de consumidores de 6000 hogares, son:

Alimentación sin frescos perecederos

expresado en %	Año 1.998	Año 1.999	Año 2.000 **
Dia	10.2	11.1	11.1
Mercadona	4.6	5.8	8.3
Eroski (sólo super)	3.4	3.7	4.7
Caprabo	2.4	2.8	2.8
Lidl	1.9	2.2	2.7
Ahold – Superdiplo			1.8
Sabeco	1.9	1.7	1.8
Unigro – El Arbol	1.1	1.5	1.8
Champion *	0.8	0.6	1.6
Ahorramas	1.1	1.2	1.2
Gadisa			1.0
Supermercado El Corte Inglés	1.0	0.9	1.0

Fuente: Dympanel/Sofres (**)

(*)Dympanel no calculaba la cuota de Supeco en 1998 y 1999. En el año 2000 solo calcula la cuota conjunta de Champion junto con los supermercados de Supeco. Dympanel/Sofres no desglosa este dato.

(**) La muestra del universo Dympanel/Sofres es un panel de 6.000 hogares de consumidores. Destacar que ha habido un cambio de metodología en el año 2000, que no permite la comparación con años anteriores.

Dicho cambio de metodología consiste en: a) Se pasa de una muestra de 5.000 a 6.000 hogares, teniéndose en cuenta todo el territorio nacional e incluyendo los hogares solos y la población diseminada. b) Se pasa de una recogida de datos manual (a través de cuadernillo), a una recogida de datos a través de Scanner.

Los datos obtenidos para la elaboración de los informes tienen, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, una base de fiabilidad de 100, es decir, el error muestral disminuye un 11% al pasar de un muestreo de 5000 a 6000 hogares:(ej: Si el error muestral en el año 2000 es de un 1.29%, en el periodo comprendido entre 1995-1999, con una muestra de 5000, es de un 1.43%, un 11% mas).

Total Alimentación

expresado %	Año 1.998	Año 1.999	Año 2.000 **
Dia	5.7	6.3	6.2
Mercadona	3.6	4.4	6.2
Eroski (sólo super)	3.3	3.5	4.4
Caprabo	1.7	2.0	2.1
Unigro – El Arbol	0.9	1.2	1.7
Sabeco	1.5	1.3	1.6
Ahold – Superdiplo			1.5
Lidl	0.9	1.2	1.5
Champion *	0.5	0.4	1.3
Ahorramas	0.9	1.0	1.1
Gadisa			1.0
Supermercado El Corte Inglés	0.7	0.7	0.8

Fuente: Dympanel/Sofres (**)

(*)Dympanel no calculaba la cuota de Supeco en 1998 y 1999. En el año 2000 solo calcula la cuota conjunta de Champion junto con los supermercados de Supeco. Dympanel/Sofres no desglosa este dato.

(**) La muestra del universo Dympanel/Sofres es un panel de 6.000 hogares de consumidores. Destacar que ha habido un cambio de metodología en el año 2000, que no permite la comparación con años anteriores.

Dicho cambio de metodología consiste en: a) Se pasa de una muestra de 5.000 a 6.000 hogares, teniendo en cuenta todo el territorio nacional e incluyendo los hombres solos y la población diseminada. b) Se pasa de una recogida de datos manual (a través de cuadernillo), a una recogida de datos a través de Scanner.

Los datos obtenidos para la elaboración de los informes tienen, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, una base de fiabilidad de 100, es decir, el error muestral disminuye un 11% al pasar de un muestreo de 5000 a 6000 hogares:(ej: Si el error muestral en el año 2000 es de un 1.29%, en el periodo comprendido entre 1995-1999, con una muestra de 5000, es de un 1.43%, un 11% mas).

El Grupo Carrefour en España poseía directamente 79 establecimientos, al mes de diciembre de 2.000, dentro del sector de los supermercados a través de la sociedad Supermercados Champion S.A. (en adelante "Champion").

Por su parte la empresa matriz francesa Carrefour Francia, también controla, a través de sus filiales Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, la cadena de supermercados española Grup Supeco Maxor, S.L. ("Supeco"), que explotaba 114 establecimientos comerciales, al mes de diciembre de 2.000, concentrados geográficamente, principalmente en Cataluña.

En 1.998 el Grupo Carrefour en España, a través de Continente entró en el sector de los supermercados con la adquisición del 100% de las acciones de la cadena Simago al grupo Dairy Farm. Simago era una cadena de ámbito nacional, con un concepto de almacén popular y con, en general, excelentes emplazamientos.

1.999 fué un año decisivo en el desarrollo de los supermercados del Grupo. El proceso de transformación de los almacenes populares de Simago a los actuales supermercados de alimentación Champion finalizó en Septiembre, tres meses antes de lo previsto.

Este proceso no sólo ha supuesto un cambio de enseña, sino que ha significado una importante remodelación tanto física como de los procesos operacionales. En la actualidad, Champion se encuentra totalmente integrado en el Grupo Carrefour en lo que se refiere a compras, logística y sistemas de información.

Tras una fuerte política de expansión y la fusión de diversas cadenas de supermercados bajo dicha enseña, Champion es una empresa consolidada, con 83 establecimientos en funcionamiento. De cara al futuro, Champion continúa incrementando su número de supermercados

La consolidación de la marca Champion en España, durante el ejercicio de 2000, ha dado como resultado una evolución positiva de las ventas y los beneficios. Muestra de ello es que durante el pasado año se han abierto 8 nuevos centros, y la facturación se ha incrementado un 6,6%.

La plantilla de Champion ha aumentado en el año 2000 en 313 personas, llegando a una cifra total de 4.462 empleados.

Champion, que está presente en 13 comunidades autónomas españolas, se estructura, en estos momentos, en dos grandes áreas: la zona Este, que cubre todo el arco mediterráneo (Cataluña, Comunidad Valenciana y Murcia) y la zona Centro, que desarrolla la actividad en el resto del territorio (Madrid, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Andalucía, Extremadura, Galicia, Asturias, Cantabria, Rioja y País Vasco).

Champion está ejecutando un plan de expansión con el que se implantará en diversas zonas de España donde todavía no está presente. En el ejercicio 2000 se han inaugurado 8 nuevos establecimientos, con una inversión superior a los 36 millones de euros.

Champion complementa la oferta de frescos con un amplio surtido de alimentos envasados, desglosados en cuatro líneas complementarias: las marcas líderes nacionales, los productos De Nuestra Tierra, la marca propia Champion y los productos de primer precio.

Al final del pasado año 2000 operaban 79 supermercados Champion, en 13 comunidades autónomas españolas, que representaban mas de 131.000 m2 de superficie comercial.

EVOLUCIÓN SUPERMERCADOS CHAMPION, S.A.

	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de Supermercados	67	71	6%	79	11%
Superficie comercial (m2)	123.852	119.451	-4%	131.427	10%
Ventas netas (mill. Ptas.)	62.369	58.114	-7%	61.983	7%

La evolución de los datos económicos fundamentales se recogen en el siguiente cuadro.

PRINCIPALES CIFRAS DE SUPERMERCADOS CHAMPION, S.A. **

Millones pesetas	1.998 *	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Patrimonio	19.090	14.376	-25%	9.905	-31%
Cifra de negocios	62.369	58.114	-7%	61.983	7%
Activos totales	43.096	37.950	-12%	36.389	-4%
Endeudamiento	23.004	23.445	2%	26.382	13%
Resultado antes de impuestos	405	(6.739)	C/S	(6.139)	-9%
Resultado después de impuestos	405	(4.714)	C/S	(4.472)	-5%

* Se incluyen datos del año completo

** Son datos de Supermercados Champion, S.A. y Sociedades Dependientes

Nota: Supermercados Champion, S.A. consolida por integración global desde la fecha de su adquisición, el 1 de febrero de 1.998. Los datos incluidos en este cuadro recogen los 12 meses de actividad de Champion en 1.998

Las ventas de productos de No Alimentación de Supermercados Champion, S.A. tiene un peso muy reducido ya que el 92% de las ventas es de productos de Alimentación (92% en el año 2000, 91% en 1999 y 87% en 1998).

La evolución del margen comercial de Champion, en porcentaje sobre la cifra de ventas netas; ha sido: el 27% en 1998, el 25% en 1999 y el 24% en el año 2000.

La distribución de las ventas netas por zonas geográficas ha sido en 1.998:

Millones de pesetas	CENTRO	NORTE	SUR	TOTAL
CHAMPION	37.324	16.734	8.311	62.369
%	60%	27%	13%	100%
Nº de tiendas	85	19	14	118

La distribución de las ventas netas por zonas geográficas ha sido en 1.999:

Millones de pesetas	CENTRO	% crecimiento	NORTE	% crecimiento	SUR	% crecimiento	TOTAL	% crecimiento
CHAMPION	33.239	-11%	15.598	-7%	9.277	12%	58.114	-7%
%	57%		27%		16%		100%	
Nº de tiendas	36	-58%	21	11%	14	0%	71	-40%

La distribución de las ventas brutas por zonas geográficas ha sido en 2.000:

Millones de pesetas	CENTRO	% crecimiento	NORTE	% crecimiento	SUR	% crecimiento	TOTAL	% crecimiento
CHAMPION	33.647	1%	18.143	16%	10.193	10	61.983	7%
%	54%		29%		17%		100%	
Nº de tiendas	40	11%	22	5%	17	21%	79	11%

Zona Centro: Castilla-León, Extremadura, Madrid, Castilla La Mancha, La Rioja, Comunidad Valenciana

Zona Norte: Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco, Aragón, Cataluña, Comunidad Balear

Zona Sur: Andalucía, Murcia, Canarias

IV.2.2.3 EXPORTACIONES

La actividad exportadora del Grupo Carrefour se realiza fundamentalmente a través de su filial Sociedad de Compras Modernas, S.A. (en adelante "Socomo").

Socomo, empresa filial de Carrefour que se dedica, desde 1987, a la exportación de frutas y hortalizas, vendió durante el año 2000, a diversos países europeos, un total de cerca 113.000 toneladas de frutas y verduras españolas (un 17,5% más que el año anterior), valoradas en torno a 16.000 millones de pesetas (un 20% más que el año anterior).

Socomo es el cuarto mayor exportador español de frutas y verduras españolas y gestiona anualmente más de 100 productos.

EXPORTACIONES DE CARREFOUR: REFERENCIAS

Nº de referencias/productos	1.998 *	1.999 *	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Alimentación	81	95	17%	110	16%
No alimentación	0	0		40	
Total	81	95	17%	150	58%

EXPORTACIONES DE CARREFOUR: TONELADAS

Toneladas.	1.998 *	1.999 *	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Alimentación	84.370	96.016	14%	112.836	18%
No alimentación	0	0		90	
Total	8.4370	96.016	14%	112.926	18%

EXPORTACIONES DE CARREFOUR: IMPORTE

Millones ptas.	1.998 *	1.999 *	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Alimentación	12.589	13.991	11%	16.520	18%
No alimentación	0	0		153	
Total	12.589	13.991	11%	16.673	19%

* Los datos de 1.998 y 1.999 corresponden a la sociedad Centros Comerciales Pryca, S.A. y sociedades dependientes.

Estas exportaciones se realizan a empresas del Grupo CARREFOUR, de las que el 98% son a empresas 100% del grupo y un 2% son a empresas participadas por el grupo como Price Costco (Gran Bretaña), Coop. Atlantique (Francia), Ortofin (Italia) y C.S.D. (Francia).

Los principales países a los que se exporta son, Francia, Italia, Portugal, Gran Bretaña, Polonia, Checoslovaquia y Eslovenia. El 97% de las exportaciones se realizan a países de la Unión Europea.

IV.2.2.4 SERVICIOS INMOBILIARIOS

Su actividad se centra en el desarrollo inmobiliario del Grupo, principalmente en el diseño, comercialización y gestión de centros comerciales a través de las Sociedades Carrefour y Centros Shopping, S.A.

Carrefour también realiza la promoción y gestión de centros comerciales, en la actualidad es propietaria de 11 galerías anexas a sus hipermercados, en las que se hallan ubicados más de 3000 locales arrendados a comerciantes.

Siguiendo la estrategia del Grupo Carrefour de desinversión de actividades no vinculadas directamente al negocio de la distribución, la sociedad Carrefour ha materializado en el año 2000 desinversiones en centros comerciales principalmente en dos operaciones :

- La venta de 7 Galerías Comerciales pertenecientes a Carrefour a la sociedad de origen francés Pradera en el marco de una operación de ámbito europeo pactada entre los Grupos Carrefour Francia y Pradera que ha supuesto la transmisión de la propiedad de 49.291 m2 de superficie comercial.
- En segundo lugar, la venta de 12.800 m2. de oficinas en el complejo inmobiliario Barcelona-Glorias a distintos inversores institucionales

- Y la venta de 21 Galerías Comerciales a la sociedad de origen francés Klépierre (grupo BNP-Paribas) en el marco de una operación de ámbito europeo pactada entre los Grupos Carrefour Francia y Klépierre, que ha supuesto la transmisión de la propiedad de 50.011 m² de superficie comercial.

La gestión de dichos activos vendidos a Klépierre será llevada a cabo por una sociedad mixta creada al efecto, Centros Shopping Gestión, S.L., y participada al 50 % por Klépierre y Carrefour.

EVOLUCIÓN GALERÍAS DE CARREFOUR

	1.998 ***	1.999 ***	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de Galerías	43	43	0%	17	-60%
Superficie en propiedad *	152	152	0%	68	-55%
Renta neta en propiedad **	3.918	4.201	7%	4.936	17%

* en miles de metros cuadrados

** en millones de pesetas

*** Los datos de 1.998 y 1.999 corresponden a las galerías propiedad de Centros Comerciales Pryca, S.A.

No existen datos contables auditados de la actividad de servicios inmobiliarios dado que la sociedad que integra las actividades de gestión y propiedad de los centros comerciales, Carrefour, sociedad individual, para el año 2000 y Centros Comerciales Pryca, S.A., sociedad individual, para los años 1.998 y 1.999 también integra otras actividades no relacionadas con dicha actividad, como la propiedad y explotación de hipermercados. Pero los resultados antes de impuestos de dicha sociedad, atribuibles a la actividad de gestión y propiedad de los centros comerciales, se estiman alrededor al 5% en 1998, del 7% en 1999 y del 4% en 2000 del respectivo resultado de cada año.

Centros Shopping, S.A., filial inmobiliaria del Grupo Carrefour especializada en el diseño, promoción y gestión de centros comerciales, gestionó en 1.999 una superficie comercial de unos 122.000 m², en 44 galerías comerciales, con unas rentas netas superiores a los 4.800 millones de pesetas mientras que en el año 2.000 terminó con una superficie comercial alquilable de alrededor de 64.000 m², en 18 galerías comerciales.

En 1.999 Centros Shopping, S.A. culminó una importante operación inmobiliaria mediante la constitución de una Sociedad Patrimonial denominada Iberia Retail Properties, S.L. al 50% con Foram International Holdings, filial del fondo de inversiones holandés VastNed Retail. Iberia Retail Properties, S.L. es propietaria de 4 centros comerciales situados en Murcia, Burgos, Getafe (Madrid) y San Blas (Madrid). Esta operación ha continuado en el año 2001 con la venta a Foram International Holdings de la participación del 50% que Centros Shopping, S.A. todavía mantenía en dicha sociedad. que ha supuesto la transmisión total de la propiedad de 17.056 m² de superficie comercial con 137 locales comerciales.

EVOLUCIÓN GALERÍAS DE CENTROS SHOPPING S.A.

	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de Galerías	42	44	5%	18	-59%
Superficie en propiedad *	134	122	-9%	64	-48%
Renta neta en propiedad **	4.603	4.887	6%	5.033	3%

* en miles de metros cuadrados

** en millones de pesetas

La evolución de los datos económicos fundamentales son:

PRINCIPALES CIFRAS DE CENTRO SHOPPING S.A.

Millones pesetas	1.988	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Patrimonio	11.625	14.613	26%	24.502	68%
Ingresos explotación	4.250	4.203	1%	3.809	-9%
Activos totales	32.124	33.724	4%	42.682	27%
Endeudamiento	20.492	18.248	-11%	17.319	-5%
Resultado antes de impuestos	3.464	4.556	32%	18.384	304%
Resultado después de impuestos	2.310	2.987	29%	11.990	301%

* Son datos de Centros Shopping, S.A.

IV.2.2.5 SERVICIOS FINANCIEROS

El Grupo Carrefour dispone actualmente de sus propias tarjetas de crédito privadas, gestionadas por las sociedades Financiera Pryca, E.F.C., S.A. (la tarjeta "Carrefour Pass") y Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A. (la tarjeta "Ágil").

Financiera Pryca, E.F.C., S.A., sociedad participada mayoritariamente por el Grupo Carrefour, puso en funcionamiento su tarjeta "Pryca Pass" en 1.998. Dicha tarjeta permite a sus titulares el pago mediante los sistemas de crédito, débito y pago diferido gratuito a final de mes. Durante 1.999 se desarrolló una fuerte actividad promocional orientada al aumento del parque de tarjetas y al incremento de su uso, por lo que al terminar el año había en circulación unas 750.000 tarjetas Pryca Pass. Este proceso continuó en el año 2.000 por lo que al terminar el año había en circulación unas 861.000 tarjetas que a lo largo del año se pasaron a denominar "Carrefour Pass"

Los procesos informáticos de la Sociedad se realizan por "Fimestic Servicios Informáticos, A.I.E." (participada en un 30% por Financiera Pryca, E.F.C., S.A), la que factura los servicios correspondientes.

EVOLUCIÓN FINANCIERA PRYCA EFC, S.A

	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de Tarjetas	537.733	749.670	39%	861.182	15%
Nº de Cuentas	492.021	595.438	21%	682.547	15%
Volúmen de operaciones gestionadas *	31.654	55.525	75%	66.361	20%

* en millones de pesetas

Durante el ejercicio 2000 la producción total de crédito ha sido de 42.259 millones de pesetas, representando un incremento sobre el ejercicio 1999 del 9,5%. En el citado importe se incluye la producción del "Préstamo Personal Pass", cuyo importe total alcanzó la cifra de 5.120 millones de pesetas.

Asimismo, la producción de contado, actividad que dio comienzo en septiembre del año 1998, alcanzó un importe de 24.102 millones de pesetas con un incremento sobre el ejercicio 1999 del 42,3%.

El beneficio antes de impuestos fue de 2.512 millones de pesetas y el beneficio neto después de impuestos alcanzó 1.633 millones de pesetas

La evolución de los datos económicos fundamentales se recogen en el siguiente cuadro.

PRINCIPALES CIFRAS DE FINANCIERA PRYCA EFC, S.A

Millones pesetas	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Patrimonio	3.949	4.918	25%	6.000	22%
Margen intermediación	3.319	3.983	20%	4.764	20%
Activos totales	26.385	37.590	42%	46.115	23%
Entidades de crédito	21.134	30.750	46%	36.816	26%
Resultado antes de impuestos	1.784	2.120	19%	2.512	19%
Resultado después de impuestos	1.167	1.378	18%	1.633	19%

Por su parte, Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A., sociedad 100% del Grupo CARREFOUR que gestiona la tarjeta Ágil, incrementó en unas 110.000 unidades el número de cuentas existentes en 1.999 mediante campañas de captación de titulares en los hipermercados Continente y supermercados Champion. Con este esfuerzo terminó el año 1.999 con mas de 1,3 millones de tarjetas Ágil.

Con el objetivo de aumentar los servicios de la tarjeta Ágil para sus titulares, durante el año 1.999 se inició la reconversión de parte de las tarjetas Ágil ya existentes a las nuevas tarjetas co-branding Agil-Amex, que permiten su utilización como medio de pago en todos los establecimientos del mundo que aceptan la tarjeta American Express, si bien, este contrato ha sido resuelto durante el 2001, por la política de la Sociedad de potenciar el uso de la tarjeta "Carrefour Pass".

En el año 2.000 la política del grupo fue potenciar la tarjeta "Carrefour Pass" haciendo partícipes a los titulares de la tarjeta "Agil" de las mismas opciones y ventajas que se fueron desarrollando para los titulares de la tarjeta "Carrefour Pass". Por ello todas las acciones promocionales se orientaron a la captación de nuevos titulares de la tarjeta "Carrefour Pass" por lo que se terminó el año con algo más de 1,2 millones de tarjetas "Agil", que permiten igualmente el pago mediante los sistemas de crédito, débito y pago diferido gratuito a final de mes, cifra ligeramente inferior a la del año anterior por esta promoción de la tarjeta "Carrefour Pass".

EVOLUCIÓN SERVICIOS FINANCIEROS CONTINENTE EFC, S.A.

	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de Tarjetas	1.145.675	1.352.471	18%	1.200.728	-11%
Nº de Cuentas	698.415	806.988	16%	838.919	4%
Volúmen de operaciones gestionadas *	72.950	87.261	20%	93.228	7%

*en millones de pesetas

Durante el ejercicio 2000 la producción total de crédito de Servicios Financieros Continente, E.F.C., S.A. ha sido de 14.024 millones de pesetas, representando un incremento sobre el ejercicio 1999 del 5,0%.

Asimismo, la producción de contado alcanzó una cifra de 79.205 millones de pesetas con un incremento sobre el ejercicio 1999 del 7,2%.

El beneficio antes de impuestos fue de 776 millones de pesetas y el beneficio neto después de impuestos alcanzó 504 millones de pesetas.

La evolución de los datos económicos fundamentales se recogen en el siguiente cuadro.

PRINCIPALES CIFRAS DE SERVICIOS FINANCIEROS CONTINENTE EFC, S.A.

Millones pesetas	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Patrimonio	1.284	1.711	33%	2.215	29%
Margen intermediación	931	930	0%	1.090	17%
Activos totales	11.768	12.969	10%	14.112	9%
Entidades de crédito	9.794	9.434	-7%	11.128	18%
Resultado antes de impuestos	543	646	19%	776	20%
Resultado después de impuestos	353	427	21%	504	18%

Los servicios financieros del grupo gestionan la tarjeta de compras Carrefour Pass y Agil, en sus stands presentes en todos los hipermercados de la cadena. Estos servicios financieros, con más de 150 empleados, gestionan aproximadamente 1,5 millones de cuentas, con más de dos millones de tarjetas, cuyos titulares disfrutan de las siguientes servicios: acceso directo a créditos gratuitos, posibilidad de simultanear el pago al contado y a crédito, descuentos en las estaciones de servicio del Grupo y promociones exclusivas con descuentos y sorteos. Carrefour Pass y Agil son unas tarjetas gratuitas y pueden utilizarse como medio de pago en todos los hipermercados de la empresa, en los supermercados Champion, y en las Ópticas Carrefour, estaciones de servicio y autocentros Feu Vert.

EVOLUCIÓN SERVICIOS FINANCIEROS DE CARREFOUR **

	1.998 **	1.999 **	% crecimiento	2.000 **	% crecimiento
Nº de Tarjetas	1.683.408	2.102.141	25%	2.061.910	-2%
Nº de Cuentas	1.190.436	1.402.426	18%	1.521.466	8%
Volúmen de operaciones gestionadas *	104.604	142.786	37%	159.589	12%

* en millones de pesetas

** Como suma de las magnitudes de las dos compañías financieras del grupo

Dentro del proceso de integración que se está produciendo, tras la fusión de Pryca y Continente, la política del grupo en relación con los servicios financieros es potenciar la tarjeta "Carrefour Pass", haciendo partícipes a los titulares de la tarjeta "Agil" de las mismas opciones y ventajas que se han ido desarrollando para los titulares de la tarjeta "Carrefour Pass", con el objetivo de unificar ambas tarjetas en el año 2.002.

IV.2.2.6 RESTAURACIÓN

Siguiendo con la estrategia del Grupo Carrefour de desinversión de actividades no vinculadas directamente al negocio de la distribución, el 23 de abril del 2001 se procedió a la venta del 100% de la participación que poseía de Centros de Neorestauración, S.A. a un grupo de inversores formado por Cafeterías California, S.A. y Grupo Zena como socios industriales y por los fondos de capital riesgo CVC e Inveralia como socios financieros.

Hasta ese momento la actividad de explotación y desarrollo de la oferta restauradora, operando con dos conceptos diferenciados que eran los restaurantes y las cervecerías, el Grupo Carrefour la había llevado a cabo a través de la citada sociedad Centros de Neorestauración, S.A. (en adelante "Cenesa").

Cenesa ha mantenido la evolución favorable en ventas y resultados de los últimos años. A finales de 2.000 Cenesa contaba con un total de 92 negocios de restauración en 55 centros, mientras que a diciembre de 1.999 tenía 97 negocios de restauración distribuidos en 53 Centros.

EVOLUCIÓN CENTROS DE RESTAURACIÓN DE CENESA

	1,998	1,999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de centros	50	53	6%	55	4
Nº de negocios	94	97	3%	92	-5%
Superficie (m2)	29.621	30.113	2%	29.401	-2%
Ventas netas (mill. Ptas.)	8.075	8.462	5%	8.290	-2%

La evolución de los datos económicos fundamentales se recogen en el siguiente cuadro.

PRINCIPALES CIFRAS DE CENESA

Millones pesetas	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Patrimonio	2.143	2.426	13%	2.704	11%
Cifra de negocios	8.075	8.462	5%	8.290	-2%
Activos totales	5.163	3.559	-31%	4.200	18%
Endeudamiento	3.021	1.133	-62%	1.496	32%
Resultado antes de impuestos	344	437	27%	442	1%
Resultado después de impuestos	188	284	51%	283	-0%

IV.2.2.7 AUTOCENTROS

Esta actividad consiste en la explotación y desarrollo de Autocentros (tiendas-taller dedicadas a la venta y montaje de accesorios del automóvil) que hasta el año 2.000 fue desarrollada por Autocenter Delauto, S.A. (filial del antiguo Grupo Pryca) y por Feu Vert Ibérica, S.A. (participada por Continente)

Los Administradores de Feu Vert Ibérica, S.A. y de Autocenter Delauto, S.A. aprobaron el 25 de septiembre de 2000 el proyecto de fusión de ambas sociedades, fusión que se ha llevado a cabo mediante la absorción de Autocenter Delauto, S.A. por parte de Feu Vert Ibérica, S.A., con efectos económicos y contables 1 de julio de 2000.

Tras esta operación Feu Vert Ibérica, S.A., se convirtió en la única compañía de autocentros del Grupo Carrefour, estando participada al 50% por Carrefour, y Feu Vert, S.A. (sociedad francesa especialista de autocentros).

Con la incorporación a partir del 1 de julio de 2.000 de los 14 establecimientos que poseía Autocenter Delauto, S.A. y las aperturas que realizó en ese año Feu Vert Ibérica, S.A. cerró el ejercicio 2.000 con 60 establecimientos, dedicados a la postventa de recambios y accesorios, al servicio rápido de instalación de repuestos y la puesta a punto del automóvil. Los más de 1.100 empleados en los 425 boxes que tenía la compañía en sus 43.978 m2 de talleres atendieron, durante el pasado año, a más de 2 millones de clientes y realizaron intervenciones en más de 750.000 coches. Todo esto supuso un aumento en las ventas del 25% con respecto al ejercicio de 1.999..

EVOLUCIÓN DE FEU VERT IBERICA, S.A.

	1,998	1,999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de centros	36	40	11%	60	50%
Superficie (m2)	26.162	28.922	11%	43.978	52%
Ventas netas (mill. Ptas.)	7.131	9.505	33%	11.854	25%

Feu Vert Ibérica, S.A. en el año 2.000 abrió nuevos centros junto a los hipermercados de Torre Vieja y Petrer (ambos en Alicante), Dos Hermanas (Sevilla) y Granada. Además,

inauguró medianas superficies, en este caso independientes y no ubicadas junto a centros de Carrefour, en Molina de Segura y Renfe-Coruña.

La evolución de los datos económicos fundamentales se recogen en el siguiente cuadro.

PRINCIPALES CIFRAS DE FEU VERT IBERICA, S.A.

Millones pesetas	1,998	1,999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Patrimonio	722	1,088	51%	1.663	53%
Cifra de negocios	7,131	9,505	33%	11.854	25%
Activos totales	4,956	5,667	14%	8.657	53%
Endeudamiento	4,234	4,580	8%	6.994	53%
Resultado antes de impuestos	339	563	66%	574	2%
Resultado después de impuestos	249	366	47%	502	37%

AUTOCENTER DELAUTO,S.A. hasta el 1 de julio del 2.000 era una filial 100% del grupo PRYCA dedicada a la explotación de establecimientos especializados en la venta de recambios y accesorios y en el servicio rápido de instalación de repuestos, mantenimiento y puesta a punto del automóvil. A finales de 1.999 tenía 14 establecimientos, con una superficie total de 15.379 m², y había comenzado un proceso de reforma de los centros para adecuarlos a un nuevo concepto del negocio.

EVOLUCIÓN AUTOCENTROS DELAUTO, S.A.

	1.998	1.999	% crecimiento
Nº de centros	13	14	8%
Superficie (m2)	14.143	15.379	9%
Ventas netas (mill. ptas.)	2.641	2.735	4%

La evolución de los datos económicos fundamentales se recogen en el siguiente cuadro.

PRINCIPALES CIFRAS DE AUTOCENTROS DELAUTO, S.A.

Millones pesetas	1.998	1.999	% crecimiento
Patrimonio	362	218	-40%
Cifra de negocios	2.641	2.735	4%
Activos totales	1.813	1.829	1%
Endeudamiento	1.390	1.569	13%
Resultado antes de impuestos	(170)	(164)	-4%
Resultado después de impuestos	(170)	(164)	-4%

IV.2.2.8 ESTACIONES DE SERVICIO

Este negocio surgió principalmente con el objetivo de dar un servicio adicional a los clientes que acuden a los centros comerciales, ofreciendo precios de los combustibles mas bajos a los clientes que superan un determinado volumen de compra o utilizan las propias tarjetas de crédito privadas que tienen ambas compañías.

Esta actividad se desarrolla a través de Carrefour Estaciones de Servicio, S.A., sociedad constituida en 1.999, y de la propia Carrefour .

Carrefour Estaciones de Servicio, S.A. es una empresa 100% filial de Carrefour, creada en 1.999, y que en ese año poseía una estación de servicio en Valladolid, con apertura de 24

horas al día. A lo largo del año 2.000 abrió 4 nuevas estaciones de servicio en Valladolid, Camas (Sevilla), Alzira y Paterna (ambas en Valencia) por lo que a 31 de Diciembre de 2.000 contaba con 5 estaciones de servicio cuya facturación en dicho año fue de 1.650 millones de pesetas.

Por otro lado Carrefour, como consecuencia de la fusión de Pryca y Continente, ha incorporado las estaciones de servicio que esta última sociedad poseía, terminando el año 2000 con un total de 15 estaciones de servicio (incluyendo las 2 estaciones de servicio franquiciadas) .La facturación de las 13 estaciones de servicio propiedad de Carrefour, en el año 2.000, fue de 12.346 millones de pesetas.

Además, Carrefour posee otras dos estaciones de servicio que son abanderadas, una por Cepsa, y la otra por B.P.

En el año 2.000 todas las aperturas de nuevas estaciones de servicio han sido realizadas por Carrefour Estaciones de Servicio, S.A.

EVOLUCIÓN DE LAS ESTACIONES DE SERVICIO DE CARREFOUR

Sólo estaciones de servicio en propiedad	1.998 **	1.999 **	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de centros	9	13	44%	13	0%
Ventas netas *	5.104	7.305	43%	10.643	46%
Inmovilizado Neto *	615	741	20%	735	-1%

* en millones de pesetas

** durante los años , 1.998 y 1.999 estaban integradas en. Continente

EVOLUCIÓN DE LAS EESS DE CARREFOUR ESTACIONES DE SERVICIO, S.A.

Sólo estaciones de servicio en propiedad	1.999	2.000	% crecimiento
Nº de centros	1	5	400%
Ventas netas *	84	1.423	1.594%
Inmovilizado Neto *	295	751	155%

La sociedad fue creada en 1.997

* en millones de pesetas

La significativa subida de los precios de los carburantes ha hecho más atractiva la política habitual de descuentos de 5 pesetas por litro que se ha aplicado en todo tipo de combustible, y que en períodos promocionales ha llegado a ser de hasta 12 pesetas por litro.

No existen datos contables auditados de dicha actividad, que integra la actividad y la propiedad de las estaciones de servicio del Grupo Carrefour, en su mayoría se encuentra integrada en Carrefour, sociedad individual, para el año 2000 y en Continente, sociedad individual, para los años 1.998 y 1.999 que a su vez también integra otras actividades no relacionadas con las estaciones de servicio, como las actividades de gestión y propiedad de los hipermercados con mucho mayor peso en dichas cuentas. Pero los resultados antes de impuestos del grupo, atribuibles a la actividad de estaciones de servicio, se estiman que son alrededor del 0,6% para 1998, del 0,7% para 1999 y del 0% para el 2000, de los resultados de cada año.

IV.2.2.9 ÓPTICAS

Constituye una actividad de reciente implantación iniciada por Pryca en octubre de 1.998 que se desarrolla a través de la sociedad Ópticas Carrefour, S.A., propiedad 100% de Carrefour.

Las ópticas de Carrefour cuentan con una superficie que oscila entre los 60 y los 120 m², disponiendo de taller propio, y sala de refracción y de contactología. La posibilidad de la compra en libre servicio o con atención personalizada, el asesoramiento por medio de

profesionales, la implantación del surtido, la rapidez del servicio y los precios ajustados ha sido el nuevo concepto de ópticas que el grupo ha desarrollado. Por otro lado, la empresa ha desarrollado este año su marca propia en líquidos, lentillas y monturas.

La Sociedad desarrolla su actividad en locales ubicados en centros comerciales, parte de los cuales son propiedad de sociedades del Grupo. Al 31 de diciembre de 2000 la Sociedad tenía abiertas 28 tiendas distribuidas por todo el territorio nacional, 16 de las cuales se corresponden con aperturas realizadas en el ejercicio 2000.

EVOLUCIÓN DE ÓPTICAS CARREFOUR, S.A

	1,998	1,999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de centros	4	12	200%	28	133%
Superficie (m2)	347	1,044	201%	2.489	138%
Ventas netas (mill. Ptas.)	20	439	2.095%	1.065	143%

El pasado año 2.000, 281.221 personas confiaron su visión a Ópticas Carrefour. Se elaboraron 50.000 monturas y se vendieron 100.000 cristales. Las inversiones realizadas durante el año 2000 han sido más de 500 millones de pesetas y la facturación se situó entorno a los 1.100 millones de pesetas.

La evolución de los datos económicos fundamentales se recogen en el siguiente cuadro.

PRINCIPALES CIFRAS DE OPTICAS CARREFOUR S.A.

Millones pesetas	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Patrimonio	(16)	273	C/s	275	1%
Cifra de negocios	20	439	2.085%	1.065	143%
Activos totales	230	634	176%	1.467	132%
Endeudamiento	224	361	61%	1.193	230%
Resultado antes de impuestos	(24)	(0)	-100%	2	C/S
Resultado después de impuestos	(25)	(0)	-100%	1	C/S

IV .2.2.10 SEGUROS

A lo largo del año 1.999 y del 2.000 se ha continuado la comercialización de diferentes tipos de seguros bajo el nombre de Seguros Ágil como una actividad más de la sociedad financiera Servicios Financieros Continente, EFC, S.A. Los datos de esta actividad, en esos años, están integrado en los resultados de dicha sociedad.

Carrefour con el objetivo de potenciar su actividad en el sector de los seguros ha constituido una sociedad filial a finales del año 2.000 y que será la encargada de gestionar esta unidad de negocio dentro del Grupo que se denomina Correduría de Seguros Carrefour, S.A.

La citada sociedad acometerá la apertura de oficinas junto a la sala de venta de los hipermercados de la cadena. Estas oficinas ofrecerán la posibilidad de contratar, de una forma sencilla y rápida, seguros de hogar, automóvil, salud, accidentes y vida, entre otras opciones.

IV.2.2.11 AGENCIA DE VIAJES

Durante 1.999 se abrieron siete nuevas oficinas de Vacaciones Ágil. El desarrollo de agencias de viajes de Vacaciones Ágil se realizaba mediante un acuerdo de colaboración con Viajes Marsans, S.A. para la implantación del servicio de ventas de viajes, principalmente de ámbito vacacional, en los hipermercados de Continente.

EVOLUCIÓN VACACIONES ÁGIL

	1.998	1.999	% crecimiento	2.000	% crecimiento
Nº de agencias de viaje	3	10	233%	0	SD
Facturación *	160	646	304%	1.151	78%

* en millones de pesetas

A lo largo del año 2.000 se procedió a la elaboración de un nuevo plan estratégico de esta línea de negocio, como resultado del cual se rescindió el acuerdo de colaboración con Viajes Marsans, S.A. cerrándose las 10 agencias de viaje existente en el cuarto trimestre de ese mismo año.

Esta línea de negocios durante los años 1998 y 1999 fue desarrollada como actividad más de la sociedad financiera Servicios Financieros Continente, EFC, S.A. Los datos de esta actividad, en esos años, está integrado en los resultados de dicha sociedad.

En el año 2.000, como consecuencia del nuevo enfoque estratégico de esta línea de negocio, se creó la sociedad Viajes Carrefour, S.L. Sociedad Unipersonal que se ha posicionado como una agencia con precios competitivos en la gama media/alta de viajes, con un alto componente de control de calidad de sus servicios.

Las locales de estas agencias se conciben como espacios de libre servicio, en los que los clientes son atendidos por asesores de viajes que les informan sobre los diferentes productos y procedimientos de reserva.

IV.2.2.12 COMERCIO ELECTRÓNICO

En 1.999, tanto Pryca como Continente tenían presencia en Internet a nivel corporativo con una actualización permanente de contenidos e información útil para los usuarios, lo que supuso que durante el pasado año se multiplicaran las visitas a sus respectivas webs.

Durante ese año, comprar por vía electrónica en Continente se había convertido en una realidad. Cualquier persona podía adquirir los productos seleccionados en el amplio surtido ofrecido a través de su página web.

El Grupo Carrefour considera que Internet y las nuevas tecnologías son unas herramientas de creación de valor que le permitirán:

- Mejorar la eficacia de sus compras en el mercado mundial.
- Incrementar el volumen de sus ventas tanto en los puntos de venta como en Internet, gracias al desarrollo del marketing personalizado.

Así el nuevo grupo se posiciona en los dos segmentos del mercado de Internet y de las nuevas tecnologías que son:

- La venta a los consumidores finales, es decir, el "business to consumers"
- Las transacciones entre empresas, es decir, el "business to business"

IV.2.3. Descripción de los principales grupos o familias de productos, servicios o líneas de actividad del Grupo CARREFOUR.

Carrefour tiene como principal objetivo responder a las necesidades de sus clientes y facilitarles sus compras mediante el ofrecimiento de diversidad de productos y servicios a precios competitivos.

El cliente, como eje de actuación, define la política comercial de Carrefour, la cual se sustenta en:

- La oferta comercial. Campañas como la de Rebajas 3x2; Precios Congelados durante un año; los descuentos en los libros de texto o en el combustible de las estaciones de servicio de la cadena, son ejemplos de precios competitivos.

- La Marca Propia, que ofrece productos con una buena relación calidad-precio, además de una seguridad alimentaria rigurosa y garantizada.
- El Marketing de clientes: apoyado en la tarjeta de fidelización de Club CARREFOUR que permite un marketing personalizado, es decir, permite la gestión de la oferta comercial “one to one” según los diferentes perfiles de los consumidores.

Oferta Comercial

Productos de Gran Consumo (“PGC”)

Dentro de este área, y una vez culminado con éxito el proceso de convergencia de su surtido, Carrefour pone a disposición del consumidor español más de 10.000 referencias con una segmentación de la oferta que cubre todas las necesidades:

- **Primeros Precios.** Artículos producidos por fabricantes independientes con una calidad satisfactoria y con un precio inferior al de las Marcas Nacionales. Con los productos de primer precio se cubre el nivel más bajo del mercado.
- **Marca Propia.** Marca creada y registrada por CARREFOUR, propietaria del conjunto de sus elementos distintivos (nombre, logotipo, diseño del embalaje), y cuyo producto es fabricado por un fabricante independiente bajo las condiciones fijadas por CARREFOUR que a su vez realiza un control de la calidad de los procesos de producción y del producto.

Se cuentan con dos tipos de marcas propias:

La marca de la enseña o marca del distribuidor: *CARREFOUR*

Marcas propias especializadas o marcas privadas: sobre todo en textil y bazar como *Tex, Basic, Firstline* y *Bluesky*

- **Marcas Nacionales e Internacionales.** Artículos producidos por los fabricantes líderes de su segmento, que se venden con la marca de su fabricante y que tienen una reconocida calidad y prestigio en el mercado
- **Marcas Regionales y Locales.** La Empresa incide en que, en cada una de las localidades y provincias donde está presente, exista, en sus surtidos, una especial presencia de productos agroalimentarios elaborados en la zona.

Asimismo, para ofrecer el mejor servicio al cliente, en 2000 se realizaron acuerdos con algunos proveedores para definir y desarrollar categorías de productos e introducir procesos de optimización del back-office. Estos proyectos se consolidarán y ampliarán en 2001.

Productos frescos

Carrefour aboga por el máximo desarrollo del control en origen que, apoyándose en una amplia red de plataformas y en compradores y controladores de calidad, garantiza la calidad del producto fresco en todos sus establecimientos.

Socomo (Sociedad de Compras Modernas) es la empresa española filial de Carrefour que se ocupa del abastecimiento y control de calidad de los productos hortofrutícolas comercializados en los centros de la cadena, tanto en España como en otros países europeos donde el Grupo opera. Dicha circunstancia hace que Socomo sea el cuarto mayor exportador español de frutas y verduras españolas. La sociedad, especialista en frutas y verduras desde 1987, gestiona anualmente más de 600 referencias.

La garantía de calidad del resto de productos frescos comercializados en la cadena se completa con los controles analíticos de productos y procesos que lleva a cabo el departamento de Calidad de Carrefour. Dicho departamento realiza, cada año, más de 60.000 análisis y 750 auditorías internas y externas, a través de laboratorios certificados por ENAC.

La oferta comercial de productos frescos recoge desde la Marca Propia Carrefour en las secciones de charcutería, frutería y carnicería, con una amplia variedad de nuevos

formatos, gamas de producto y fórmulas de venta, hasta la marca exclusiva Calidad Tradición Carrefour.

Bazar y electro

Los sectores electro-bazar incluyen los productos de cultura-comunicación; hogar; mantenimiento y ocio-tiempo libre. En el apartado de cultura-comunicación encontramos libros, discos, papelería, material de oficina, informática, vídeo, televisión, gama marrón y fotografía. Por su parte, el espacio dedicado a hogar dispone de la línea blanca de electrodomésticos, PAE (Pequeño Aparato Electrodoméstico), menaje y droguería del bazar: material de cocina y vajillas. La sección de mantenimiento de la casa, el coche y el jardín ofrece recambios y accesorios del automóvil, así como artículos para el cuidado del jardín. La de ocio y tiempo libre incluye juguetes, artículos deportivos y de camping, además de contar con servicios novedosos, como un taller de bicicletas.

Las Marcas Propias en los sectores de bazar-electro son:

- *Carrefour*; en menaje, ocio-cultura, bricolaje, casa-hogar, automóvil y jardinería.
- *Number One* y *Top Bike*; en artículos de deporte y bicicletas, respectivamente.
- *Firstline* y *Bluesky*, en electrodomésticos, imagen y sonido, artículos de gama blanca y Pequeño Aparato Electrodoméstico.

Textil

Primavera-Verano 2001 ha sido la primera colección de la Compañía en España. Se trata de una colección con un posicionamiento similar al de las cadenas especializadas en textil. Asimismo, junto a las colecciones, el sector de textil cuenta con un surtido permanente.

En lo referente a servicios, los centros Carrefour realizan arreglos como la recogida gratuita de bajos de faldas y pantalones o el bordado de iniciales. Para apoyar y mejorar el desarrollo de las colecciones, durante el presente ejercicio se ha creado una Central Europea de Textil, que contará con parte de sus oficinas en Madrid.

El sector de textil incluye las secciones de calzado, puericultura, ropa hogar y confección (señora, caballero e infantil).

Las Marcas Propias en el textil son:

- *Tex* en ropa de hogar, calzado, complementos, interiores y confección.
- *Basic* en prendas con diseños sencillos y universales.
- *Republic Aviation* en prendas de ropa juvenil.

La Marca Propia, como elemento diferenciador

La Marca Propia son aquellas marcas creadas y registrada por CARREFOUR, propietaria del conjunto de sus elementos distintivos (nombre, logotipo, diseño del embalaje), y cuyo producto es fabricado por un fabricante independiente bajo las condiciones fijadas por CARREFOUR que a su vez realiza un control de la calidad de los procesos de producción y del producto

En el apartado anterior ya se han descrito las principales Marcas Propias que tiene el grupo en Textil, Bazar y Electro. En cuanto a las Marcas Propias de alimentación se pueden reseñar:

El producto Carrefour

En lo que se refiere a la marca Carrefour de PGC (que también existe para productos de bazar), la Compañía cuenta con unos 1.500 artículos que incluyen todas las familias de productos con alta rotación (aceites, café, legumbres, arroces, cereales, conservas, pastas, refrescos...), que tienen en común el contar con la calidad de la marca líder del fabricante, una seguridad garantizada por el departamento de Calidad de Carrefour, y un precio competitivo.

Además, los productos Carrefour de alimentación son, mayoritariamente, de origen español (siete de cada diez), y existen referencias avaladas por los Consejos Reguladores o las

Denominaciones de Origen, como Espárragos de Navarra, Arroz Delta del Ebro, Turrón de Jijona, distintos vinos con D.O. Rioja, Navarra o Ribera del Duero, entre otras.

En lo referente a calidad, la Empresa no se limita a controlarla, sino que la gestiona en las distintas etapas de producción, a través de su propio departamento. Éste cuenta con el certificado ISO 9003 y está compuesto por 12 personas que trabajan con 14 laboratorios externos y dos internos, así como con un laboratorio de análisis sensorial en la central. En este sentido, los productos marca Carrefour están sujetos, cada año, a 3.000 análisis externos y a 500 análisis internos.

Carrefour cuenta también con una central de Compras internacional, la DMMG (Dirección de Marketing y Mercancías de Grupo). Ésta centraliza la compra de determinadas referencias de marca propia, que están incluidas en los surtidos de distintos países europeos donde la Empresa está presente. De esta forma, se obtienen importantes sinergias, que se traducen en una mejora de precios para el consumidor.

Productos “De Nuestra Tierra”

La marca propia de PGC también cuenta con una línea de artículos, creada en 1999, que merece especial relevancia tanto por su novedad como por su importancia. Se trata de los productos “De Nuestra Tierra”, artículos representativos de la gastronomía española producidos al 100% con materias primas de origen español, que tienen una elaboración tradicional y, en la mayoría de ocasiones, completamente artesanal y la mayoría de ellos tienen Denominación de Origen (D.O) o Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P).

Carrefour selecciona los productos y las pymes con capacidad técnica y condiciones de fabricación necesarias para elaborar esta línea de artículos y desarrolla con los proveedores de productos De Nuestra Tierra acuerdos estables a los que se les da la máxima duración. Ya elaborados y, tras un control de calidad, se someten al juicio de expertos, dirigido por el restaurador Pedro Subijana.

Productos “Calidad Tradición Carrefour” (“CTC”)

Carrefour, ofrece en su sección de productos frescos la gama “Calidad Tradición Carrefour” que la componen una línea de artículos sanos, con un alto valor nutritivo y respetuosos con el medio ambiente. Para ello Carrefour se asocia con agricultores, ganaderos y pescadores estableciendo relaciones a largo plazo con ellos a cambio de que respeten un libro de especificaciones establecido bajo el control de organismos independientes y donde se prima el empleo de abonos naturales, la eliminación o reducción de fertilizantes químicos y fitosanitarios, la reducción de residuos no reciclables y la garantía de calidad en el producto.

En este proyecto participan proveedores procedentes de distintas provincias de todo el país. Sólo cuando existe escasez o ausencia de materias primas españolas, para lograr el producto deseado, se ha recurrido al aprovisionamiento en otros países, como es el caso del salmón noruego.

Club Carrefour, gestión comercial en base al marketing personalizado

Carrefour inició durante el mes de noviembre del pasado año 2.000, la implantación en parte de sus hipermercados del denominado Club Carrefour: su nuevo programa de fidelización en España que permite pasar de un marketing masivo hacia el cliente a un marketing personalizado. Es decir, se trata de una herramienta que gestiona la oferta comercial en una relación one to one, según los diferentes perfiles de los consumidores.

El Club, al que cualquiera puede asociarse de forma completamente gratuita, o al que se pertenece por ser titular de la tarjeta de pago Carrefour Pass o Agil, ofrece distintas ventajas a sus asociados como son la aplicación automática de precios exclusivos.

IV.2.3.1 SURTIDO TOTAL POR TIPO DE CENTROS

El surtido de un centro lo compone una multitud de referencias. Cada referencia representa e individualiza a un producto, marca, envase, talla o color diferente. Así una marca de detergente en polvo no es una única referencia, sino que habrá una referencia diferente para cada una de los envases, 18 cacitos, 36 cacitos, 54 cacitos, ...

SURTIDO DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR

NUMERO DE REFERENCIAS TOTALES MEDIAS POR HIPERMERCADO (*)

Nº de referencias	2.000	% sobre el total de referencias
Alimentación	14.521	28,4
No alimentación	36.621	71,6
Total referencias medias	51.142	100

* Son las referencias que un hipermercado medio tiene a la venta en el año

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour las políticas seguidas por Pryca y Continente eran completamente independientes por lo que no existen datos consolidados y sólo se puede aportar información de ambas compañías, para un reflejo de la evolución de los surtidos.

SURTIDO DE LOS HIPERMERCADOS PRYCA

NUMERO DE REFERENCIAS TOTALES MEDIAS POR HIPERMERCADO (*)

Nº de referencias	1,998	% sobre el total de referencias	1,999	% sobre el total de referencias
Alimentación	17.961	33,5	19.400	33,5
No alimentación	35.686	66,5	38.540	66,5
Total referencias medias	53.647	100	57.940	100

* Son las referencias que un hipermercado medio tiene a la venta en el año

SURTIDO DE LOS HIPERMERCADOS CONTINENTE

NUMERO DE REFERENCIAS TOTALES MEDIAS POR HIPERMERCADO (*)

Nº de referencias	1,998	% sobre el total de referencias	1,999	% sobre el total de referencias
Alimentación	10.429	15,1	11.088	15,9
No alimentación	58.461	84,9	58.629	84,1
Total referencias medias	68.890	100	69.717	100

* Son las referencias que un hipermercado medio tiene a la venta en el año

SURTIDO DE SUPERMERCADOS CHAMPION, S.A.

Nº DE REFERENCIAS MEDIAS POR SUPERMERCADO CHAMPION

Nº de referencias	1.998	% sobre el total de referencias	1.999	% sobre el total de referencias	2.000	% sobre el total de referencias
Alimentación	7.882	71,5	8.767	88,3	6.866	68,6
No alimentación	3.145	28,5	1.158	11,7	3.137	31,4
Total referencias medias	11.027	100	9.925	100	10.003	100

V.2.3.2 SURTIDO DE MARCA PROPIA POR TIPO DE CENTROS

SURTIDO DE MARCA PROPIA DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR

Carrefour cuenta con más de 14.000 referencias de marcas propias.

NUMERO DE REFERENCIAS DE MARCA PROPIA EN HIPERMERCADOS

Nº de referencias	2.000	% sobre el total de referencias *
Alimentación	1.711	11,8
No alimentación **	12.595	34,4
Total referencias medias	14.306	28,0

* % sobre el surtido total de cada categoría

** El 87% del surtido de Textil es marca Propia

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour las políticas seguidas por Pryca y Continente eran completamente independientes por lo que no existen datos consolidados y sólo se puede aportar información de ambas compañías.

SURTIDO DE MARCA PROPIA DE LOS HIPERMERCADOS PRYCA

Pryca contaba con más de 3.300 referencias de marcas propias.

NUMERO DE REFERENCIAS DE MARCA PROPIA EN HIPERMERCADOS

Nº de referencias	1,998	% sobre el total de referencias *	1,999	% sobre el total de referencias *
Alimentación	826	4,6	877	4,5
No alimentación	1.925	5,4	2.482	6,4
Total referencias medias	2.751	5,1	3.359	5,8

* % sobre el surtido total de cada categoría

SURTIDO DE MARCA PROPIA DE LOS HIPERMERCADOS CONTINENTE

Continente contaba con más de 8.500 referencias de marcas propias.

NUMERO DE REFERENCIAS DE MARCA PROPIA EN HIPERMERCADOS

Nº de referencias	1.998	% sobre el total de referencias *	1.999	% sobre el total de referencias *
Alimentación	1.530	14,7	1.600	14,4
No alimentación	8.133	13,9	7.063	12,1
Total referencias medias	9.663	14,0	8.663	12,4

* % sobre el surtido total de cada categoría

SURTIDO DE MARCA PROPIA DE SUPERMERCADOS CHAMPION. S.A.

NUMERO DE REFERENCIAS DE MARCA PROPIA EN SUPERMERCADOS

Nº de referencias	1.998	% sobre el total de referencias *	1.999	% sobre el total de referencias *	2.000	% sobre el total de referencias *
Alimentación	1.328	16,9	1.518	17,3	918	13,4
No alimentación	Variable según campañas		767	66,2	848	27,0
Total referencias medias	1.328	12,0	2.285	23,0	1.766	17,7

* % sobre el surtido total de cada categoría

IV.2.3.3 SURTIDO DE PRIMER PRECIO POR TIPO DE CENTROS

Con los productos de primer precio se cubre el nivel más bajo del mercado. Básicamente se han desarrollado sólo para la alimentación envasada

SURTIDO DE PRIMER PRECIO DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR

Carrefour cuenta con más de 380 referencias de primer precio.

Nº DE REFERENCIAS DE PRIMER PRECIO EN HIPERMERCADOS

Nº de referencias	2.000	% sobre el total de referencias *
Alimentación	385	2,7

* % sobre el surtido total de cada categoría

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour las políticas seguidas por Pryca y Continente eran completamente independientes por lo que no existen datos consolidados y sólo se puede aportar información de ambas compañías.

SURTIDO DE PRIMER PRECIO DE LOS HIPERMERCADOS PRYCA

PRYCA contaba con más de 470 referencias de primer precio.

Nº DE REFERENCIAS DE PRIMER PRECIO EN HIPERMERCADOS

Nº de referencias	1,998	% sobre el total de referencias *	1,999	% sobre el total de referencias *
Alimentación	491	2,7	473	2,4

* % sobre el surtido total de cada categoría

SURTIDO DE PRIMER PRECIO DE LOS HIPERMERCADOS CONTINENTE

Continente contaba con mas de 370 referencias de primer precio.

Nº DE REFERENCIAS DE PRIMER PRECIO EN HIPERMERCADOS

Nº de referencias	1.998	% sobre el total de referencias *	1.999	% sobre el total de referencias *
Alimentación	355	3,4	370	3,3

* % sobre el surtido total de cada categoría

Los sistemas de información con que actualmente se trabajan hacen posible trabajar con un mayor número de referencias sin incurrir en sobrecostos de stock ni de gestión.

SURTIDO DE PRIMER PRECIO DE SUPERMERCADOS CHAMPION. S.A.

Nº DE REFERENCIAS DE PRIMER PRECIO EN SUPERMERCADOS

Nº de referencias	1.998	% sobre el total de referencias *	1.999	% sobre el total de referencias *	2.000	% sobre el total de referencias *
Alimentación	276	3,5	314	3,6	162	2,4

* % sobre el surtido total de cada categoría

IV.2.4. Política de precios

La fijación de los precios de venta de los productos se gestiona de forma centralizada teniendo en cuenta las características individuales tanto del entorno competitivo de cada centro, como las de los productos. De esta forma el precio de venta está adaptado por centro y producto.

Ésto permite generar precios fijos y distintos por centro para la gran mayoría de los productos, y la posibilidad de adaptaciones locales puntuales para aquellos productos más sensibles, labor que realizan de forma directa en cada uno de los Centros a partir de unas bandas de precios también definidas centralizadamente.

Los precios de venta en promoción se gestionan centralizadamente en su totalidad, en base a la política promocional de la Compañía, que se encuentra definida dentro de los Planes Comerciales mensuales.

IV.2.5. Descripción de los principales elementos del coste de los productos vendidos y características de los suministradores.

IV.2.5.1 COMPRAS

Al tratarse principalmente de un negocio de venta al por menor, el input principal es el coste de las mercancías vendidas.

En el año 2.000 el coste de las mercancías vendidas ha representado para Carrefour un 77,5% de las ventas netas, mientras que en las cuentas proforma del nuevo grupo para 1.999 fue del 79,1%.

En los años anteriores el coste de las mercancías vendidas representó para Pryca en 1.998 un 78,8% de las ventas netas y en 1.999 un 79,0%, y para Continente un 78,4% en 1.998 y un 78,6% en 1.999.

No existe ningún proveedor que suministre más del 5% de las compras efectuadas.

Existen, básicamente, dos tipos de negociación con los proveedores:

- Negociación Anual
- Negociación Mensual

Negociación anual

Se desarrolla a principios del año para el que estarán en vigor las condiciones negociadas o a finales del precedente. En esta se negocian las condiciones generales de compra, que incluyen principalmente los siguientes conceptos:

- Precio de Coste Tarifa
- Descuentos Generales sobre Tarifa
- Condiciones Logísticas (Paletización y transporte, Plazos de entrega, ...)
- Condiciones Generales por Servicios (Publicidad, surtido, exposiciones y planes promocionales...)
- Condiciones de Pago

Por otra parte y en general también se establecen, en la Negociación Anual, los objetivos de rentabilidad (por ocupación de espacio de lineal) y competitividad (posicionamiento de precios).

Negociación mensual

Se desarrollan periódicamente durante el año, habitualmente con cadencia mensual.

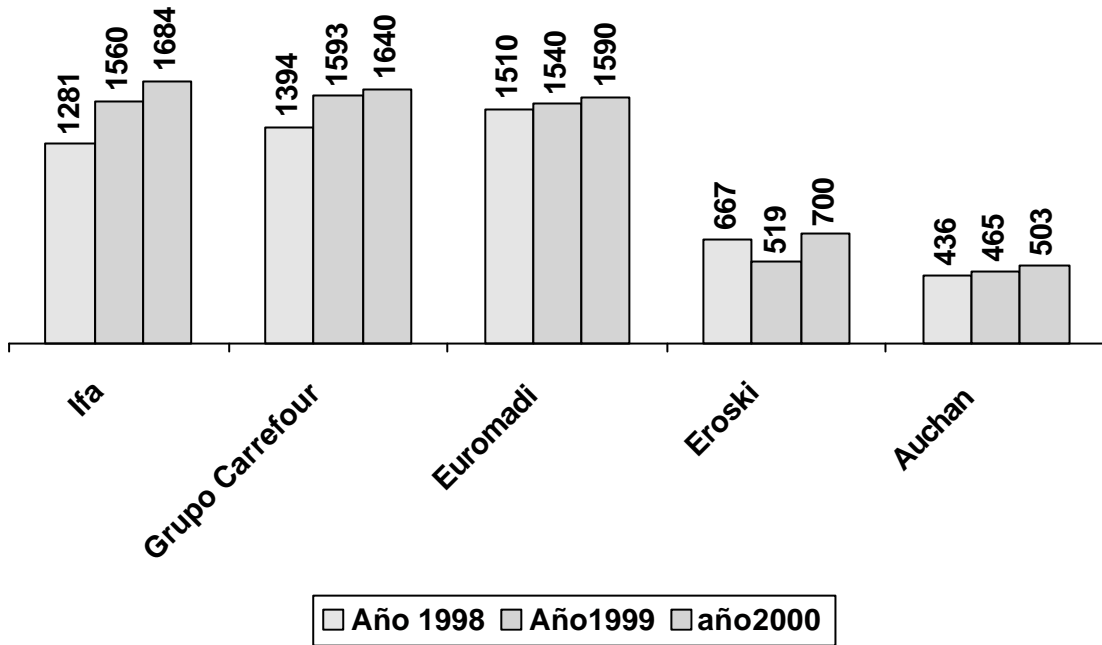
Estas negociaciones están centradas en la negociación de descuentos y/o condiciones promocionales de los artículos incluidos en los planes promocionales, así como en la renegociación de las Condiciones de Compra en caso de que no se cumplan los objetivos de rentabilidad y/o competitividad establecidos en la Negociación Anual.

IV.2.5.1.1 Volúmen de compras

Uno de los factores importantes en el negocio de la distribución es el volúmen de compras. El nuevo Grupo Carrefour centralizará en España las compras de alimentación de las enseñas Carrefour, Champion, Supeco, Maxor, Día y Puntocash, con lo que se optimizará el potencial de compras del Grupo. Supeco, Maxor, Día y Puntocash son enseñas de tres sociedades pertenecientes al Grupo Carrefour, con establecimientos comerciales en España, pero en las que Carrefour no tiene participación accionarial.

CENTRALES DE COMPRA

Volúmen de negocio de alimentación envasada



Datos en miles de millones de pesetas

Fuente: Alimarket

En el Grupo CARREFOUR se incluyen las compras del retail de todas las empresas del grupo francés, CC CARREFOUR, DIA, GRUP SUPECO MAXOR

La **Política Promocional** conjunta favorece la concentración de volúmenes y permite conseguir a nivel nacional una coherencia de precios.

IV.2.5.1.2 Desglose de las Compras consolidadas del Grupo.

Millones de pesetas	Ejercicio 1998 (2)	% sobre Total Compras	Ejercicio 1999 (1)	% sobre Total Compras	Variación 1999/1998 %	Ejercicio 2000	% sobre Total Compras	Variación 2000/1999 %
Hipermercados	870.670	92,8	92915.603	96,5	5,2%	912.235	96,2	-0,4%
Supermercados	52.225	5,6	46.211	4,9	-11,5%	50.651	5,3	9,6%
Exportaciones	27.079	2,9	28.961	3,1	7,0%	39.899	4,2	37,8%
Servicios Inmobiliarios	0	0	0	0	0%	0	0	0%
Servicios Financieros	0	0	0	0	0%	0	0	0%
Restauración	2.811	0,3	2.890	0,3	2,8%	2.725	0,3	-5,7%
Autocentros	6.644	0,7	8.071	0,9	21,5%	7.815	0,8	-3,2%
Estaciones de Servicio	4.677	0,5	6.886	0,7	47,2%	12.070	1,3	75,3%
Opticas	66	0,0	246	0,0	272,7%	626	0,1	154,5%
Otros *	-25.608	-2,7	-59.861	-6,3	62,5%	-77.214	-8,1	29,0%
Compras	938.564	100	949.007	100	1,1%	948.807	100	-0,0%

* En Otros se incluyen la anualización de operaciones intragrupos, la eliminación de las sociedades integradas por puesta en equivalencia

(1) Los datos pro forma del año 1999 se han obtenido como suma de Pryca y Continente con una posterior homogeneización de criterios

(2) Los datos pro forma del año 1998 se han obtenido como suma de Pryca y Continente sin homogeneización ni reclasificaciones

IV.2.5.1.3 Internacionalización de las compras

Actualmente en Carrefour los productos de importación suponen un 6,4% del total de las compras.

IMPORTACIONES DE **CARREFOUR** EN EL AÑO 2.000

Millones ptas.	C.E.E	% compras totales	Terceros Países	% compras totales	TOTAL	% compras totales
Alimentación	7.980	1.3	8.293	1.4	16.273	2.7
No alimentación	13.035	4.3	28.495	9.3	41.530	13.6
Total compras importación	21.015	2.3	36.788	4.1	57.803	6.4

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour las políticas seguidas por Pryca y Continente eran completamente independientes por lo que no existen datos consolidados y sólo se puede aportar información de ambas compañías.

En 1.999 en PRYCA los productos de importación supusieron un 5,6% del total de las compras.

IMPORTACIONES DE PRYCA

Millones ptas.	1.998	% de las compras totales	1.999	% de las compras totales
Alimentación	3.974	1.4	3.480	1.3
No alimentación	18.502	12.8	20.370	12.7
Total compras importación	22.476	5.4	23.850	5.6

En CONTINENTE los productos de importación en 1.999 supusieron un 7,1% del total de las compras.

IMPORTACIONES DE CONTINENTE

Millones ptas.	1.998	% de las compras totales	1.999	% de las compras totales
Alimentación	9.853	3.3	10.096	3.1
No alimentación	20.151	14.2	23.394	15.6
Total compras importación	30.004	6.9	33.490	7.1

La mayoría de las importaciones se hacen a países asiáticos y a países europeos. Entre los países europeos, a quienes se compra alrededor del 25% del total de importaciones, se encuentran Alemania, Holanda, Reino Unido, Francia, Italia. De los países asiáticos a quienes se importa destaca por su volumen China (incluyendo Hong Kong) seguido de otros países como India, Pakistán, Indonesia y Bangladesh. También es significativo el volumen de importaciones de textil que se realiza de Isla Mauricio, Marruecos y países de Europa del Este.

Por tanto las importaciones se hacen en dólares (para los países asiáticos) y en divisas de la zona euro. En este segundo caso no existe riesgo de cambio y en las operaciones de importación en dólares la política del grupo Carrefour es de eliminar dicho riesgo realizando seguros de cambio.

IV.2.5.1.4 Segmentación de los consumos de mercaderías según categorías de surtido

La segmentación del surtido a través de **marcas líderes, marcas propias y los primeros precios** ayuda a clarificar la imagen de precio y a concentrar volúmenes de compra.

Las marcas líderes son productos con la marca de proveedor y reconocida calidad y prestigio en el mercado.

Las marcas propias se desarrollan a través de dos caminos: marca del distribuidor y marcas privadas. El objetivo de esta gama de productos es ofrecer al consumidor la mejor relación calidad-precio, esto se consigue gracias al seguimiento de todo el proceso, desde la elección del fabricante y la materia prima hasta el merchandising en tienda y pasando por el diseño del envase, y a unos rigurosos controles de calidad.

Con los productos de primer precio se cubre el nivel más bajo del mercado.

La **concentración del surtido** también posibilita una gestión más homogénea y un agrupamiento de volúmenes sin sobrepasar los niveles que lo hagan compatible con un surtido amplio y diferenciado. Así, por ejemplo, en el año 2.000, los hipermercados Carrefour trabajaron con 51.142 referencias medias por hipermercado (28,4% de alimentación), mientras que como media un supermercado Champion trabajó con 10.003 referencias (68,6% de alimentación).

IV.2.5.1.4.1 Consumos de mercaderías totales por tipo de centros

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR

Millones pesetas	2.000	% sobre total consumos
Alimentación	596.197	66,2
No alimentación	304.843	33,8
Total consumos	901.040	100
Menos Variación de existencias	11.195	
Total compras	912.235	

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour las políticas seguidas por Pryca y Continente eran completamente independientes por lo que no existen datos consolidados y sólo se puede aportar información de ambas compañías.

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE LOS HIPERMERCADOS PRYCA

Millones pesetas	1.998	% sobre total consumos	1.999	% sobre total consumos
Alimentación	275.235	65,5	264.328	62,2
No alimentación	144.971	34,5	160.568	37,8
Total consumos	420.206	100	424.896	100
Menos Variación de existencias	6.776		7.042	
Total compras	426.982		431.938	

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE LOS HIPERMERCADOS CONTINENTE

Millones pesetas	1.998	% sobre total consumos	1.999	% sobre total consumos
Alimentación	294.369	67,5	325.319	68,5
No alimentación	141.986	32,5	149.585	31,5
Total consumos	436.355	100	474.904	100
Menos Variación de existencias	7.333		8.761	
Total compras	443.688		483.665	

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE SUPERMERCADOS CHAMPION, S.A.

Millones pesetas	1.998	% sobre total consumos	1.999	% sobre total consumos	2.000	% sobre total consumos
Alimentación	43.469	86,5	44.140	92,3	46.485	92,2
No alimentación	6.797	13,5	3.666	7,7	3.947	7,8
Total consumos	50.266	100	47.806	100	50.432	100
Menos Variación de existencias	1.959		-1.595		219	
Total compras	52.225		46.211		50.651	

IV.2.5.1.4.2 Consumos de mercaderías de marca propia por tipo de centros

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE MARCA PROPIA DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR

Millones pesetas	2.000	% sobre consumos totales
Alimentación	71.496	12,0
No alimentación	69.317	22,7
Total consumos	140.813	15,6

* % sobre el consumo total de cada categoría

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour las políticas seguidas por Pryca y Continente eran completamente independientes por lo que no existen datos consolidados y sólo se puede aportar información de ambas compañías.

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE MARCA PROPIA DE LOS HIPERMERCADOS PRYCA

Millones pesetas	1.998	% sobre consumos totales	1.999	% sobre consumos totales
Alimentación	24.653	9,0	20.511	7,8
No alimentación	19.390	13,4	23.988	14,9
Total consumos	44.043	10,5	44.499	10,5

* % sobre el consumo total de cada categoría

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE MARCA PROPIA DE LOS HIPERMERCADOS CONTINENTE

Millones pesetas	1.998	% sobre consumos totales	1.999	% sobre consumos totales
Alimentación	41.454	14,1	43.467	13,4
No alimentación	43.257	30,5	44.554	29,8
Total consumos	84.711	19,4	88.021	18,5

* % sobre el consumo total de cada categoría

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE MARCA PROPIA DE SUPERMERCADOS CHAMPION. S.A.

Millones pesetas	1.998	% sobre consumos totales	1.999	% sobre consumos totales	2.000	% sobre consumos totales
Alimentación	3.677	7,9	3.406	7,9	2.487	5,3
No alimentación	276	4,1	149	4,1	158	4,0
Total consumos	3.953	7,4	3.555	7,6	3.936	5,2

* % sobre el consumo total de cada categoría

IV.2.5.1.4.3 Consumos de mercaderías de primer precio por tipo de centros

Con los productos de **primer precio** se cubre el nivel más bajo del mercado. Básicamente se han desarrollado sólo para la alimentación envasada

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE PRIMER PRECIO DE LOS HIPERMERCADOS CARREFOUR

Millones pesetas	2.000	% sobre consumos totales
Alimentación	14.415	2,4

* % sobre el consumo total de cada categoría

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de CARREFOUR las políticas seguidas por PRYCA y CONTINENTE eran completamente independientes por lo que no existen datos consolidados y sólo se puede aportar información de ambas compañías.

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE PRIMER PRECIO DE LOS HIPERMERCADOS PRYCA

Millones pesetas	1.998	% sobre consumos totales	1.999	% sobre consumos totales
Alimentación	10.887	4,0	11.399	4,3

* % sobre el consumo total de cada categoría

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE PRIMER PRECIO DE LOS HIPERMERCADOS CONTINENTE

Millones pesetas	1.998	% sobre consumos totales	1.999	% sobre consumos totales
Alimentación	5.400	1,8	4.900	1,5

* % sobre el consumo total de cada categoría

CONSUMOS DE MERCADERIAS DE PRIMER PRECIO DE SUPERMERCADOS CHAMPION. S.A.

Millones pesetas	1.998	% sobre consumos totales	1.999	% sobre consumos totales	2.000	% sobre consumos totales
Alimentación	3.517	7,6	3.057	7,1	418	0,9

* % sobre el consumo total de cada categoría

IV.2.5.1.5 Factores peculiares del negocio que afectan a las existencias de mercaderías

Las peculiaridades de la distribución de productos en libre servicio, amplio surtido de productos y un gran número de clientes, origina la aparición de diversas circunstancias que afectan a las existencias de mercaderías disminuyéndolas y por tanto al margen comercial. Entre ellas se pueden señalar:

- Las mermas. Se origina básicamente en los productos frescos o bien por no estar el producto en perfecto estado para su venta (por deterioro en el transporte, en la reposición o en la manipulación por parte del cliente) y por pérdidas producidas en su tratamiento (como en el despiece de la carne).

Su cuantía varía en función de los estándares de calidad que establezca la compañía y de la tipología de centros (centros con una alta rotación tiene un menor peso relativo). En el caso de los centros de CARREFOUR sólo situarse entorno al 2,5% de las ventas netas de estos productos.

- Los robos. Según un estudio de AECOC supone alrededor del 72% de la pérdida desconocida en la distribución comercial en España mientras que los errores administrativos suponen un 28%.

Las mercancías en general más robadas son perfumes, licores, equipos electrónicos, discos, video y DVDs. El importe de los robos, según el citado estudio, representa alrededor del 1% de las ventas para las empresas.

IV.2.5.2 OTROS ELEMENTOS DE COSTE

Al margen de los costes de las mercancías vendidas o consumos de mercaderías, ya explicado, el siguiente concepto de coste, en importancia, son los **Gastos de Personal** que supusieron para Carrefour el 10,3% de los gastos de explotación en 2.000 y el 9,8% en 1.999

Esto es debido al alto número de personas empleadas. Así el número medio de personas empleadas por Carrefour fué de 40.727 en 2.000 y 39.288 en 1.999.

Dado las altas inversiones que esta sociedad realiza tiene gran peso el epígrafe de **Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado** que para Carrefour supusieron el 3,3% de los gastos de explotación en 2.000 y el 3,2% en 1.999.

Dada la política comercial que sigue el Grupo tiene también gran peso el epígrafe de **Publicidad, Decoración y Relaciones públicas** que para Carrefour supusieron el 1,0% de los gastos de explotación en 2.000 y el 0,9% en 1.999.

Todos estos conceptos de gastos suman alrededor del 95% de los gastos de explotación de ambas compañías. El resto se componen de multitud de otros gastos imprescindibles para el desarrollo de la actividad como son: electricidad, tributos, seguridad y transporte de ventas, entre otras.

IV.2.5.3 SUMINISTROS:

Los gastos de explotación se optimizan por la reducción y racionalización de los procesos, en su triple vertiente de suministros, administración y sistemas de información.

También se están desarrollando acuerdos de colaboración en programas CPFR (Planificación Conjunta de la Actividad Promocional) para proveedores de gran consumo y para los de sus Marcas Propias, con los que se está compartiendo información sobre previsiones y estimaciones de venta. Así, se racionalizan las estructuras productivas y se adecúan los volúmenes de producción a la demanda real. Es decir, se reducen los stocks y mejoran la tasa y frecuencia de servicio.

En lo que respecta al seguimiento de las actividades de la cadena de suministro (para garantizar la trazabilidad en los puntos de aprovisionamiento), se ha lanzado, con los principales fabricantes, el programa Star Trac. Dicho programa permite realizar un seguimiento de cualquier artículo a lo largo de la cadena de suministro, ubicación del producto, estado del mismo o fecha de caducidad.

Asimismo, se ha comenzado el estudio de ABC (Activity Based Costing), que permite realizar un control de costes de cada uno de los apartados de la cadena de suministro, desde la fábrica hasta el punto de venta.

Durante el ejercicio 2000 se unifica el aprovisionamiento a las plataformas de todos los sectores de actividad de la Compañía, con la instalación de herramientas de cálculo y planificación y con sistemas electrónicos de intercambio de datos EDI. Dicho circuito proporciona información desde el pase de los pedidos hasta el aviso de expedición, las recepciones y la facturación.

La Compañía está reestructurando su red logística para responder a los retos comerciales en todos sus formatos. Así, en 2001 se han unificado las redes de ambas compañías, la plataforma para Electrodomésticos, dotada de las últimas tecnologías para manipular de una forma diferenciada cada tipo de producto; se han fusionado los dos almacenes de textil, obteniendo una mayor especialización por tipo de producto, suministrando a cada centro en función de sus necesidades: prendas colgadas o en unidades de producto. En

No Alimentación, se suministran los principales productos de gran consumo: droguería, celulosas, juguetes y campañas. En alimentación, se ha llevado a cabo la unificación en la entrega de todos los productos alcanzando una integración de un 85 % en productos de gran consumo; con una frecuencia diaria de entrega. En frescos, también se ha unificado la red para pescado, frutas y verduras, productos refrigerados y congelados, y se ha disminuido el tiempo de entrega en un 30%.

Se ha implantado un programa de calidad de la cadena, basado en normas de calidad "ISO" establecidas por el International Standard Office (organismo internacional cuyo objeto es la estandarización) con el fin de garantizar la fiabilidad de la misma en todos los procesos.

En la actualidad, la mayoría de los establecimientos de la cadena se abastecen en un plazo inferior a 24 horas. Este proceso es posible gracias a la implantación de la generación de pedidos de forma automática, a partir de las necesidades de cada uno de los centros. Todos estos procesos se controlan gracias al desarrollo del programa "Bucle Completo", que permite automatizar pedidos, recepciones, y controlar los stocks, en el punto de venta.

Del mismo modo se han unificado los sistemas de información y la codificación de toda la red logística y se están desarrollando nuevos proyectos en tecnologías avanzadas de preparación por voz, añadidas a las actuales de radio frecuencia, con el fin de optimizar aún más el coste de preparación.

El desarrollo logístico es una de nuestras prioridades comerciales para evitar la manipulación de la mercancía, asegurar el servicio y adecuar los niveles de stock.

El funcionamiento de los **Almacenes** es un hecho desde hace varios años en Carrefour. Los Almacenes posibilitan el suministro de la mercancía de los proveedores a estos almacenes reguladores sin pasar por los hipermercados, con los consiguientes ahorros de tiempo, espacio y manipulación. Las inversiones en los **Almacenes** suponen un mejor aprovechamiento de la superficie comercial al reducirse los almacenes individuales de cada centro.

Durante el ejercicio 2001 se han externalizado todas las operaciones logísticas pasando esta función a depender de los mejores operadores de ámbito nacional e internacional en un claro afán de búsqueda de la mejora continua en cada uno de los procesos.

ESTRUCTURA LOGISTICA ACTUAL DE CARREFOUR

Tipo de Plataforma	Ubicación	Tipo de productos	Superficie en M²	Operador
Almacén Regional de Alta rotación	Santander	Líquidos, DPH, Alimentación Seca, Bazar	36.000	Garvasa
Almacén Regional de Alta rotación	Madrid	Líquidos, DPH, Alimentación Seca, Bazar	48.000	Hays
Almacén Regional de Alta rotación	Sevilla	Líquidos, DPH, Alimentación Seca, Bazar	59.500	Santos
Almacén Regional de Alta rotación	Valencia	Líquidos, DPH, Alimentación Seca, Bazar	42.000	Santos
Almacén Regional de Alta rotación	Barcelona	Líquidos, DPH, Alimentación Seca, Bazar	21.000	Hays
Almacén Regional de Alta rotación	Barcelona	Líquidos, DPH, Alimentación Seca, Bazar	9.000	Exel
Almacén Regional de Alta rotación	Barcelona	Líquidos, DPH, Alimentación Seca, Bazar	7.500	Danzas
Almacén Central de Baja rotación	Alovera	Electrodomésticos	45.500	Santos
Almacén Central de Baja rotación	Alovera	Textil	36.000	Danzas
Almacén Central de Baja rotación	Madrid	Textil	20.000	Tibet&Britten
Almacén Central de Baja rotación	San Agustín	Bazar baja rotación	10.000	Tibet&Britten
Almacén Central de Baja rotación	Parla	Alimentación baja rotación	24.300	Exel
Almacén congelados y refrigerados	Madrid	Congelados y refrigerados	8.000	SDF
Almacén congelados y refrigerados	Barcelona	Congelados	3.000	Cefrusa

* DPH: droguería, perfumería e higiene

La creación de plataformas de **productos frescos** ha facilitado el acceso a mercados de origen e internacionales en frutas y verduras, por las que hoy pasa un alto porcentaje de las compras. Este sistema permite reducir el circuito de distribución y fijar los estándares de calidad, además de acceder a una oferta más competitiva.

TIPO DE PLATAFORMA DE FRESCOS	UBICACIÓN	ACTIVIDADES
PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN DE PESCADO DE GALICIA	CORUÑA	PESCADO
PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS Y PESCADO DE VALENCIA	VALENCIA	PESCADO Y FRUTAS
PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS Y PESCADO DE BARCELONA	BARCELONA	PESCADO Y FRUTAS
PLATAFORMA DE DISTRIBUCIÓN DE FRUTAS Y VERDURAS DE MADRID	MADRID	FRUTAS

Desde los denominados **Centros de Elaboración y Distribución (CED)** se aprovisionan productos frescos a los centros del grupo Carrefour. En la actualidad, existen cinco CED en España que, de acuerdo a las normas ISO 9002 avaladas por Aenor, preparan (cortan, acondicionan, elaboran y etiquetan, según el tipo de producto) y suministran pescado fresco, productos de carnicería, fruta, charcutería, pastelería y bollería a los hiper y súper del Grupo. Carrefour gestiona así la calidad desde una doble vertiente: por una parte, la de la preparación del producto final y servicio que se ofrece a las tiendas y, por otra, la del tratamiento higiénico-sanitario de las materias primas que se reciben y manipulan en los CED, hasta que el producto final llega al consumidor.

El suministro de los productos frescos "listos para la venta" se realiza diariamente a Hipermercados y Supermercados con una red logística refrigerada contratada a tal efecto por Carrefour.

Con esta estructura de Centros de Elaboración y Distribución de productos frescos, Carrefour controla toda la cadena de suministros del producto desde el origen hasta el consumidor.

CENTROS DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	UBICACIÓN	ACTIVIDADES
CENTRO DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE MADRID	MADRID	CARNICERÍA, CHARCUTERÍA, PESCADERÍA Y PASTELERÍA
CENTRO DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE SEVILLA	SEVILLA	CARNICERÍA, CHARCUTERÍA, PESCADERÍA, PASTELERÍA Y FRUTAS
CENTRO DE ELABORACIÓN Y DISTRIBUCIÓN REGIONAL DE VALENCIA	VALENCIA	CARNICERÍA Y PASTELERÍA
CENTRO DE ELABORACIÓN DE BARCELONA	BARCELONA	CARNICERÍA

Esta red logística suministra los productos tanto a los hipermercados Carrefour como a los supermercados de Supermercados Champion, S.A.. En los supermercados Champion los pedidos se realizan automáticamente a través de una herramienta informática centralizada, que optimiza los pedidos en función de las ventas de cada tienda, teniendo en cuenta las promociones y campañas establecidas por la compañía, asegurando una correcta gestión del stock, evitando las roturas y facilitando la gestión de la tienda.

Asimismo, y durante el presente año, se ha desarrollado e implantado, en todos los supermercados de Supermercados Champion, S.A., un sistema de recepción de mercancías de proveedor directo con terminal portátil, que permite la actualización on-line del stock y facilita enormemente las tareas de recepción. La implantación de este tipo de herramientas, permiten, no solo optimizar la cadena de suministro, sino que ayudan a optimizar la estructura humana necesaria para la gestión de cada supermercado.

En general el circuito logístico consiste en:

- El sistema de gestión de los Hiper genera diariamente las necesidades de compra sobre la base de un algoritmo de previsión de la demanda (stock y ventas del artículo, estacionalidad, cantidad de implantación y plazo de entrega son algunos de las variables que maneja este algoritmo). Ésta generación de necesidades es realiza por el centro a partir del cierre del mismo.
- Las necesidades se interfazan con los sistemas logísticos centrales . Una vez integradas las necesidades de los centros se desencadena el proceso de reserva de mercancía contra los stocks logísticos. El resultado de este proceso es el plan de entrega teórico (enviado al centro) y las instrucciones de despacho (órdenes de preparación enviadas al Operador Logístico para su preparación). Este proceso finaliza a las 7:00 h.
- A partir de estas instrucciones de despacho y teniendo en cuenta los rangos horarios de entrega a cada centro; el Operador Logístico prepara, carga y envía la mercancía. El sistema de gestión de la plataforma genera un albarán electrónico que recoge la preparación física y que se envía al centro para proceder a la llegada del camión a la recepción de la mercancía.

La preparación de la mercancía en las plataformas por parte del Operador Logístico se realiza conforme a la implantación de la mercancía en el centro.

La salida de mercancía preparada en las plataformas es verificada mediante un muestreo estadístico que permite asegurar el nivel de servicio a los centros.

La entrega de esta mercancía tiene lugar a lo largo del día y siempre con anterioridad a las 7:00 h del día siguiente, con excepción de los destinos de largo recorrido.

- En el caso de los supermercados Champion las necesidades de compra de los centros son generadas a nivel central e interfazadas con los sistemas logísticos centrales. Siendo transmitidos el plan de entrega a los centros y las instrucciones de despacho al Operador Logístico para su preparación. La demora en entrega es similar a la de los hipermercados .

Carrefour entiende la logística como una herramienta para mejorar servicios y optimizar costes, aportando valor añadido en la cadena.

IV.2.5.4 ADMINISTRACIÓN

La integración contable de Carrefour se ha realizado con la implantación del módulo de Finanzas, de un conocido software de gestión y contabilidad "ERP" (Enterprise Resource Planning o sistema de gestión de información estructurada para las empresa) parametrizado según los principios de establecidos por el Grupo Carrefour, denominado "Thales".

Carrefour así está consiguiendo, gracias a la concentración geográfica, en las oficinas centrales del grupo en España, de las tareas administrativas, mejoras en productividad a través de la centralización de actividades similares y repetitivas en los servicios de administración, eliminando burocracia en la organización comercial y automatizando los procesos.

Por otro lado también la integración y centralización de los sistemas administrativos ha permitido a Carrefour agilizar y acortar el circuito de pago de facturas a sus proveedores.

IV.2.5.5 ORGANIZACIÓN: SISTEMAS DE INFORMACIÓN

La introducción del scanner en todos los puntos de venta, la gestión de los inventarios con terminal portátil, los sistemas automáticos de pedido a través de la radiofrecuencia aplicada en la sala de ventas y la recepción de la mercancía al artículo, permiten obtener una ventaja competitiva en:

- La fijación de precios de venta, a través de una gestión del precios en central y tiendas.
- El conocimiento de los niveles de ingresos por producto
- La adecuada programación de los suministros, con un sistema de pedido óptimo que evita a la vez tanto las roturas como los excesos de stocks, basado en la automatización del flujo de las mercancías desde su selección y compra hasta la venta al cliente final.

El scanner y el tratamiento del artículo suponen un importante servicio a nuestros clientes que siempre disponen de una detallada información en su ticket de venta y también se benefician de la rapidez en el paso por línea de cajas, por la velocidad que la lectura óptica imprime.

IV.2.6. Principales establecimientos comerciales

Los principales centros de facturación de CARREFOUR al 31 de Diciembre de 2.000 lo componían 121 hipermercados, 79 supermercados, 35 galerías comerciales, 55 restaurantes, 18 gasolineras y 28 ópticas.

Ninguno de éstos centros concentra más del 10% de la facturación de la compañía.

IV.2.7. Mercados de los productos y servicios del grupo CARREFOUR

IV.2.7.1. EL SECTOR DE LA DISTRIBUCION EN EL MUNDO.

En estos últimos años se ha producido, a nivel mundial, un proceso de globalización de los mercados y de la economía, con importantes procesos de fusiones en todos los sectores.

El sector de la distribución en Europa no ha sido ajeno a este procesos de globalización, sino que actualmente se encuentra en plena ebullición.

- La llegada de Wal Mart, número uno de la distribución mundial (206,35 miles de millones de Euros de facturación en 2.000 y 2,8 veces mayor que el primer grupo de distribución europea, Grupo Carrefour Francia), y que según fuentes de la propia compañía cuenta con un elevado presupuesto para su desarrollo en Europa, aceleró este proceso de concentración con la compra de Wertkauf, Spar y Asda.

- Por otro lado, el proceso de concentración de empresas europeas se ha acelerado en los últimos años ya que los distribuidores europeos son todavía pequeños en relación con los "grandes" mundiales y, por tanto, muy vulnerables.

PRINCIPALES OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN REALIZADAS Durante el año 2000

Comprador	Vendedor	Comentarios
Carrefour (Francia)	Promodes (Francia)	Fusión finalizada
Delhaize América Filial Delhaize Lion	Hannaford Bros (Estados Unidos)	Adquisición finalizada
Ahold (Países Bajos)	US Foodservice (Estados Unidos)	Adquisición finalizada
Carrefour (Francia)	Grupo GS (Italia)	Adquisición finalizada

Ahold (Países Bajos)	Ica Grupo (Suecia)	Adquisición finalizada
Delhaize de Lion (Bélgica)	Delhaize América Su filial americana	Participación en curso del 45% al 100%
Mitsubishi (Japón)	Lawson Filial de Daiei (Japón)	Participación en curso del 20%
Ahold (Países Bajos)	PYA-Monarch (Estados Unidos)	Adquisición finalizada
Webvan (Estados Unidos)	Homegrocer.com (Estados Unidos)	Adquisición en curso
Ahold (Países Bajos)	Superdiplo (España)	Adquisición finalizada
Carrefour (Francia)	GB (Bélgica)	Adquisición del 100% del capital
Rewe (Alemania)	Standa (Italia)	Adquisición finalizada
Ahold (Países Bajos)	Bompreço (Brasil)	Adquisición finalizada

Fuente: Food Business News

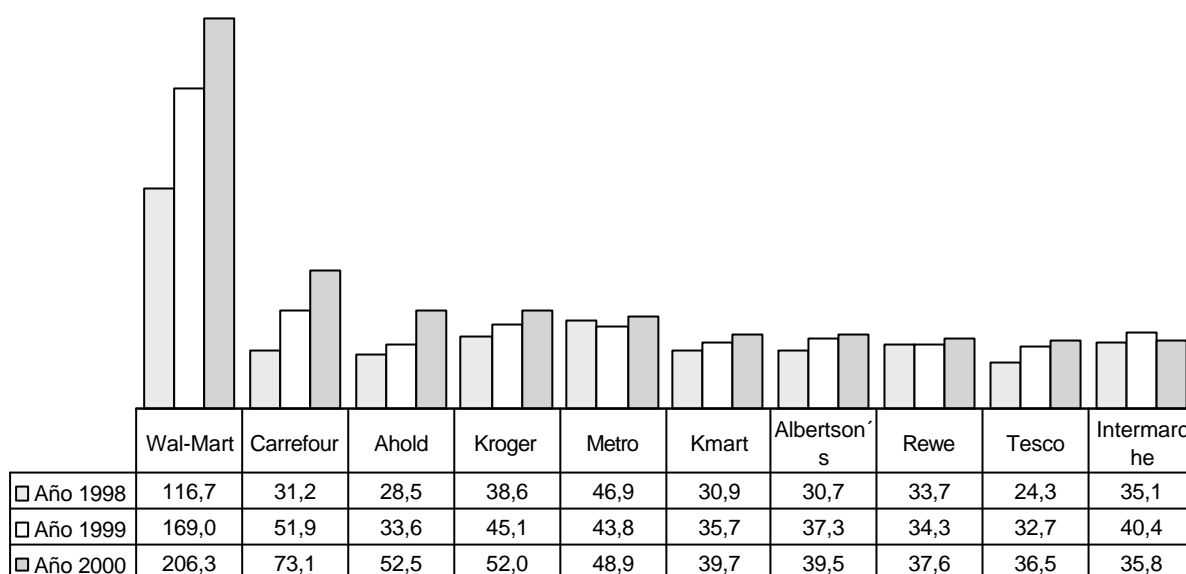
PRINCIPALES OPERACIONES DE CONCENTRACIÓN REALIZADAS
Anteriores al año 2000

Fecha	Comprador	Vendedor	Comentarios
Agosto 1.998	Carrefour	Comptoirs Modernes	Compra
Agosto 1.998	Metro	Makro (SHV)	Compra 60%
Septiembre 1.998	Wal Mart	Spar	Compra
Octubre 1.998	Laurus	Vendex Food	Compra
Febrero 1.999	Leclerc	System U	Compras conjunta
Abril 1.999	Casino	Cora	Compras conjunta
Mayo 1.999	Wal Mart	Asda	Compra
Septiembre 1.999	Carrefour	Promodes	Fusión
Octubre 1.999	Tengelmann	Edeka	Compras conjunta
Diciembre 1.999	Ahold	ICA	Alianza
Diciembre 1.999	Schuitema	A&P	Compra
Enero 2.000	Ahold	J. Martinis	Alianza

Fuente: elaboración interna

Facturación de los principales distribuidores mundiales

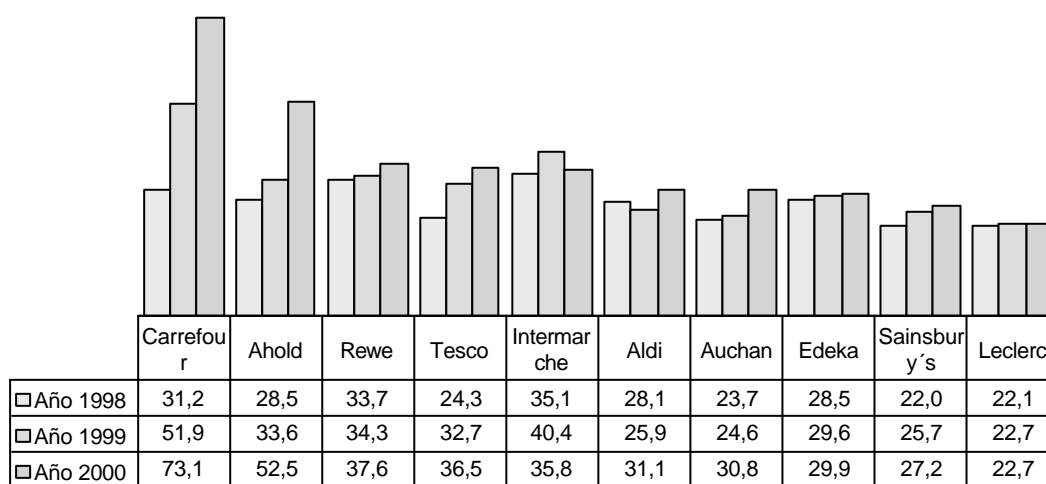
facturación 2000 en miles de millones de euros



Fuente: Fédération du Commerce et de la Distribution

Facturación de los principales distribuidores europeos

facturación 2000 en miles de millones de euros



Fuente: Fédération du Commerce et de la Distribution

IV.2.7.2. DISTRIBUCIÓN EN ESPAÑA.

En España el sector de la distribución minorista ha sufrido un importante proceso de reorganización en los últimos años motivado, fundamentalmente, por la incorporación de nuevas tecnologías y formas de venta, así como por el complejo entramado de normas que regulan actualmente el ejercicio de la actividad comercial. Este entramado normativo se caracteriza por su gran complejidad dada la concurrencia de legislaciones de carácter estatal y de múltiples leyes autonómicas en materia de comercio interior, lo que obligó a un esfuerzo legislativo de sistematización y adecuación a la realidad de los mercados que se ha materializado con la entrada en vigor de la Ley 1/1.996, de Ordenación del Comercio Minorista.

La actividad comercial, considerada en un sentido amplio, abarca una multitud de aspectos jurídicos que van desde la regulación de la figura del empresario a la determinación de las condiciones de ejercicio de la actividad, pasando por los tipos de actividad a desarrollar, la publicidad, libre circulación de mercancías, competencia, fijación de precios, pago a proveedores, modalidades de venta, autorizaciones administrativas para ejercer el comercio, autorizaciones administrativas para la implantación de Grandes Superficies, régimen de horarios y de apertura de los establecimientos comerciales, etc.

Las transacciones entre comerciantes y consumidores estaban hasta hace no mucho tiempo reguladas además de por el Código Civil y Código de Comercio-, por normas dictadas en el marco de la nueva ordenación económica impuesta por la Constitución Española de 1.975 - véanse normas tales como la Ley General para la Defensa de los Consumidores y Usuarios de 1.984, Ley General de Publicidad de 1.988, Ley de Defensa de la Competencia de 1.981, Ley de Competencia Desleal de 1.991, entre otras.

En materia de horarios comerciales se ha pasado de la liberalización total establecida en el Real Decreto-Ley 2/1.985, de 30 de Abril, sobre Medidas de Política Económica, a una política restrictiva establecida en el Real Decreto Ley 22/1.993, de 29 de diciembre; restricción ésta que se mantendrá, en virtud de lo establecido en la Ley 2/1.996, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista, al menos hasta este año 2.001, fecha a partir de la cual y al amparo de lo establecido en los Arts. 2 y 3 de la precitada norma, se procederá nuevamente y de forma paulatina, a medida que el Gobierno y las Comunidades Autónomas así lo acuerden para su respectivo territorio, a la liberalización mas absoluta en materia de horarios y régimen de apertura de los establecimientos comerciales, proceso éste de liberalización que culminará con la aplicación del mismo en todo el territorio nacional. En este sentido, señalar que el citado Artículo 2 de la Ley 2/1.996, complementaria de la de Ordenación del Comercio Minorista, establece: *“Cada comerciante determinará, con plena libertad y sin limitación legal alguna en todo territorio del Estado, el horario de apertura y cierre de sus establecimientos comerciales de venta y distribución de mercancías, así como los días festivos o no, y el número de horas diarias o semanales en los que se desarrollará su actividad”*.

Asimismo, el Real Decreto-Ley 6/2.000, de 23 de Junio, de Medidas Urgentes de Intensificación de la Competencia en Mercados de Bienes y Servicios establece la libertad de apertura en domingos y festivos para establecimientos comerciales de menos de 300 m² y amplía gradualmente la apertura en domingos y festivos, desde los ocho días actuales a doce días, a razón de un día más por cada año, para los establecimientos comerciales de más de 300 m². Por último, el número de horas comerciales de apertura para todos los establecimientos comerciales aumenta desde las 72 horas actuales a las 90 horas.

Ello es muestra del espíritu liberalizador que parece ser se impondrá en el futuro en las regulaciones que a nivel Estatal y Autonómico se realicen de la actividad comercial.

Por otra parte, la Ley 1/1.996, de Ordenación del Comercio Minorista, establece para todo el ámbito nacional restricciones para la implantación de lo que en la misma viene a calificarse como Grandes Superficies (en todo caso, tendrán dicha consideración los establecimientos comerciales minoristas de superficie útil de sala de ventas superior a 2.500 m²) limitaciones éstas que son acogidas por las legislaciones autonómicas de las Comunidades Autónomas con competencia normativa en la materia.

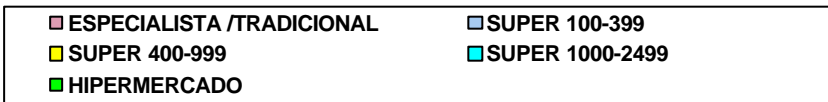
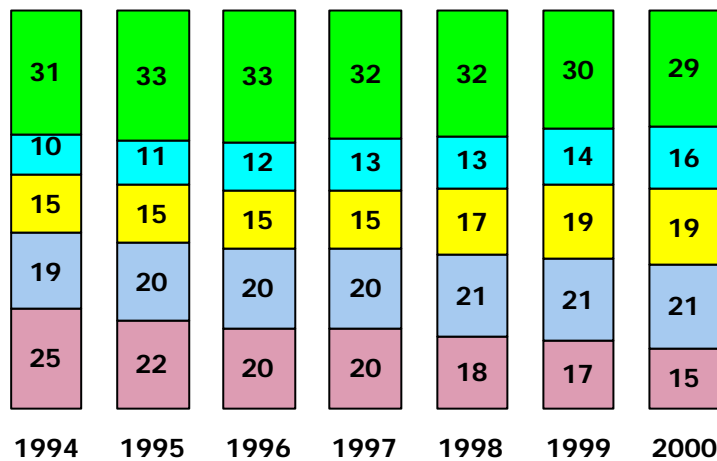
En definitiva, las normas que actualmente regulan el desarrollo de la actividad principal de Carrefour no suponen un obstáculo al desarrollo de la actividad de las grandes superficies comerciales.

En este sentido, Carrefour han adaptado su actuación al marco normativo que regula la actividad comercial en España, de manera que ni el entorno regulatorio actual, ni posibles cambios futuros en el mismo, serán susceptibles de afectar negativamente a la actividad del nuevo Grupo CARREFOUR o a su proyectada expansión.

Todo ello ha ido conformando una evolución del sector de la distribución en España conforme se detalla a continuación:

- Un sector en constante proceso de modernización.

Cuota de mercado por formato
mercado español de alimentación envasada

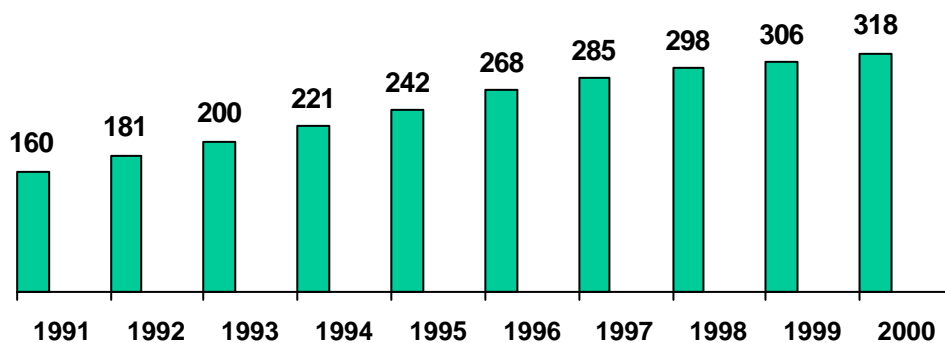


Fuente: Nielsen

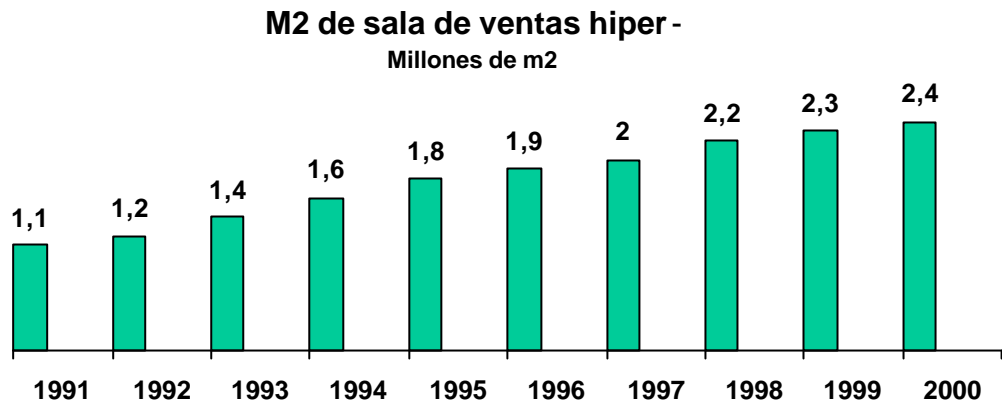
La evolución de estos datos permite observar un crecimiento de la distribución moderna en detrimento del tradicional. Por su parte la cuota de hipermercados ha caído ligeramente debido a que, al contrario que en el resto de Europa, fue el primer sector en desarrollarse en España mientras que la modernización de los supermercados ha comenzado en los años noventa.

- Un crecimiento del número de hipermercados, que se ha ido ralentizando en los últimos años, según se refleja en el siguiente cuadro:

Nº de hipermercados en España
Número de hipermercados



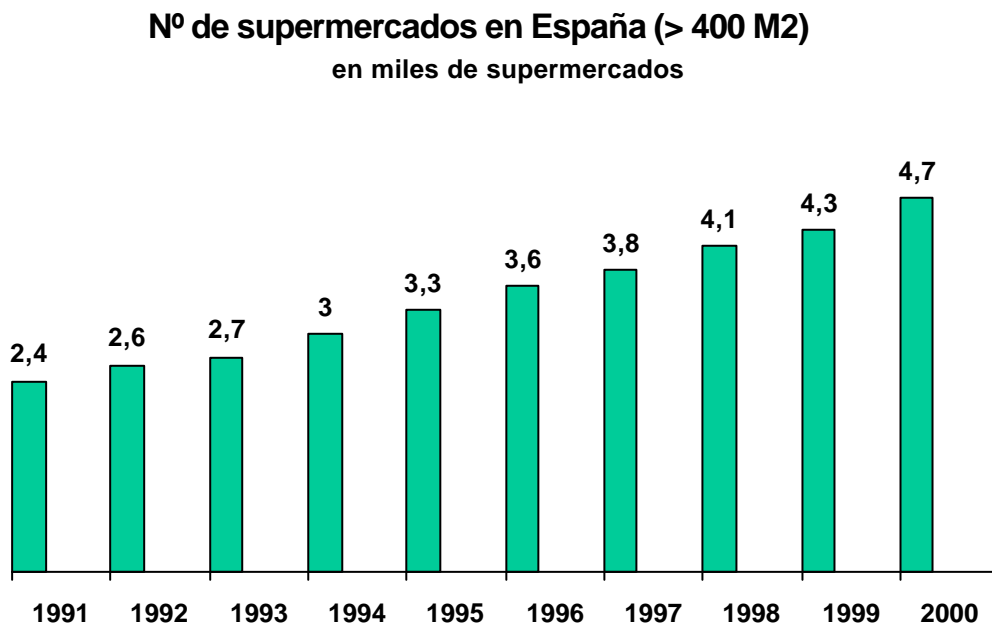
Fuente Nielsen



Fuente: Nielsen

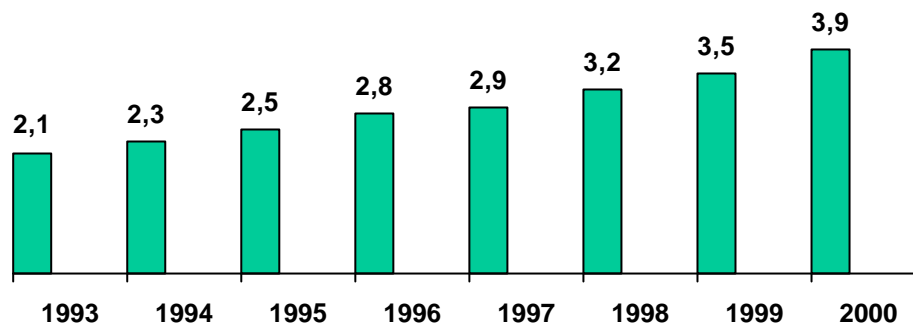
El proceso de crecimiento del número de hipermercados ha sido continuo en estos años, así como el de la superficie comercial de los mismos, aunque se percibe una cierta ralentización de dicho crecimiento, que se deriva en parte de las restricciones contempladas en la Ley de Ordenación del Comercio Minorista, cómo se ha señalado al principio de este apartado

- Y un fuerte crecimiento en el número de supermercados, junto con un proceso continuo de concentración acelerado por la entrada de grandes grupos europeos



Fuente: Nielsen

M2 de sala de ventas supers (> 400 M2) -- Millones de m2



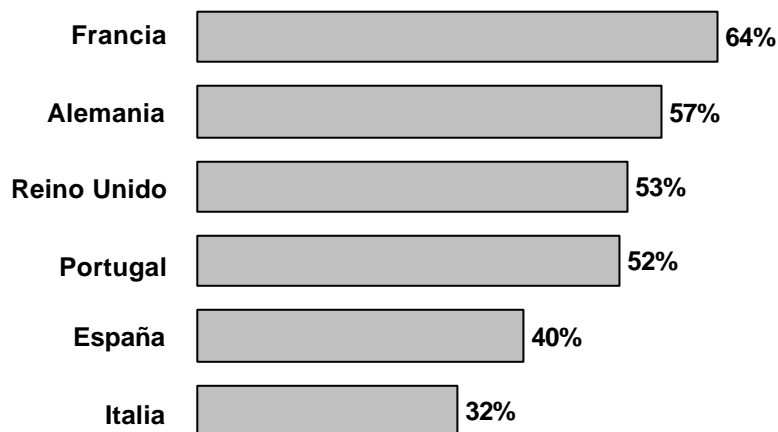
Fuente: Nielsen

Cómo se observa existe un continuado crecimiento de los supermercados modernos y que se mantiene constante en estos últimos años.

Pero este proceso aún no ha terminado:

- La concentración de empresas es aún baja frente al resto de los países europeos.

CUOTA DE LAS TRES PRIMERAS CADENAS DE DISTRIBUCIÓN POR PAÍSES

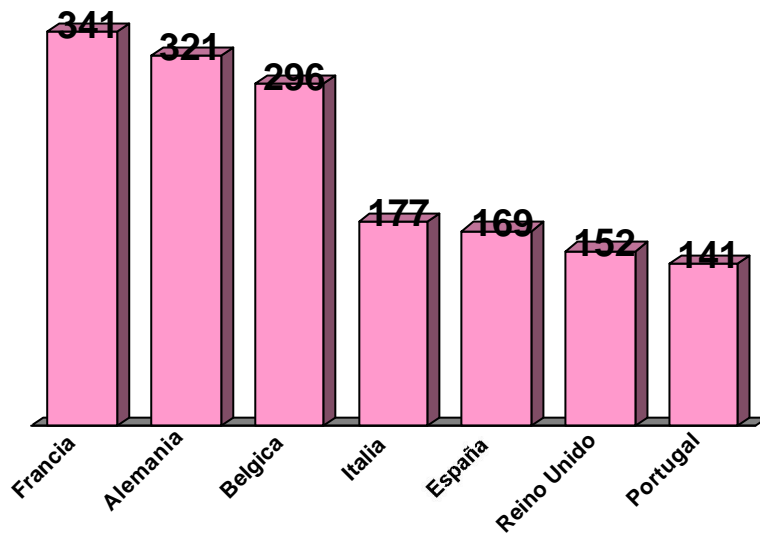


Fuente Nielsen año 2000

El proceso de concentración que estos últimos años ha sacudido a la distribución española, al igual que ha pasado en la distribución europea, parece que todavía no ha terminado y que en los próximos años debería continuar.

- El nivel de desarrollo de la distribución moderna en España es todavía inferior al de los países europeos mas desarrollados.

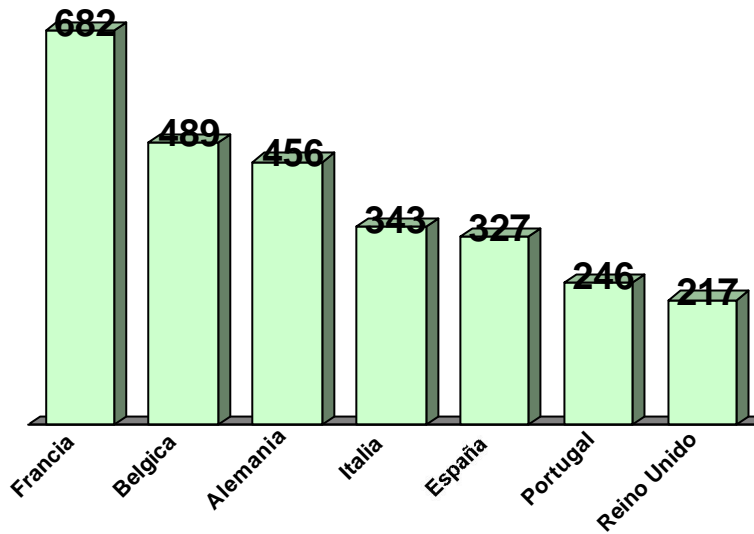
Densidad de la distribución en libre servicic m2 por cada 1.000 habitantes



Fuente: Nielsen, con datos a 1999

Densidad de la distribución en libre servicio

nº de tiendas por cada 1.000,000 habitantes



Fuente: Nielsen, con datos a 1999

Libre servicio, según Nielsen, es todo aquél supermercado que al menos tiene una caja registradora.

Así que de estos datos comparativos se podría deducir que todavía existe recorrido para la apertura en España de nuevos hipermercados y supermercados para poder alcanzar los niveles de países como Francia y Alemania con un mayor grado de avance en la distribución .

Los principales grupos de distribución en España son:

FACTURACION PRINCIPALES GRUPOS DE DISTRIBUCIÓN

Miles de millones de pesetas	Ventas Brutas 1.998	Ventas Brutas 1.999	Ventas Brutas 2.000
Grupo Carrefour	1.409	1.500	1.542
Carrefour + Champion	1.095	1.144	1.146
Dia	314	356	396
Grupo Eroski	520	640	700
Mercadona	336	421	520
Grupo Auchan (1)	437	465	502
Grupo El Corte Inglés (2)	365	422	475
Grupo Ahold (3)	199	268	303
Caprabo	150	190	217
El Arbol	135	167	160
Makro	139	149	158
Gadisa	92	95	102
Lidl	78	90	100
Ahorramas	67	82	100
Supeco-Maxor	71	80	80

Fuente: Dympanel/Sofres

- (1) Incluye las ventas de Alcampo y Supermercados Sabeco
 (2) Ventas estimadas de supermercados e hipermercados
 (3) la facturación del Grupo Ahold se ha calculado manteniendo la estructura actual del Grupo, es decir, incluyendo Superdiplo y Kampiό

La evolución de la cuota de las principales compañías del sector ha sido:

CUOTA DE LOS PRINCIPALES DISTRIBUIDORES ESPAÑOLES DE ALIMENTACIÓN ENVASADA

	Año 1.998	Año 1.999	Año 2.000 ***
Hipermercados Continente	6.6	6.7	(*)
Hipermercados Pryca	7.3	6.4	(*)
Champion **	0.8	0.6	1.6
CARREFOUR	14.7	13.7	13.6
DIA	10.2	11.1	11.1
Mercadona	4.6	5.8	8.3
Eroski (hipers)	3.2	3.0	3.0
Eroski (supers)	3.4	3.7	4.7
Grupo Eroski	6.6	6.7	7.7
Alcampo	3.7	3.5	3.8
Sabeco	1.9	1.7	1.8
Grupo Alcampo	5.6	5.2	5.6
Caprabo	2.4	2.8	2.8
Lidl	1.9	2.2	2.7
Hipercor	1.5	1.3	1.5
Supermercado El Corte Inglés	1.0	0.9	1.0
El Corte Inglés (hipers + supers)	2.5	2.2	2.5
Unigro	1.1	1.5	1.8
Ahorramas	1.1	1.2	1.2
Gadisa			1.0
Ahold			0.8

Fuente: Dympanel/Sofres (***)

(*) Debido a la fusión no existen datos separados de Pryca y Continente.

(**) Dympanel no calculaba la cuota de Supeco en 1998 y 1999. En el año 2000 solo calcula la cuota conjunta de Champion+Supeco Maxor. Dympanel/Sofres no desglosa este dato.

(***) La muestra del universo Dympanel/Sofres es un panel de 6.000 hogares de consumidores. Destacar que ha habido un cambio de metodología en el año 2000, que no permite la comparación con años anteriores.

Dicho cambio de metodología consiste en: a) Se pasa de una muestra de 5.000 a 6.000 hogares, teniendo en cuenta todo el territorio nacional e incluyendo los hombres solos y la población diseminada. b) Se pasa de una recogida de datos manual (a través de cuadernillo), a una recogida de datos a través de Scanner.

Los datos obtenidos para la elaboración de los informes tienen, de acuerdo a lo anteriormente expuesto, una base de fiabilidad de 100, es decir, el error muestral disminuye un 11% al pasar de un muestreo de 5000 a 6000 hogares:(ej: Si el error muestral en el año 2000 es de un 1.29%, en el periodo comprendido entre 1995-1999, con una muestra de 5000, es de un 1.43%, un 11% mas).

La caída de la cuota del Grupo Carrefour, junto con el cambio de metodología en el cálculo de la cuota antes mencionado, se debe básicamente a un ritmo de aperturas menor que otros distribuidores, sobre todo del canal de supermercados, que han

crecido, tanto por la apertura de nuevos centros, como por la adquisición de pequeñas cadenas, dentro del proceso de concentración en que el sector está inmerso.

Cómo se puede observar los aumentos de cuota de mercado corresponden a cadenas de supermercados debido a la aumento de número de tiendas de esas cadenas, bien sea por nuevas aperturas o por compra de pequeñas cadenas de supermercados.

IV.2.8. Acontecimientos excepcionales

Como acontecimientos excepcionales durante el pasado ejercicio es de resaltar la fusión entre Centros Comerciales Continente, S.A. y Centros Comerciales Pryca, S.A. mediante la absorción de la primera por la segunda, cuyo impacto se ha descrito a lo largo del presente Folleto Informativo. No se han producido otros acontecimientos excepcionales distintos a la actividad ordinaria de la compañía.

IV.3. CIRCUNSTANCIAS CONDICIONANTES.

IV.3.1. Grado de estacionalidad del negocio del emisor.

Dada la especificidad de la actividad comercial, la cifra de negocios se distribuye heterogéneamente a lo largo del año natural. En términos generales las ventas son algo menores en el primer semestre del año, con una subida en el segundo semestre, con una marcada concentración en el último mes del año debido a la campaña de Navidad que tiene normalmente un peso alrededor del 15% de las ventas del año.

IV.3.2. Dependencia de patentes, marcas y nuevos procesos de fabricación.

Carrefour, con la autorización de Carrefour, S.A. sociedad anónima francesa, matriz del Grupo, utiliza la marca Carrefour que es el signo distintivo bajo el que gira el negocio de hipermercados de la Sociedad.

Carrefour, con la excepción anterior, no tiene dependencia alguna respecto a patentes, marcas o procesos de fabricación pertenecientes a terceros.

Carrefour ostenta derechos de Propiedad Industrial sobre otras marcas que también utiliza para distinguir productos que vende en sus establecimientos, por ejemplo, entre otras: Tex Calidad Garantizada Pryca, First Line Suntrak, De Nuestra Tierra, etc.

IV.3.3. Litigios o arbitrajes de incidencia significativa.

No existen en la actualidad, ni han existido en el pasado reciente, litigios o arbitrajes de cuya resolución pudieran derivarse incidencias significativas para Carrefour.

Este año 2.001 las sociedades del Grupo Carrefour han suscrito de conformidad las actas de inspección de los ejercicios 1.994 a 1.998, ambos inclusive. Dichas actas no han afectado de modo significativo a las cuentas anuales. Por ello, a esta fecha el Grupo sólo tiene sujeto a inspección fiscal los ejercicios 1.999 y 2.000. No se espera que la inspección de los ejercicios pendientes afecte de modo significativo a las cuentas anuales.

En lo que respecta a las actuaciones de la Inspección de Hacienda relativas a los ejercicios 1.988 a 1.992 en las sociedades que consolidaban fiscalmente con Continente. por el Impuesto sobre Sociedades, el Impuesto sobre el Rendimiento de las Personas Físicas, el Impuesto sobre el Valor Añadido y otros impuestos, Carrefour ha satisfecho en el año 2.001 las liquidaciones definitivas resultantes de las reclamaciones que tenía interpuestas. Ello no ha supuesto un efecto patrimonial adverso para la sociedad teniendo en cuenta los criterios de prudencia seguido para la cobertura de riesgos.

IV.3.4. Interrupción de las actividades.

Desde el inicio de las actividades de las diferentes sociedades implicadas en la fusión no se han producido interrupciones en el desarrollo de las mismas.

IV.4. INFORMACIONES LABORALES.

En el área de Recursos Humanos el objetivo estratégico del año 2000 fue la integración de las personas procedentes de las dos compañías fusionadas en la nueva Empresa. En este sentido, la actuación coordinada de los diferentes departamentos ha permitido que ésta se produjera de un modo eficaz y efectivo.

IV.4.1. Personal empleado.

* CARREFOUR		1.998		1.999		2.000	
		Individual	Consolid.	Individual	Consolid.	Individual	Consolid.
Promedio empleados		31.701	37530	33.168	39.288	35.181	40.727
Categorías	Mandos	4.573	5.120	4.873	5.443	4.739	5.658
	Plant. Base	27.128	32.410	28.295	33.827	30.442	35.069
Contrato	Indefinidos	15.968	18.862	18.965	22.157	20.116	22.807
	Temporales	15.733	18.666	14.203	17.131	15.065	17.920

* Los datos corresponden a **personas medias**, es decir, número medio de personas en plantilla.

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour no existen datos consolidados así que los datos del cuadro anterior son por suma de los datos de Pryca y Continente. En los cuadros siguientes se detalla el número de efectivos de Pryca y Continente empleados y su evolución durante los últimos tres años, desglosando por categorías y tipos de contrato.

* PRYCA		1.998		1.999	
		Individual	Consolid.	Individual	Consolid.
Promedio empleados		15.662	16.827	15.675	16.755
Categorías	Mandos	1.989	2.117	2.140	2.269
	Plant. Base	13.673	14.710	13.535	14.468
Contrato	Indefinidos	9.171	9.617	10.218	10.822
	Temporales	6.491	7.210	5.457	5.933

* CONTINENTE		1.998		1.999	
		Individual	Consolid.	Individual	Consolid.
Promedio empleados		16.039	20.703	17.493	22.533
Categorías	Mandos	2.584	3.003	2.733	3.174
	Plant. Base	13.455	17.700	14.760	19.359
Contrato	Indefinidos	6.797	9.245	8.747	11.335
	Temporales	9.242	11.456	8.746	11.198

* Los datos corresponden a **personas medias**, es decir número medio de personas en plantilla.

IV.4.2. Negociación colectiva.

El personal de Carrefour se rige por el Convenio Nacional de Grandes Empresas de Distribución, como Empresa encuadrada en la Asociación Nacional de Grandes Empresas de Distribución (ANGED).

El nuevo Convenio, que fue firmado en fecha 25 de Junio de 2001, y publicado en el B.O.E. con fecha 10 de Agosto de 2001, tiene una vigencia de 5 años, por lo que regulará las condiciones mínimas de trabajo hasta el 31 de Diciembre de 2006.

IV.4.3. Política de ventajas al personal y compromisos por pensiones.

Carrefour tiene contratado para todo su personal un seguro de Vida Incapacidad Permanente Absoluta y Gran Invalidez, por un importe de 3.500.000 de pesetas, quedando duplicado dicho capital si el hecho causante es un accidente.

Para los mandos, este capital se incrementa a 4.000.000 y 8.000.000, si la causa es un accidente, y para los directivos, se garantiza un capital, en base a un múltiplo de su salario bruto anual.

A su vez, y a tenor de lo establecido en el Convenio Colectivo, existe un sistema de beneficios en compras, por el cual, los empleados de Carrefour tienen un descuento del 8% con un límite de 58.000 pesetas de compra mensual.

El convenio colectivo aplicable a Carrefour no establece la obligatoriedad de complementos de pensiones o planes de jubilación, y no han establecido ni tienen el compromiso de establecer un plan de pensiones para sus respectivos empleados.

La formación en Carrefour tiene su eje central en las actividades pedagógicas desarrolladas por el Centro de Formación situado en San Fernando de Henares (Madrid). Este centro inaugurado en Junio de 1.998 ha desarrollado tres funciones fundamentales:

- La formación corporativa
- El desarrollo de las competencias de los mandos
- La transmisión de las buenas prácticas

El plan de formación de 2.000 totalizaron 700.000 horas de formación y afectaron a 28.000 participantes.

IV.5. POLÍTICA DE INVERSIONES.

IV.5.1. Cuantificación de las principales inversiones.

El volumen de inversiones netas realizadas en los últimos años ha sido:

CARREFOUR

Millones de pesetas	1.998	1.999	2.000
Inmovilizado Material	68.804	58.578	36.253
Inmovilizado Inmaterial	11.026	3.200	1.509
Inmovilizado Financiero	1.332	2.769	3.552
TOTAL	81.162	64.547	41.314

En los años anteriores a la creación, en el año 2.000, de Carrefour no existen datos consolidados así que los datos del cuadro anterior son por suma de los datos de Pryca y Continente. En los cuadros siguientes se detallan las inversiones realizadas por PRYCA y CONTINENTE y su evolución durante los últimos tres años.

CENTROS COMERCIALES PRYCA

Millones de pesetas	1.998	1.999
Inmovilizado Material	27.971	29.668
Inmovilizado Inmaterial	1.514	1.605
Inmovilizado Financiero	81	20
TOTAL	29.566	31.293

CENTROS COMERCIALES CONTINENTE

Millones de pesetas	1.998	1.999
Inmovilizado Material	40.833	28.910
Inmovilizado Inmaterial	9.512	1.595
Inmovilizado Financiero	1.251	2.749
TOTAL	51.596	33.254

Dentro del Inmovilizado Material destacan las inversiones realizadas en la apertura de nuevos centros comerciales:

	<u>PRYCA</u>	<u>CONTINENTE</u>
1.998	Cáceres, Alicante, Aljarafe	Plasencia, Pontevedra, San Blas
1.999		Avilés, Rivas
	<u>CARREFOUR</u>	
2.000	Corvera (Asturias), La Maquinista (Barcelona), Pamplona, Vecindario (Las Palmas de Gran Canarias)	

También destacan en este apartado las adquisiciones de terrenos para la futura expansión.

En el Inmovilizado Financiero de Carrefour se encuentran recogidas las adquisiciones del 100% de las acciones de Simago, S.A. en 1.998, por un importe de 8.494 millones de pesetas, de Ecovol, S.A. en 1.999, por 2.305 millones de pesetas, y en el 2000 por cambio del porcentaje de integración del Subgrupo Centros Shopping, S.A. de un 46,66% en 1999 a un 49,31% en 2000 y los altos resultados de las sociedades puestas en equivalencia.

Asimismo, en el Inmovilizado Inmaterial de 1.998 se recoge el Fondo de Comercio que surgió por la compra de Simago, S.A. por un importe de 8.075 millones.

IV.5.2. Principales inversiones en curso de realización.

A 31 de Diciembre de 2.000 las inversiones en curso de realización (incluyendo los terrenos ya adquiridos para futuros proyectos, ubicados todas en el territorio español), ascendían a 18.813 millones de pesetas.

Estos importes corresponden a las inversiones en curso de recientes y futuras aperturas de Centros Comerciales entre los que destacan: Avila abierto el día 1 de marzo de 2001, San Sebastián de los Reyes cuya apertura se realizó el día 14 de junio de 2001, Alcalá de Henares (Madrid) abierto el 15 de noviembre de 2001, Vitoria (Alava) abierto el 20 de noviembre de este año y de proyectos en obras como los de Oviedo - Matadero y Alicante Vía Parque.

Estas inversiones se han financiado con los fondos generados por las operaciones propias de la actividad de la empresa, y por tanto no ha sido preciso acudir a los mercados financieros para su financiación.

Capítulo V

El Patrimonio,
la Situación Financiera
y los Resultados del Emisor

CAPÍTULO V

V. EL PATRIMONIO, LA SITUACIÓN FINANCIERA Y LOS RESULTADOS DEL EMISOR

V.1. INFORMACIONES CONTABLES INDIVIDUALES DE CARREFOUR

Forman parte del presente Folleto el informe de auditoría de Carrefour junto con las cuentas anuales (Balance, Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Memoria) y el informe de gestión correspondiente al último ejercicio (cerrado el 31 de diciembre de 2000), que se adjuntan como **Anexo 1**.

V.1.1. Balance y cuenta de pérdidas y ganancias del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2000, con las cifras proforma correspondientes a los ejercicios anteriores cerrados a 31 de diciembre de 1999 y 1998

Los principios contables y normas de valoración aplicados se detallan en las Notas 2 y 4 de la Memoria de Carrefour que se acompaña como **Anexo 1**, así como en las Memorias de Pryca y Continente, de los ejercicios 1999 y 1998, que pueden ser consultadas en los registros de la CNMV.

Los balances de situación al 31 de diciembre de 2000 y 1999 y las cuentas de pérdidas y ganancias correspondientes a los ejercicios 2000 y 1999 no son comparables como consecuencia de la fusión habida entre Pryca y Continente. Con objeto de facilitar la comparación del balance de situación al 31 de diciembre de 2000 y de la cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente al ejercicio anual terminado en dicha fecha, estos estados financieros incluyen, sólo a efectos informativos, datos "proforma" de la Sociedad al 31 de diciembre de 1999 y los datos al 31 de diciembre de 1998, como suma de los datos de Pryca y Continentes sin homogeneizar.

Estos datos proforma, se han obtenido mediante la suma aritmética de los datos contables de ambas sociedades fusionadas, incluyendo los ajustes de homogeneización de criterios de valoración con efecto en el patrimonio neto contable de Carrefour, y las reclasificaciones pertinentes en la cuenta de resultados de 1999 para la homogeneización de criterios de clasificación.

A. Balance de CARREFOUR a 31 de diciembre de 2000, junto a las cifras proforma correspondientes a los ejercicios anteriores cerrados a 31 de diciembre de 1999 y 1998

BALANCES DE SITUACIÓN DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Uds.: Miles de Euros

ACTIVO	(2)		(1)			2000		
	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	99/98	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	00/99
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Gastos de establecimiento	0	0,00	511	0,01	0,00%	15.722	0,39	2977,65%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	108.867	2,98	118.964	3,09	9,27%	117.690	2,90	(1,07%)
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	20.957	0,57	20.645	0,54	(1,49%)	20.334	0,50	(1,51%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	87.910	2,47	98.320	2,56	11,84%	97.356	2,40	(0,98%)
III. Inmovilizaciones Materiales	1.989.428	54,44	2.034.528	52,91	2,27%	1.918.088	47,28	(5,72%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	209.603	5,74	226.834	5,90	8,22%	230.248	5,68	1,50%
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
B/ INMOVILIZADO	2.307.898	63,15	2.380.837	61,92	3,16%	2.281.748	56,25	(4,16%)
C/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Existencias	705.732	19,31	764.717	19,89	8,36%	796.678	19,64	4,18%
III. Deudores	270.461	7,40	332.077	8,64	22,78%	391.421	9,65	17,87%
IV. Inversiones Financieras Temporales	311.109	8,51	279.350	7,27	(10,21%)	398.681	9,83	42,72%
V. Acciones Propias a Corto Plazo	90	0,00	0	0,00	(100,00%)	0	0,00	0,00%
VI. Tesorería	51.934	1,42	82.831	2,15	59,49%	187.252	4,62	126,07%
VII. Ajustes por Periodificación	7.218	0,20	5.169	0,13	(28,39%)	679	0,02	(86,86%)
D/ ACTIVO CIRCULANTE	1.346.544	36,85	1.464.144	38,08	8,73%	1.774.711	43,75	21,21%
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D)	3.654.442	100,00	3.844.981	100,00	5,21%	4.056.459	100,00	5,50%
PASIVO	31 de diciembre	% sobre activo	31 de diciembre	% sobre activo	99/98	31 de diciembre	% sobre activo	00/99
I. Capital Suscrito	189.439	5,18	189.148	4,92	(0,15%)	189.148	4,66	0,00%
II. Reservas	1.099.660	30,09	1.159.418	30,15	5,43%	1.243.018	30,64	7,21%
III. Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Resultado del Periodo	164.467	4,50	184.481	4,80	12,17%	246.259	6,07	33,49%
V. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	1.453.566	39,78	1.533.047	39,87	5,47%	1.678.425	41,38	9,48%
B/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	2.711	0,07	2.656	0,07	(2,00%)	427	0,01	(83,94%)
C/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	37.064	1,01	34.486	0,90	(6,96%)	31.072	0,77	(9,90%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	9.640	0,26	8.276	0,22	(14,15%)	5.758	0,14	(30,43%)
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
V. Otras Deudas a Largo Plazo	33.585	0,92	34.534	0,90	2,83%	78.540	1,94	127,43%
D/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	43.225	1,18	42.810	1,11	(0,96%)	84.298	2,08	96,91%
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	2.753	0,08	43.129	1,12	1466,60%	106.932	2,64	147,94%
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Acreedores Comerciales	1.854.056	50,73	1.903.841	49,51	2,69%	1.660.824	40,94	(12,76%)
V. Otras Deudas a Corto	260.202	7,12	269.866	7,02	3,71%	491.844	12,12	82,25%
VI. Ajustes por Periodificación	865	0,02	15.146	0,39	1650,93%	2.638	0,07	(82,58%)
E/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	2.117.876	57,95	2.231.982	58,05	5,39%	2.262.238	55,77	1,36%
F/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F)	3.654.442	100,00	3.844.981	100,00	5,21%	4.056.459	100,00	5,50%

(1): Estados financieros pro forma

(2): Estados financieros obtenidos como copia directa de los datos de Deuda y Patrimonio

BALANCES DE SITUACIÓN DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Uds.: Millones de Pesetas

ACTIVO	(2)		(1)			2.000		
	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	99/98	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	00/99
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Gastos de establecimiento	0	0,00	85	0,01	0,00%	2.616	0,39	2977,65%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	18.114	2,98	19.794	3,09	9,27%	19.582	2,90	(1,07%)
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	3.487	0,57	3.435	0,54	(1,49%)	3.383	0,50	(1,51%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	14.627	2,41	16.359	2,56	11,84%	16.199	2,40	(0,98%)
III. Inmovilizaciones Materiales	331.013	54,44	338.517	52,91	2,27%	319.143	47,28	(5,72%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	34.875	5,74	37.742	5,90	8,22%	38.310	5,68	1,50%
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
B/ INMOVILIZADO	384.002	63,15	396.138	61,92	3,16%	379.651	56,25	(4,16%)
C/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Existencias	117.424	19,31	127.238	19,89	8,36%	132.556	19,64	4,18%
III. Deudores	44.301	7,29	55.253	8,64	24,72%	65.127	9,65	17,87%
IV. Inversiones Financieras Temporales	52.464	8,63	46.480	7,27	(11,41%)	66.335	9,83	42,72%
V. Acciones Propias a Corto Plazo	15	0,00	0	0,00	(100,00%)	0	0,00	0,00%
VI. Tesorería	8.641	1,42	13.782	2,15	59,50%	31.156	4,62	126,06%
VII. Ajustes por Periodificación	1.201	0,20	860	0,13	(28,39%)	113	0,02	(86,86%)
D/ ACTIVO CIRCULANTE	224.046	36,85	243.613	38,08	8,73%	295.287	43,75	21,21%
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D)	608.048	100,00	639.751	100,00	5,21%	674.938	100,00	5,50%
PASIVO	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	99/98	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	00/99
I. Capital Suscrito	31.520	5,18	31.472	4,92	(0,15%)	31.472	4,66	0,00%
II. Reservas	182.968	30,09	192.911	30,15	5,43%	206.821	30,64	7,21%
III. Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Resultado del Periodo	27.365	4,50	30.695	4,80	12,17%	40.974	6,07	33,49%
V. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	241.853	39,78	255.078	39,87	5,47%	279.267	41,38	9,48%
B/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	451	0,07	442	0,07	(2,00%)	71	0,01	(83,94%)
C/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	6.167	1,01	5.738	0,90	(6,96%)	5.170	0,77	(9,90%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	1.604	0,26	1.377	0,22	(14,15%)	958	0,14	(30,43%)
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
V. Otras Deudas a Largo Plazo	5.588	0,92	5.746	0,90	2,83%	13.068	1,94	127,43%
D/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	7.192	1,18	7.123	1,11	(0,96%)	14.026	2,08	96,91%
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	458	0,08	7.176	1,12	1466,81%	17.792	2,64	147,94%
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Acreedores Comerciales	308.489	50,73	316.772	49,51	2,69%	276.337	40,94	(12,76%)
V. Otras Deudas a Corto	43.294	7,12	44.902	7,02	3,71%	81.836	12,12	82,25%
VI. Ajustes por Periodificación	144	0,02	2.520	0,39	1650,00%	439	0,07	(82,58%)
E/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	352.385	57,95	371.370	58,05	5,39%	376.404	55,77	1,36%
F/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F)	608.048	100,00	639.751	100,00	5,21%	674.938	100,00	5,50%

(1): Estados financieros pro forma

(2): Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

B Cuenta de resultados individual de CARREFOUR, correspondiente al ejercicio 2000, junto a las cifras proforma correspondientes a los ejercicios 1999 y 1998

RESULTADOS INDIVIDUALES DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Uds.: Miles de Euros

	(2)		(1)			Ejercicio 2000		
	Ejercicio 1998		Ejercicio 1999			Ejercicio 2000		
	Importe	% sobre ventas	Importe	% sobre ventas	99/98	Importe	% sobre ventas	00/99
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio	6.072.915	100,00	6.430.511	100,00	5,89%	6.481.068	100,00	0,79%
+ Otros Ingresos	192.396	3,17	74.748	1,16	(61,15%)	87.285	1,35	16,77%
+/- Variación Existencias Producto Terminados y en Curso	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= VALOR TOTAL DE LA PRODUCCION	6.265.311	103,17	6.505.259	101,16	3,83%	6.568.353	101,35	0,97%
- Compras Netas	(5.074.742)	(83,56)	(5.193.358)	(80,76)	2,34%	(5.130.113)	(79,16)	(1,22%)
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles	105.327	1,73	57.234	0,89	(45,66%)	31.962	0,49	(44,16%)
- Gastos Externos y de Explotación	(380.170)	(6,26)	(380.351)	(5,91)	0,05%	(389.841)	(6,02)	2,50%
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO	915.726	15,08	988.785	15,38	7,98%	1.080.361	16,67	9,26%
+/- Otros Gastos e Ingresos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Gastos de Personal	(501.629)	(8,26)	(556.669)	(8,66)	10,97%	(589.292)	(9,09)	5,86%
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	414.097	6,82	432.116	6,72	4,35%	491.069	7,58	13,64%
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado	(184.511)	(3,04)	(185.220)	(2,88)	0,38%	(192.829)	(2,98)	4,11%
- Dotaciones al Fondo de Reversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Variación Provisiones de Circulante	(5.517)	(0,09)	(697)	(0,01)	(87,36%)	(4.321)	(0,07)	519,79%
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN	224.069	3,69	246.199	3,83	9,88%	293.919	4,54	19,38%
+ Ingresos Financieros	22.676	0,37	18.625	0,29	(17,86%)	19.040	0,29	2,23%
- Gastos financieros	(6.846)	(0,11)	(7.230)	(0,11)	5,62%	(8.931)	(0,14)	23,52%
+ Intereses y Diferencias de Cambio Capitalizados	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Dotación Amortización y Provisiones Financieras	(1.593)	(0,03)	(276)	(0,00)	(82,64%)	0	0,00	(100,00%)
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS	238.307	3,92	257.317	4,00	7,98%	304.028	4,69	18,15%
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	(2.302)	(0,04)	1.491	0,02	(164,75%)	111.368	1,72	7371,80%
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	11.708	0,19	4.219	0,07	(63,96%)	(35.148)	(0,54)	(933,07%)
- Resultados por Operaciones con acciones y Obligaciones Propias	481	0,01	775	0,01	61,25%	0	0,00	(100,00%)
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Otros Resultados Extraordinarios	385	0,01	10.295	0,16	2576,56%	(8.107)	(0,13)	(178,74%)
= RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	248.579	4,09	274.098	4,26	10,27%	372.141	5,74	35,77%
+/- Impuestos sobre Sociedades y Otros	(84.112)	(1,39)	(89.617)	(1,39)	6,55%	(125.882)	(1,94)	40,47%
= RESULTADO DEL EJERCICIO	164.467	2,71	184.481	2,87	12,17%	246.259	3,80	33,49%

(1): Estados financieros pro forma

(2): Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

RESULTADOS INDIVIDUALES DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Uds.: Millones de Pesetas

	(2)		(1)			Ejercicio 2000		
	Ejercicio 1998		Ejercicio 1999			Importe	% sobre ventas	00/99
	Importe	% sobre ventas	Importe	% sobre ventas	99/98			
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio	1.010.448	100,00	1.069.947	100,00	5,89%	1.078.359	100,00	0,79%
+ Otros Ingresos	32.012	3,17	12.437	1,16	(61,15%)	14.523	1,35	16,77%
+/- Variación Existencias Producto Terminados y en Curso	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= VALOR TOTAL DE LA PRODUCCIÓN	1.042.460	103,17	1.082.384	101,16	3,83%	1.092.882	101,35	0,97%
- Compras Netas	(844.366)	(83,56)	(864.102)	(80,76)	2,34%	(853.579)	(79,16)	(1,22%)
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles	17.525	1,73	9.523	0,89	(45,66%)	5.318	0,49	(44,16%)
- Gastos Externos y de Explotación	(63.255)	(6,26)	(63.285)	(5,91)	0,05%	(64.864)	(6,02)	2,50%
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO	152.364	15,08	164.520	15,38	7,98%	179.757	16,67	9,26%
+/- Otros Gastos e Ingresos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Gastos de Personal	(83.464)	(8,26)	(92.622)	(8,66)	10,97%	(98.050)	(9,09)	5,86%
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	68.900	6,82	71.898	6,72	4,35%	81.707	7,58	13,64%
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado	(30.700)	(3,04)	(30.818)	(2,88)	0,38%	(32.084)	(2,98)	4,11%
- Dotaciones al Fondo de Reversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Variación Provisiones de Circulante	(918)	(0,09)	(116)	(0,01)	(87,36%)	(719)	(0,07)	519,79%
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN	37.282	3,69	40.964	3,83	9,88%	48.904	4,54	19,38%
+ Ingresos Financieros	3.773	0,37	3.099	0,29	(17,86%)	3.168	0,29	2,23%
- Gastos financieros	(1.139)	(0,11)	(1.203)	(0,11)	5,62%	(1.486)	(0,14)	23,52%
+ Intereses y Diferencias de Cambio Capitalizados	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Dotación Amortización y Provisiones Financieras	(265)	(0,03)	(46)	(0,00)	(82,64%)	0	0,00	(100,00%)
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS	39.651	3,92	42.814	4,00	7,98%	50.586	4,69	18,15%
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	(383)	(0,04)	248	0,02	(164,75%)	18.530	1,72	7371,80%
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	1.948	0,19	702	0,07	(63,96%)	(5.848)	(0,54)	(933,07%)
- Resultados por Operaciones con acciones y Obligaciones Propias	80	0,01	129	0,01	61,25%	0	0,00	(100,00%)
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Otros Resultados Extraordinarios	64	0,01	1.713	0,16	2576,56%	(1.349)	(0,13)	(178,74%)
= RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	41.360	4,09	45.606	4,26	10,27%	61.919	5,74	35,77%
+/- Impuestos sobre Sociedades y Otros	(13.995)	(1,39)	(14.911)	(1,39)	6,55%	(20.945)	(1,94)	40,47%
= RESULTADO DEL EJERCICIO	27.365	2,71	30.695	2,87	12,17%	40.974	3,80	33,49%

(1): Estados financieros pro forma

(2): Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

La evolución de los resultados de Carrefour correspondientes al ejercicio 2000 puede describirse en tres ejes fundamentales:

La **Cifra de Venta Neta** fue similar a la del ejercicio 1999 ("proforma"), ascendiendo a 6.481 millones de euros (1.078.359 millones de pesetas). Al 31 de diciembre de 2000, la Sociedad contaba con 112 hipermercados propios y 5 franquiciados, operativos bajo la marca Carrefour. Durante el año 2000 Carrefour abrió 3 nuevos hipermercados (La Maquinista (Barcelona), Parque Astur (Avilés) y Vecindario (Las Palmas de Gran Canaria)).

El **Resultado Neto de la Explotación** ascendió a 293,9 millones de euros (48.904 millones de pesetas) con una progresión del 19,4% sobre el de 1999 ("proforma"). Este crecimiento se debió esencialmente a 2 factores: una optimización de los costes logísticos y del mix de margen, y un riguroso control de los costes de distribución.

El Margen Comercial del ejercicio 2000 se vió beneficiado por diversos factores resultantes del proceso de integración en el que estuvo inmersa la Sociedad:

- mejora de los procesos de compra y aprovisionamiento,
- racionalización del sourcing nacional e internacional,
- mayor integración y utilización de herramientas de gestión compartida con nuestros proveedores,
- mejora del "mix" de margen,
- racionalización y unificación de surtidos.

En este contexto los costes de distribución del ejercicio 2000 (gastos de personal + otros gastos de explotación + amortizaciones) representaron un 18% sobre ventas netas mientras que en 1999 ("proforma") ascendieron a un

17,4%. Este incremento fue consecuencia principalmente de costes de fusión no recurrentes contabilizados durante el propio año 2000.

Otro aspecto a destacar son las diferentes operaciones corporativas que llevó a cabo Carrefour con objeto de liberar recursos para posibles operaciones futuras de desarrollo. La cesión de 20 galerías comerciales y de diversos activos no sujetos a la explotación explica un **resultado extraordinario neto** en torno a 68,11 millones de euros (11.333 millones de pesetas).

V.1.2. Cuadro de financiación a 31 de diciembre de 2000, comparativo con los ejercicios anteriores cerrados a 31 de diciembre de 1999 y 1998

CUADROS DE FINANCIACION DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Uds.: Miles de Euros

APLICACIONES	(2)	(1)	2000	ORIGENES	(*)	(*)	2000
	1998	1999			1998	1999	
Gastos de establecimiento	6.972	2.542	24.551	Recursos procedentes de las operaciones			
Adquisiciones de inmovilizado				Beneficio del ejercicio	164.467	184.481	246.259
Inmovilizaciones inmateriales	61.598	18.415	8.865	Amortizaciones de inmovilizado	181.998	183.044	183.489
Inmovilizaciones materiales	259.048	282.007	186.740	Amortizaciones de gastos de primer establecimiento	6.972	2.031	9.340
Inmovilizaciones financieras	119.121	34.143	21.522	Resultados cesión inmovilizado	(2.861)	(1.491)	(111.368)
	439.767	334.565	217.128	Dotación/(reversión) de las provisiones de riesgos y gastos	(9.574)	(2.578)	(2.122)
Efectos de la fusión (**)	-	-	432.218	Variación de las provisiones de inmovilizado financiero	1.292	1.719	35.147
				Ingresos derivados de ingresos diferidos	(186)	(150)	(2.230)
Aplicación de la provisión de riesgos y gastos	-	-	1.292	Variación de impuestos diferidos y anticipados a largo plazo	(877)	721	41.091
Dividendos	103.080	104.997	100.880		341.231	367.777	399.607
Cancelación de deuda a largo plazo	2.951	2.488	2.626	Aumento de deudas a largo plazo	-	240	-
TOTAL APLICACIONES	552.770	444.593	778.695	Cancelación anticipada o traspaso a corto plazo del inmovilizado financiero	1.430	2.356	-
EXCESO DE APLICACIONES SOBRE ORIGENES (AUMENTO DEL CAPITAL CIRCULANTE)	-	493	-	Enajenaciones de inmovilizaciones materiales, inmateriales y financieras	40.707	74.712	227.183
				TOTAL ORIGENES	383.368	445.086	626.790
				EXCESO DE APLICACIONES SOBRE ORIGENES (DISMINUCIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE)	169.402	-	151.905

VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE	Aumento			Disminución		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
Efectos de la fusión (**)	-	-	-	-	-	432.218
Existencias	103.975	54.626	31.962	-	-	-
Deudores	121.422	65.318	59.344	-	-	-
Acciones propias	12	-	-	-	90	-
Acreedores	-	-	-	97.863	104.955	30.254
Cuentas financieras	-	-	223.751	292.374	12.351	-
Ajustes por periodificación activos	-	-	-	4.574	2.055	4.490
TOTAL	225.409	119.944	315.057	394.811	119.451	466.962
VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE	169.402	-	151.905	-	493	-

(1):Estados financieros pro forma

(2):Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

(**): Estos conceptos no han supuesto origen ni aplicación de tesorería

CUADROS DE FINANCIACION DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Uds.: Millones de Pesetas

APLICACIONES	(2)	(1)	2000	ORIGENES	(*)	(*)	2000
	1998	1999			1998	1999	
Gastos de establecimiento	1.160	423	4.085	Recursos procedentes de las operaciones			
Adquisiciones de inmovilizado				Beneficio del ejercicio	27.365	30.695	40.974
Inmovilizaciones inmateriales	10.249	3.064	1.475	Amortizaciones de inmovilizado	30.282	30.456	30.530
Inmovilizaciones materiales	43.102	46.922	31.071	Amortizaciones de gastos de primer establecimiento	1.160	338	1.554
Inmovilizaciones financieras	19.820	5.681	3.581	Resultados cesión inmovilizado	(476)	(248)	(18.530)
	73.171	55.667	36.127	Dotación/(reversión) de las provisiones de riesgos y gastos	(1.593)	(429)	(353)
Efectos de la fusión (**)	-	-	71.915	Variación de las provisiones de inmovilizado financiero	215	286	5.848
				Ingresos derivados de ingresos diferidos	(31)	(25)	(371)
Aplicación de la provisión de riesgos y gastos	-	-	215	Variación de impuestos diferidos y anticipados a largo plazo	(146)	120	6.837
Dividendos	17.151	17.470	16.785		56.776	61.193	66.489
Cancelación o traspaso a corto plazo de deudas a largo plazo	491	414	437	Aumento de deudas a largo plazo	-	40	-
	91.973	73.974	129.564	Cancelación anticipada o traspaso a corto plazo del inmovilizado financiero	238	392	-
TOTAL APLICACIONES				Enajenaciones de inmovilizaciones materiales, inmateriales y financieras	6.773	12.431	37.800
EXCESO DE ORIGENES SOBRE APLICACIONES (AUMENTO DEL CAPITAL CIRCULANTE)	-	82	-	TOTAL ORIGENES	63.787	74.056	104.289
				EXCESO DE APLICACIONES SOBRE ORIGENES (DISMINUCIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE)	28.186	-	25.275

VARIACION DEL CAPITAL CIRCULANTE	Aumento			Disminución		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
Efectos de la fusión (**)	-	-	-	-	-	71.915
Existencias	17.300	9.089	5.318	-	-	-
Deudores	20.203	10.868	9.874	-	-	-
Acciones propias	2	-	-	-	15	-
Acreedores	-	-	-	16.283	17.463	5.034
Cuentas financieras	-	-	37.229	48.647	2.055	-
Ajustes por periodificación activos	-	-	-	761	342	747
TOTAL	37.505	19.957	52.421	65.691	19.875	77.696
VARIACION DEL CAPITAL CIRCULANTE	28.186	-	25.275	-	82	-

(1):Estados financieros pro forma

(2):Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

(**): Estos conceptos no han supuesto origen ni aplicación de tesorería

V.2. INFORMACIONES CONTABLES CONSOLIDADAS DE CARREFOUR

Forma parte del presente Folleto el informe de auditoría de Carrefour y sociedades dependientes, junto con las cuentas anuales consolidadas (Balance Consolidado, Cuenta de Pérdidas y Ganancias Consolidadas y Memoria Consolidadas) y el informe de gestión consolidado correspondiente al ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2000, que se adjunta como **Anexo1**.

V.2.1. Balances consolidados, cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas, y cuadros de financiación comparativos del ejercicio cerrado el 31 de diciembre de 2000, con las cifras proforma correspondientes a los ejercicios anteriores cerrados a 31 de diciembre de 1999 y 1998

Los principios contables y normas de valoración aplicados se detallan en las Notas 3 y 5 de la Memoria del Grupo Carrefour que, tal como se ha indicado, se adjunta como **Anexo 1**.

Los balances de situación consolidados al 31 de diciembre de 2000 y 1999 y las cuentas de pérdidas y ganancias consolidadas correspondientes a los ejercicios anuales 2000 y 1999 no son comparables como consecuencia de la fusión habida entre Pryca y Continente.

Con objeto de facilitar la comparación del balance de situación consolidado al 31 de diciembre de 2000 y de la cuenta de pérdidas y ganancias consolidada correspondiente al ejercicio anual terminado en dicha fecha, estos estados financieros consolidados incluyen, a efectos informativos, datos "proforma" del Grupo Carrefour correspondientes al ejercicio 1999 y datos del ejercicio 1998, como suma de los datos de Pryca y Continente sin homogeneizar.

Estos datos proforma, se han obtenido mediante la suma aritmética de los datos contables de ambas sociedades fusionadas, incluyendo los ajustes de homogeneización de criterios de valoración con efecto en el patrimonio neto contable de Carrefour incluyendo los ajustes de homogeneización de criterios de valoración con efecto en el patrimonio neto contable de Carrefour, y las reclasificaciones pertinentes en la cuenta de resultados de 1999 para la homogeneización de criterios de clasificación.

A. Balances consolidados del Grupo Carrefour a 31 de diciembre de 2000, junto a las cifras proforma correspondientes a los ejercicios anteriores cerrados a 31 de diciembre de 1999 y 1998

BALANCES DE SITUACIÓN DEL GRUPO CARREFOUR

Uds.: Miles de Euros

ACTIVO	(2)		(1)			2.000		
	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	99/98	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	00/99
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Gastos de establecimiento	0	0,00	715	0,02	100,00%	15.722	0,36	2098,32%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	119.541	3,09	123.220	3,07	3,08%	121.699	2,82	(1,23%)
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	27.665	0,72	20.639	0,51	(25,40%)	20.326	0,47	(1,51%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	91.877	2,38	102.581	2,56	11,65%	101.373	2,35	(1,18%)
III. Inmovilizaciones Materiales	2.237.677	57,91	2.315.375	57,72	3,47%	2.208.161	51,22	(4,63%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	82.086	2,12	97.226	2,42	18,44%	169.455	3,93	74,29%
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
B/ INMOVILIZADO	2.439.304	63,13	2.536.536	63,24	3,99%	2.515.037	58,34	(0,85%)
C/ FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACIÓN	21.672	0,56	20.476	0,51	(5,52%)	19.286	0,45	(5,81%)
D/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Existencias	767.997	19,87	814.690	20,31	6,08%	848.857	19,69	4,19%
III. Deudores	221.972	5,74	290.193	7,23	30,73%	327.870	7,60	12,98%
IV. Inversiones Financieras Temporales	360.451	9,33	244.287	6,09	(32,23%)	398.681	9,25	63,20%
V. Acciones Propias a Corto Plazo	90	0,00	0	0,00	(100,00%)	0	0,00	0,00%
VI. Tesorería	43.405	1,12	97.586	2,43	124,83%	199.217	4,62	104,14%
VII. Ajustes por Periodificación	9.256	0,24	7.308	0,18	(21,04%)	2.302	0,05	(68,50%)
E/ ACTIVO CIRCULANTE	1.403.171	36,31	1.454.065	36,25	3,63%	1.776.928	41,22	22,20%
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D+E)	3.864.147	100,00	4.011.077	100,00	3,80%	4.311.252	100,00	7,48%
PASIVO	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	99/98	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	00/99
I. Capital Suscrito	189.439	4,90	189.151	4,72	(0,15%)	189.148	4,39	0,00%
II. Reservas Sociedad Dominante	1.639.230	42,42	1.149.802	28,67	(29,86%)	1.225.794	28,43	6,61%
III. Reservas Sociedades Consolidadas	(507.525)	(13,13)	44.307	1,10	(108,73%)	69.050	1,60	55,85%
IV. Diferencias de Conversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
V. Resultados Atribuibles a la Sociedad Dominante	193.472	5,01	199.326	4,97	3,03%	325.574	7,55	63,34%
VI. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	1.514.617	39,20	1.582.585	39,46	4,49%	1.809.566	41,97	14,34%
B/ SOCIOS EXTERNOS	12	0,00	12	0,00	0,00%	12	0,00	0,00%
C/ DIFERENCIA NEGATIVA DE CONSOLIDACION	30	0,00	30	0,00	0,00%	30	0,00	0,00%
D/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	2.711	0,07	2.656	0,07	(2,00%)	427	0,01	(83,94%)
E/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	52.234	1,35	55.936	1,39	7,09%	42.726	0,99	(23,62%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	9.640	0,25	8.276	0,21	(14,15%)	5.758	0,13	(30,43%)
III. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Otras Deudas a Largo Plazo	42.377	1,10	41.085	1,02	(3,05%)	84.845	1,97	106,51%
F/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	52.018	1,35	49.361	1,23	(5,11%)	90.603	2,10	83,55%
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	7.801	0,20	44.643	1,11	472,27%	109.072	2,53	144,32%
III. Acreedores Comerciales	1.960.574	50,74	1.975.908	49,26	0,78%	1.766.991	40,98	(10,57%)
IV. Otras Deudas a Corto	273.124	7,07	284.669	7,10	4,23%	489.182	11,35	71,84%
V. Ajustes por Periodificación	1.028	0,03	15.278	0,38	1386,55%	2.644	0,06	(82,69%)
G/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	2.242.526	58,03	2.320.499	57,85	3,48%	2.367.889	54,92	2,04%
H/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F+G+H)	3.864.147	100,00	4.011.077	100,00	3,80%	4.311.252	100,00	7,48%

(1): Estados financieros pro forma

(2): Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

BALANCES DE SITUACIÓN DEL GRUPO CARREFOUR

Uds.: Millones de Pesetas

ACTIVO	(2)		(1)			2.000		
	1.998		1.999			2.000		
	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	99/98	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	00/99
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Gastos de establecimiento	0	0,00	119	0,02	100,00%	2.616	0,36	2098,32%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	19.890	3,09	20.502	3,07	3,08%	20.249	2,82	(1,23%)
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	4.603	0,72	3.434	0,51	(25,40%)	3.382	0,47	(1,51%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	15.287	2,38	17.068	2,56	11,65%	16.867	2,35	(1,18%)
III. Inmovilizaciones Materiales	372.318	57,91	385.246	57,72	3,47%	367.407	51,22	(4,63%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	13.658	2,12	16.177	2,42	18,44%	28.195	3,93	74,29%
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
B/ INMOVILIZADO	405.866	63,13	422.044	63,24	3,99%	418.467	58,34	(0,85%)
C/ FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACIÓN	3.606	0,56	3.407	0,51	(5,52%)	3.209	0,45	(5,81%)
D/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Existencias	127.784	19,87	135.553	20,31	6,08%	141.238	19,69	4,19%
III. Deudores	36.933	5,74	48.284	7,23	30,73%	54.553	7,60	12,98%
IV. Inversiones Financieras Temporales	59.974	9,33	40.646	6,09	(32,23%)	66.335	9,25	63,20%
V. Acciones Propias a Corto Plazo	15	0,00	0	0,00	(100,00%)	0	0,00	0,00%
VI. Tesorería	7.222	1,12	16.237	2,43	124,83%	33.147	4,62	104,14%
VII. Ajustes por Periodificación	1.540	0,24	1.216	0,18	(21,04%)	383	0,05	(68,50%)
E/ ACTIVO CIRCULANTE	233.468	36,31	241.936	36,25	3,63%	295.656	41,22	22,20%
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D+E)	642.940	100,00	667.387	100,00	3,80%	717.332	100,00	7,48%
PASIVO	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	99/98	Saldo 31 de diciembre	% sobre activo	00/99
I. Capital Suscrito	31.520	4,90	31.472	4,72	(0,15%)	31.472	4,39	0,00%
II. Reservas Sociedad Dominante	272.745	42,42	191.311	28,67	(29,86%)	203.955	28,43	6,61%
III. Reservas Sociedades Consolidadas	(84.445)	(13,13)	7.372	1,10	(108,73%)	11.489	1,60	55,85%
IV. Diferencias de Conversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
V. Resultados Atribuibles a la Sociedad Dominante	32.191	5,01	33.165	4,97	3,03%	54.171	7,55	63,34%
VI. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	252.011	39,20	263.320	39,46	4,49%	301.087	41,97	14,34%
B/ SOCIOS EXTERNOS	2	0,00	2	0,00	0,00%	2	0,00	0,00%
C/ DIFERENCIA NEGATIVA DE CONSOLIDACION	5	0,00	5	0,00	0,00%	5	0,00	0,00%
D/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	451	0,07	442	0,07	(2,00%)	71	0,01	(83,94%)
E/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	8.691	1,35	9.307	1,39	7,09%	7.109	0,99	(23,62%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	1.604	0,25	1.377	0,21	(14,15%)	958	0,13	(30,43%)
III. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
IV. Otras Deudas a Largo Plazo	7.051	1,10	6.836	1,02	(3,05%)	14.117	1,97	106,51%
F/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	8.655	1,35	8.213	1,23	(5,11%)	15.075	2,10	83,55%
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	1.298	0,20	7.428	1,11	472,27%	18.148	2,53	144,32%
III. Acreedores Comerciales	326.212	50,74	328.763	49,26	0,78%	294.002	40,99	(10,57%)
IV. Otras Deudas a Corto	45.444	7,07	47.365	7,10	4,23%	81.393	11,35	71,84%
V. Ajustes por Periodificación	171	0,03	2.542	0,38	1386,55%	440	0,06	(82,69%)
G/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	373.125	58,03	386.098	57,85	3,48%	393.983	54,92	2,04%
H/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F+G+H)	642.940	100,00	667.387	100,00	3,80%	717.332	100,00	7,48%

(1): Estados financieros pro forma

(2): Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

B. Fondo de Comercio

En la cuenta "Fondo de comercio" del inmovilizado inmaterial se recogen los importes satisfechos a terceros en concepto de adquisición de bienes inmateriales, tales como la clientela, nombre o razón social y otros de naturaleza análoga que implican valor para la Sociedad, amortizándose linealmente en un plazo de 20 años, período en el cual se estima que contribuirán a la obtención de ingresos para la Sociedad.

En este epígrafe dentro del inmovilizado imaterial se recogen las adquisiciones a título oneroso de los fondos de comercio de las siguientes sociedades desglosando por año el importe neto de amortización acumulada (importes en millones de pesetas):

	Neto
31-12-1998	
Iliturgitana de Hipermercados, S.L.	560
Costa Sol de Hipermercados, S.L.	258
Champion .S.A. (Antiguo Simago, S.A.)	7.336
Servicios Financieros Continente E.F.C., S.A.	711
Hiper Valme, S.A	562
Ibercáceres, S.A	873
Ecojerez, S.A	938
	<hr/>
	11.238
	<hr/>
31-12-1999	
Iliturgitana de Hipermercados, S.L.	525
Costa Sol de Hipermercados, S.L.	244
Champion .S.A. (Antiguo Simago, S.A.)	6.933
Servicios Financieros Continente E.F.C., S.A.	675
Hiper Valme, S.A	621
Ibercáceres, S.A	873
Ecojerez, S.A	942
Ecovol, S.A	1.489
	<hr/>
	12.301
	<hr/>
31-12-2000	
Iliturgitana de Hipermercados, S.L.	494
Costa Sol de Hipermercados, S.L.	230
Champion .S.A. (Antiguo Simago, S.A.)	6.549
Servicios Financieros Continente E.F.C., S.A.	639
Hiper Valme, S.A	587
Ibercáceres, S.A	778
Ecojerez, S.A	890
Ecovol, S.A	1.414
	<hr/>
	11.580
	<hr/>

En la cuenta “Fondo de comercio de Consolidación” del Balance Consolidado del Grupo Carrefour se recoge el fondo de comercio derivado de la adquisición, en 1998, de las participaciones de la sociedad Champión, S.A. (Antiguo Simago, S.A.).

El importe neto del Fondo de Comercio de Consolidación durante los últimos tres años ha sido el siguiente (importes en millones de pesetas)

	Neto
31-12-1998	3.606
31-12-1999	3.407
31-12-2000	3.209

C. Capital circulante

En los balances de situación consolidados adjuntos, las cuentas se clasifican entre corto y largo plazo en función de que su vencimiento a la fecha de los mismos sea, respectivamente, anterior o posterior a doce meses.

Un detalle del Fondo de Maniobra para los ejercicios 1998, 1999, y 2000 es el siguiente:

(Millones de Pesetas)

	1998	1999	2000
Existencias	127.784	135.553	141.238
Deudores: Empresas grupo y asociadas y Administraciones Públicas	7.998	11.706	23.292
Deudores: Varios (*)	28.935	36.578	31.261
Ajustes periodificación activo	1.540	1.216	383
Acreedores comerciales	(326.212)	(328.763)	(294.002)
Ajustes periodificación de pasivo	(171)	(2.542)	(440)
Otras deudas no comerciales	(45.444)	(47.365)	(81.393)
Fondo de Maniobra de explotación, incluyendo relaciones con asociadas	(205.570)	(193.617)	(179.661)
Inversiones Financieras Temporales	59.974	40.646	66.335
Acciones propias a corto plazo	15		
Tesorería	7.222	16.237	33.147
Deudas con entidades de crédito	(1.298)	(7.428)	(18.148)
Fondo de Maniobra financiero	65.913	49.455	81.334
Fondo de Maniobra Neto	(139.657)	(144.162)	(98.327)

(*): Deudores varios corresponde fundamentalmente a los ingresos por servicios a proveedores y rapeles por compra devengados y pendientes de cobro a 31 de diciembre

DIAS DE COBERTURA DE EXISTENCIAS

Volumen de existencias / (compras/365)	1.998	1.999	2.000
Días de cobertura de las existencias	50	52	54

Las **existencias** se encuentran valoradas al precio de coste, calculado de acuerdo con la última factura de compra. El importe resultante de la aplicación de este criterio no difiere substancialmente del que resultaría de la aplicación del método FIFO -primera entrada, primera salida-. Adicionalmente, las sociedades consolidadas ajustan el valor de sus existencias a su valor de realización en el caso de que éste sea inferior a su coste, mediante la dotación de la oportuna provisión. El incremento de los días de cobertura en el año 2000 fue consecuencia de ineficiencias en los sistemas logísticos al no haberse unificado las redes logísticas de las dos empresas fusionadas, Pryca y Continente, que se unificaron a principios del 2001

El detalle de **deudores** es el siguiente:

<i>Uds.: Millones de Pesetas</i>	<u>31.12.98</u>	<u>31.12.99</u>	<u>31.12.00</u>
Empresas del Grupo y Asociadas	3.769	7.736	13.720
Administraciones Públicas	4.229	3.970	9.572
Deudores varios	28.935	36.578	31.261
	<u>36.933</u>	<u>48.284</u>	<u>54.553</u>

Deudores varios corresponde fundamentalmente a los ingresos por servicios a proveedores y rápeles por compra devengados y pendientes de cobro al 31 de diciembre.

Los saldos con administraciones públicas corresponden fundamentalmente a retenciones y pagos a cuenta del Impuesto sobre Sociedades y a un impuesto anticipado por importe de 889, 624, y 1.559 millones de pesetas a 31 de diciembre de 1998, 1999 y 2000, respectivamente.

ACREEDORES COMERCIALES

Volumen de acreedores / (compras/365)	1.998	1.999	2.000
Días de cobertura de los acreedores comerciales {Volumen de acreedores / (compras/365)}	127	126	113
Periodo medio de pagos {Días promedio entre la entrega de la mercancía y el pago de la factura}	94	95	82

Los **Acreedores comerciales** se corresponden fundamentalmente con las compras de mercancías para su posterior venta y que estaban pendientes de pago al 31 de diciembre. Su disminución en el año 2000 se debe principalmente a la aplicación de la modificación a la ley del comercio minorista que entre otras cosas regula el plazo de pago a proveedores, así en unas de las modificaciones establece que "el aplazamiento de pago de productos alimenticios perecederos no excederá en ningún caso de 30 días, contados a partir del día en que se entregue la mercancía".

En **Otras deudas comerciales** se recogen fundamentalmente importes pendientes de liquidar con Hacienda en concepto de IVA y con otros organismos del Estado. El fuerte crecimiento en el 2000 se debe principalmente a la liquidación de IVA que estaba pendiente de la operación de venta de 46 galerías que se produjo a finales del mes de diciembre de 2001.

En el epígrafe de Inversiones Financieras Temporales se recoge fundamentalmente un saldo por importe de 20.000, 28.317 y 62.278 millones de pesetas a 31 de diciembre de 1998, 1999 y 2000, respectivamente, consecuencia de operaciones financieras de tesorería que las sociedades consolidadas realizan saldo con sociedades del Grupo Carrefour, que se liquidan a tipos de interés de mercado.

La Tesorería del grupo CARREFOUR se gestiona a dos niveles:

A nivel de España en donde se gestiona la tesorería de Carrefour así cómo la de sus filiales.

A nivel de Grupo, donde el Centro de Coordinación, situado en Bruselas, gestiona la tesorería de todas las empresas del grupo CARREFOUR Francia, incluida Carrefour España

A nivel de España, existe una centralización de cuentas para hacer más operativa esta gestión, de forma que diariamente existe un barrido de saldos entre las cuentas de las filiales y las propias del grupo. Por tanto su misión es la de actuar como el " Banco " de las filiales de forma que los excedentes de cada filial deben compensar el déficit de otra y por este flujo diario existe una liquidación de intereses, que es pactada por nuestro Centro de Coordinación en Bruselas en base a condiciones de mercado referenciadas al EURIBOR o al EONIA.

Así mismo cada cuenta centralizada tiene asociada una póliza de crédito para en el caso de desviaciones con la previsión de pagos cubrir los saldos deudores que se originen, el límite máximo de las pólizas de crédito que el Grupo CARREFOUR tenía concedidas al 31 de diciembre de 2000 era de 39.810 millones de pesetas.

Diariamente existe un Cash-pooling entre Carrefour España y el Centro de Coordinación. Su misión es la misma pero para todas las empresas del grupo de Carrefour Francia es decir la de actuar como el " Banco " de todas filiales de forma que los excedentes de cada filial deben compensar el déficit de otra y por este flujo diario existe una liquidación de intereses, que es fijado por nuestro Centro de Coordinación en Bruselas en base a condiciones de mercado referenciadas al EURIBOR o al EONIA. Así al 31 de diciembre de 2000 Carrefour España tenía depositados 62.278 millones de pesetas en su cuenta del Centro de Coordinación CARREFOUR por los que recibía una remuneración a tipos de mercado.

D. Endeudamiento

En relación con el endeudamiento del grupo, la composición de las deudas con entidades de crédito y su clasificación en función del vencimiento es como sigue:

<i>Uds.: Millones de Pesetas</i>	31.12.98	31.12.99	31.12.00
<u>Largo Plazo</u>			
Préstamos bancarios	364	517	478
Acreedores por "leasing"	1.240	860	480
Saldos dispuestos en pólizas de crédito	-	-	-
	<u>1.604</u>	<u>1.377</u>	<u>958</u>
<u>Corto Plazo</u>			
Préstamos bancarios	-	320	71
Acreedores por "leasing"	1.218	380	380
Saldos dispuestos en pólizas de crédito	80	6.728	17.654
Intereses a pagar	-	-	43
	<u>1.298</u>	<u>7.428</u>	<u>18.148</u>

La cuenta "Préstamos bancarios" a largo plazo incluía fundamentalmente un préstamo por importe de 364 millones de pesetas que vence el 20 de diciembre de 2007. Al 31 de diciembre de 1999 incluía además la parte a largo plazo correspondiente a un préstamo hipotecario con vencimientos semestrales hasta noviembre de 2002, recogándose a corto plazo la parte con vencimiento en 2000.

Al 31 de diciembre de 1998, 1999 y 2000 las sociedades del Grupo tenían concedidas líneas de crédito, con vencimiento a corto plazo por un límite máximo disponible de 15.500, 17.510 y 39.810 millones de pesetas, respectivamente.

Tanto los préstamos bancarios como las pólizas de crédito devengan intereses anuales acordes a condiciones de mercado.

Los cuadros de endeudamiento del Grupo Carrefour son los siguientes:

<i>Uds.: Millones de Pesetas</i>	31.12.98	31.12.99	31.12.00
Endeudamiento financiero a largo plazo	1.604	1.377	958
Endeudamiento financiero a corto plazo	1.298	7.428	18.148
Tesorería e inversiones financieras temporales sin Grupo	(44.992)	(17.328)	(161.760)
Endeudamiento neto sin Grupo	(42.090)	(8.523)	(142.654)
Créditos con empresas del Grupo	(22.204)	(39.555)	(62.278)
Endeudamiento financiero neto incluyendo Grupo	(64.294)	(48.078)	(204.932)
Fondos Propios	252.011	263.320	301.087
% endeudamiento neto sin Grupo /Fondos Propios	(16,70%)	(3,24%)	(47,38%)
% endeudamiento neto incluyendo Grupo /Fondos Propios	(25,51%)	(18,26%)	(68,06%)
Otras deudas a largo plazo	8.655	8.213	15.075
Acreeedores totales	381.780	394.311	409.058
% Acreeedores largo plazo/acreeedores totales	2,27%	2,08%	3,69%
Acreeedores corto plazo	372.954	383.556	393.543
Acreeedores totales	381.780	394.311	409.058
% Acreeedores corto plazo/acreeedores totales	97,69%	97,27%	96,21%
Endeudamiento financiero	2.902	8.805	19.106
DEUDAS TOTALES	381.609	391.769	408.618
% endeudamiento financiero/deudas totales	0,76%	2,25%	4,68%

La política de financiación de CARREFOUR está determinada, en gran medida, por las características propias del negocio, que conduce a necesidades de financiación a corto plazo, generalmente se toma y coloca el dinero a un día vista. Sin embargo al 31 de diciembre de 2000 existen tres operaciones de financiación a medio plazo, cuyo monto total representa un importe poco significativo, y que corresponden a:

un préstamo hipotecario sobre el terreno y el edificio del centro comercial de Montequinto en Sevilla, que tenía concedido la sociedad a quién se compró dichos activos, ECOVOL, S.A., concedido en 1922 y con vencimiento en el año 2002

un préstamo con el BBVA y cuyo último pago se ha producido en el año 2001

y una operación de leasing que se corresponde con operaciones efectuadas en 1993 y 1995 sobre parte de los derechos de superficie durante 75 años correspondientes al Centro Comercial "Plaza de Aluche" (Madrid).

La amortización de estas operaciones de financiación a medio plazo hasta su vencimiento son las siguiente:

Millones de pesetas	2001	2002	2003
Préstamo Hipotecario	71	115	0
Leasing sobre Aluche	380	380	100
Préstamo BBVA	364	0	0

E. Cuenta de resultados consolidada del Grupo Carrefour correspondiente al ejercicio 2000, junto a las cifras proforma correspondientes a los ejercicios 1999 y 1998

RESULTADOS DEL GRUPO CONSOLIDADO CARREFOUR

Uds.: Miles de Euros

	(2)		(1)			Ejercicio 2000		
	Ejercicio 1998		Ejercicio 1999			Importe	% sobre ventas	00/99
	Importe	% sobre ventas	Importe	% sobre ventas	99/98			
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio	6.580.806	100,00	6.874.250	100,00	4,46%	6.889.107	100,00	0,22%
+ Otros Ingresos	232.033	3,53	69.615	1,01	(70,00%)	76.767	1,11	10,27%
+/- Variación Existencias Producto Terminados y en Curso	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= VALOR TOTAL DE LA PRODUCCIÓN	6.812.839	103,53	6.943.865	101,01	1,92%	6.965.874	101,11	0,32%
- Compras Netas	(5.468.291)	(83,09)	(5.483.604)	(79,77)	0,28%	(5.369.235)	(77,94)	(2,09%)
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles	121.681	1,85	45.887	0,67	(62,29%)	36.191	0,53	(21,13%)
- Gastos Externos y de Explotación	(438.402)	(6,66)	(411.982)	(5,99)	(6,03%)	(446.457)	(6,48)	8,37%
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO	1.027.827	15,62	1.094.167	15,92	6,45%	1.186.373	17,22	8,43%
+/- Otros Gastos e Ingresos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Gastos de Personal	(576.208)	(8,76)	(649.273)	(9,45)	12,68%	(682.545)	(9,91)	5,12%
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	451.619	6,86	444.893	6,47	(1,49%)	503.828	7,31	13,25%
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado	(208.719)	(3,17)	(213.648)	(3,11)	2,36%	(227.369)	(3,30)	6,42%
- Dotaciones al Fondo de Reversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Variación Provisiones de Circulante	(4.261)	(0,06)	(565)	(0,01)	(86,74%)	(4.321)	(0,06)	664,84%
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN	238.638	3,63	230.680	3,36	(3,33%)	272.138	3,95	17,97%
+ Ingresos Financieros	22.424	0,34	20.579	0,30	(8,23%)	17.309	0,25	(15,89%)
- Gastos financieros	(6.809)	(0,10)	(7.044)	(0,10)	3,44%	(6.293)	(0,09)	(10,66%)
+ Intereses y Diferencias de Cambio Capitalizados	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Dotación Amortización y Provisiones Financieras	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Resultados de Conversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Participación Resultados Sociedades Puestas en Equivalencia	14.593	0,22	17.387	0,25	19,15%	49.199	0,71	182,96%
- Amortización Fondo Comercio Consolidación	(2.188)	(0,03)	(1.196)	(0,02)	(45,33%)	(1.190)	(0,02)	(0,50%)
+ Reversión Diferencias Negativas de Consolidación	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS	266.657	4,05	260.407	3,79	(2,34%)	331.163	4,81	27,17%
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	343	0,01	12.868	0,19	3656,14%	129.450	1,88	906,01%
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	11.413	0,17	3.257	0,05	(71,46%)	0	0,00	(100,00%)
- Resultados por Operaciones con Acciones y Obligaciones Propias	1.983	0,03	775	0,01	(60,91%)	0	0,00	(100,00%)
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Otros Resultados EXTRAORDINARIOS	228	0,00	(114)	(0,00)	(150,00%)	(17.878)	(0,26)	15556,05%
= RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	280.625	4,26	277.193	4,03	(1,22%)	442.735	6,43	59,72%
+/- Impuestos sobre Beneficios	(87.153)	(1,32)	(77.867)	(1,13)	(10,65%)	(117.161)	(1,70)	50,46%

= RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	193.472	2,94	199.326	2,90	3,03%	325.574	4,73	63,34%
+/- Resultado Atribuido a Socios Externos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	193.472	2,94	199.326	2,90	3,03%	325.574	4,73	63,34%

(1):Estados financieros pro forma

(2):Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

RESULTADOS DEL GRUPO CONSOLIDADO CARREFOUR

Uds.: Millones de Pesetas

	(2)		(1)			Ejercicio 2000		
	Ejercicio 1998		Ejercicio 1999			Importe	% sobre ventas	00/99
	Importe	% sobre ventas	Importe	% sobre ventas	99/98			
+ Importe Neto de la Cifra de Negocio	1.094.954	100,00	1.143.779	100,00	4,46%	1.146.251	100,00	0,22%
+ Otros Ingresos	38.607	3,53	11.583	1,01	(70,00%)	12.773	1,11	10,27%
+/- Variación Existencias Producto Terminados y en Curso	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= VALOR TOTAL DE LA PRODUCCIÓN	1.133.561	103,53	1.155.362	101,01	1,92%	1.159.024	101,11	0,32%
- Compras Netas	(909.847)	(83,09)	(912.395)	(79,77)	0,28%	(893.366)	(77,94)	(2,09%)
+/- Variación Existencias Mercaderías, Materias Primas y Otras Materias Consumibles	20.246	1,85	7.635	0,67	(62,29%)	6.022	0,53	(21,13%)
- Gastos Externos y de Explotación	(72.944)	(6,66)	(68.548)	(5,99)	(6,03%)	(74.284)	(6,48)	8,37%
= VALOR AÑADIDO AJUSTADO	171.016	15,62	182.054	15,92	6,45%	197.396	17,22	8,43%
+/- Otros Gastos e Ingresos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Gastos de Personal	(95.873)	(8,76)	(108.030)	(9,45)	12,68%	(113.566)	(9,91)	5,12%
= RESULTADO BRUTO DE EXPLOTACIÓN	75.143	6,86	74.024	6,47	(1,49%)	83.830	7,31	13,25%
- Dotación Amortizaciones Inmovilizado	(34.728)	(3,17)	(35.548)	(3,11)	2,36%	(37.831)	(3,30)	6,42%
- Dotaciones al Fondo de Reversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Variación Provisiones de Circulante	(709)	(0,06)	(94)	(0,01)	(86,74%)	(719)	(0,06)	664,84%
= RESULTADO NETO DE EXPLOTACIÓN	39.706	3,63	38.382	3,36	(3,33%)	45.280	3,95	17,97%
+ Ingresos Financieros	3.731	0,34	3.424	0,30	(8,23%)	2.880	0,25	(15,89%)
- Gastos financieros	(1.133)	(0,10)	(1.172)	(0,10)	3,44%	(1.047)	(0,09)	(10,66%)
+ Intereses y Diferencias de Cambio Capitalizados	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
- Dotación Amortización y Provisiones Financieras	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Resultados de Conversión	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Participación Resultados Sociedades Puestas en Equivalencia	2.428	0,22	2.893	0,25	19,15%	8.186	0,71	182,96%
- Amortización Fondo Comercio Consolidación	(364)	(0,03)	(199)	(0,02)	(45,33%)	(198)	(0,02)	(0,50%)
+ Reversión Diferencias Negativas de Consolidación	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO ACTIVIDADES ORDINARIAS	44.368	4,05	43.328	3,79	(2,34%)	55.101	4,81	27,17%
+/- Resultados Procedentes del Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	57	0,01	2.141	0,19	3656,14%	21.539	1,88	906,01%
- Variación Provisiones Inmovilizado Inmaterial, Material y Cartera de Control	1.899	0,17	542	0,05	(71,46%)	0	0,00	(100,00%)
- Resultados por Operaciones con Acciones y Obligaciones Propias	330	0,03	129	0,01	(60,91%)	0	0,00	(100,00%)
+/- Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
+/- Otros Resultados EXtraordinarios	38	0,00	(19)	(0,00)	(150,00%)	(2.975)	(0,26)	15556,05%
= RESULTADO CONSOLIDADO ANTES DE IMPUESTOS	46.692	4,26	46.121	4,03	(1,22%)	73.665	6,43	59,72%
+/- Impuestos sobre Beneficios	(14.501)	(1,32)	(12.956)	(1,13)	(10,65%)	(19.494)	(1,70)	50,46%
= RESULTADO CONSOLIDADO DEL EJERCICIO	32.191	2,94	33.165	2,90	3,03%	54.171	4,73	63,34%
+/- Resultado Atribuido a Socios Externos	0	0,00	0	0,00	0,00%	0	0,00	0,00%
= RESULTADO DEL EJERCICIO ATRIBUIDO A LA SOCIEDAD DOMINANTE	32.191	2,94	33.165	2,90	3,03%	54.171	4,73	63,34%

(1):Estados financieros pro forma

(2):Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

La evolución de los resultados del Grupo Carrefour correspondientes al ejercicio 2000 puede describirse en tres ejes fundamentales:

La Cifra de Venta Bruta del año 2000 fue similar a la del ejercicio 1999 ("proforma"), ascendiendo a 1.265.965 millones de pesetas (7.608,6 millones de euros). Al 31 de diciembre de 2000, el Grupo contaba con 116 hipermercados propios y 5 franquiciados, operativos bajo la marca Carrefour y 79 supermercados de Supermercados Champion, S.A.. Durante el año 2000 Carrefour ha abierto 4 nuevos hipermercados (La Maquinista (Barcelona), Parque Astur (Avilés), Pamplona y Vecindario (Las Palmas de Gran Canaria)) y 8 nuevos supermercados.

El Resultado de Explotación, según la cuenta contable consolidada contenida en la Memoria del Grupo CARREFOUR del ejercicio 2000, ha ascendido a 45.280 millones de pesetas (272,1 millones de euros) con una

progresión del 18,0% sobre el de 1999 ("proforma"). Este crecimiento se debe esencialmente a 2 factores: una optimización de los costes logísticos y del mix de margen, y un riguroso control de los costes de distribución.

El Margen Comercial del ejercicio 2000 se ha visto beneficiado por diversos factores resultantes del proceso de integración en el que ha estado inmerso el Grupo:

- Mejora de los procesos de compra y aprovisionamiento,
- Racionalización del sourcing nacional e internacional,
- Mayor integración y utilización de herramientas de gestión compartida con nuestros proveedores,
- Mejora del "mix" de margen,
- Racionalización y unificación de surtidos.

En este contexto los costes de distribución del ejercicio 2000 (gastos de personal + gastos generales + amortizaciones) han representado un 19,7% sobre ventas netas mientras que en 1999 ("proforma") ascendieron a un 18,6%. Este incremento se explica principalmente por los costes de fusión no recurrentes contabilizados durante el propio año 2000.

Otro aspecto a destacar, son las diferentes operaciones corporativas que ha llevado a cabo Carrefour con objeto de liberar recursos para posibles operaciones futuras de desarrollo. La cesión de 54 galerías comerciales y de diversos activos no sujetos a la explotación explican un resultado extraordinario, según la cuenta de pérdidas y ganancias contable consolidada, en torno a 18.564 millones de pesetas (111,6 millones de euros).

Las inversiones del Grupo Carrefour han ascendido durante el año 2000, aproximadamente a 41.314 millones de pesetas (248,3 millones de euros), según el cuadro de financiación consolidado, destinados a la apertura de 4 hipermercados, 8 supermercados, 16 ópticas, la remodelación y el cambio de enseña de establecimientos y a la homogeneización de los sistemas logísticos y de información.

V.2.2.Cuadro de financiación consolidado 31 de diciembre de 2000, comparativo con los ejercicios anteriores cerrados a 31 de diciembre de 1999 y 1998

CUADROS DE FINANCIACION DEL GRUPO CONSOLIDADO CARREFOUR

Uds.: Miles de Euros

APLICACIONES	(2)	(1)	2000	ORIGENES	(*)	(*)	2000
	1998	1999			1998	1999	
Gastos de establecimiento	8.913	5.151	28.885	Recursos procedentes de las operaciones			
				Beneficio del ejercicio	193.472	199.326	325.574
				Amortizaciones de inmovilizado	204.344	208.864	213.492
Adquisiciones de inmovilizado				Amortizaciones de gastos de primer establecimiento	8.913	4.435	13.877
Inmovilizaciones inmateriales	66.268	19.232	9.069	Amortizaciones del fondo de comercio de consolidación	2.188	1.196	1.190
Inmovilizaciones materiales	413.520	352.061	217.885	Resultados cesión inmovilizado	(2.464)	(12.868)	(129.452)
Inmovilizaciones financieras	8.005	16.642	21.348	Dotación/(reversión) de las provisiones de riesgos y gastos	(8.637)	(2.578)	(1.767)
	487.793	387.935	248.302	Variación de las provisiones de inmovilizado financiero	-	2.476	(72)
				Ingresos derivados de ingresos diferidos	529	(162)	(2.230)
Fondo de comercio de consolidación	23.860	-	-	Variación de impuestos diferidos y anticipados a largo plazo	(2.969)	(499)	40.689
Efectos de la fusión (**)	-	-	517.261	Resultados aportados por sociedades puesta en equivalencia	(14.593)	(17.381)	(49.199)
					380.783	382.809	412.102
Aplicaciones de la provisión para riesgos y gastos	10.217	14.394	11.443	Cancelación anticipada o traspaso a corto plazo del inmovilizado financiero	-	-	2.013
Dividendos	103.080	104.997	100.880	Enajenaciones de inmovilizaciones materiales, inmateriales y financieras	50.798	105.874	251.650
Otras aplicaciones	-	3.834	-	Aumentos de deudas a largo plazo	956	210	-
				Dividendos de sociedades consolidadas por puesta en equivalencia	920	1.250	1.689
				Incorporación de la provisión para riesgos y gastos al conjunto consolidable	24.407	-	-
Cancelación de deuda a largo plazo	7.904	3.522	2.470	Otros ajustes	342	-	-
TOTAL APLICACIONES	641.767	519.833	909.241	TOTAL ORIGENES	458.206	490.143	667.454
EXCESO DE ORIGENES SOBRE APLICACIONES (AUMENTO DEL CAPITAL CIRCULANTE)	-	-	-	EXCESO DE APLICACIONES SOBRE ORIGENES (DISMINUCIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE)	183.561	29.690	241.787

VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE	Aumento			Disminución		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
Efectos de la fusión (**)	-	-	-	-	-	517.261
Existencias	147.657	42.498	34.168	-	-	-
Deudores	70.931	67.884	37.677	-	-	-
Acciones propias	12	-	-	-	90	-
Acreedores	-	-	-	139.850	67.536	47.390
Cuentas financieras	-	-	256.025	259.523	70.439	-
Ajustes por periodificación activos	-	-	-	2.788	2.007	5.006
TOTAL	218.600	110.382	327.870	402.161	140.072	569.657
VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE	183.561	29.690	241.787	-	-	-

(1):Estados financieros pro forma

(2):Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

(**): Estos conceptos no han supuesto origen ni aplicación de tesorería

CUADROS DE FINANCIACION DEL GRUPO CONSOLIDADO CARREFOUR

Uds.: Millones de Pesetas

APLICACIONES	(2)	(1)	2000	ORIGENES	(*)	(*)	2000
	1998	1999			1998	1999	
Gastos de establecimiento	1.483	857	4.806	Recursos procedentes de las operaciones			
				Beneficio del ejercicio	32.191	33.165	54.171
				Amortizaciones de inmovilizado	34.000	34.752	35.522
Adquisiciones de inmovilizado				Amortizaciones de gastos de primer establecimiento	1.483	738	2.309
Inmovilizaciones inmateriales	11.026	3.200	1.509	Amortizaciones del fondo de comercio de consolidación	364	199	198
Inmovilizaciones materiales	68.804	58.578	36.253	Resultados cesión inmovilizado	(410)	(2.141)	(21.539)
Inmovilizaciones financieras	1.332	2.769	3.552	Dotación/(reversión) de las provisiones de riesgos y gastos	(1.437)	(429)	(294)
	81.162	64.547	41.314	Variación de las provisiones de inmovilizado financiero	-	412	(12)
Fondo de comercio de consolidación	3.970	-	-	Ingresos derivados de ingresos diferidos	88	(27)	(371)
Efectos de la fusión (**)	-	-	86.065	Variación de impuestos diferidos y anticipados a largo plazo	(494)	(83)	6.770
Aplicaciones de la provisión para riesgos y gastos	1.700	2.395	1.904	Resultados aportados por sociedades puesta en equivalencia	(2.428)	(2.892)	(8.186)
Dividendos	17.151	17.470	16.785		63.357	63.694	68.568
Otras aplicaciones	-	638	-	Cancelación anticipada o traspaso a corto plazo del inmovilizado financiero	-	-	335
				Enajenaciones de inmovilizaciones materiales, inmateriales y financieras	8.452	17.616	41.871
				Aumentos de deudas a largo plazo	159	35	-
				Dividendos de sociedades consolidadas por puesta en equivalencia	153	208	281
				Incorporación de la provisión para riesgos y gastos al conjunto consolidable	4.061	-	-
Cancelación o traspaso a corto plazo de deudas a largo plazo	1.315	586	411	Otros ajustes	57	-	-
TOTAL APLICACIONES	106.781	86.493	151.285	TOTAL ORIGENES	76.239	81.553	111.055
EXCESO DE ORIGENES SOBRE APLICACIONES (AUMENTO DEL CAPITAL CIRCULANTE)	-	-	-	EXCESO DE APLICACIONES SOBRE ORIGENES (DISMINUCIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE)	30.542	4.940	40.230

VARIACIÓN DEL CAPITAL CIRCULANTE	Aumento			Disminución		
	1998	1999	2000	1998	1999	2000
Efectos de la fusión (**)	-	-	-	-	-	86.065
Existencias	24.568	7.071	5.685	-	-	-
Deudores	11.802	11.295	6.269	-	-	-
Acciones propias	2	-	-	-	15	-
Acreedores	-	-	-	23.269	11.237	7.885
Cuentas financieras	-	-	42.599	43.181	11.720	-
Ajustes por periodificación activos	-	-	-	464	334	833
TOTAL	36.372	18.366	54.553	66.914	23.306	94.783
(1): Estados financieros pro forma	30.542	4.940	40.230	-	-	-
(2): Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente						

(1): Estados financieros pro forma

(2): Estados financieros obtenidos como suma directa de los datos de Pryca y Continente

(**): Estos conceptos no han supuesto origen ni aplicación de tesorería

Capítulo VI

La Administración, la Dirección
y el Control del Emisor

CAPÍTULO VI: LA ADMINISTRACIÓN, LA DIRECCIÓN Y EL CONTROL DEL EMISOR

VI.1. Identificación y función en la sociedad de las personas que se mencionan:

VI.1.1. Miembros del órgano de administración.

Composición del Consejo de Administración

En el cuadro que aparece a continuación, figuran los miembros del Consejo de Administración de Carrefour a la fecha de presentación del presente Folleto, con indicación de los datos más relevantes respecto a la función que desempeñan en el seno de dicho Consejo, su fecha de nombramiento o reelección y el carácter de su representación.

Cargo	Nombre	Fecha Primer Nombramiento	Carácter
Presidente	Rafael Arias-Salgado Montalvo(1)	3 octubre 2000	Dominical
Vicepresidente	Bertrán de Montesquiou Fezensac (2)	29 septiembre 2000	Dominical
Vicepresidente	Joel Saveusse (1)	26 septiembre 2000	Dominical
Consejero Delegado	D. José M.Folache Gonzalez-Parrado	3 octubre 2000	Ejecutivo
Consejero	Daniel Bernard (1)	29 septiembre 2000	Dominical
Consejero	José Luis Durán Schulz(1)	29 septiembre 2000	Dominical
Consejero	José Antonio de Francisco Blanco	29 septiembre 2000	Independiente
Consejero	Manuel Herrando y Prat de la Riba	29 septiembre 2000	Independiente
Consejero	Marc Leguillotte(2)	29 septiembre 2000	Dominical
Consejero	Juan Ribalta Aguilera	3 octubre 2000	Independiente
Consejero	Fernando Mayans Altaba (3)	3 octubre 2000	Dominical
Consejero	Etienne Van Dyck (1)	18 junio 2001	Dominical
Secretario no Consejero	Agustín Ramos Varillas	29 septiembre 2000	-

(1) En representación de Carrefour, S.A., sociedad anónima francesa.

(2) En representación de SOCIETE DES GRANDS MAGASINS GARONNE ADOUR, S.A.

(3) En representación de Corporación Financiera Alba, que ostenta un 3,4% de participación en Carrefour, S.A., sociedad anónima francesa.

Los Consejeros que conforme al criterio general tienen la consideración de externos, son aquellos que no son ejecutivos. Los Consejeros externos pueden ser:

- Consejeros Dominicales: conforme al criterio general, son Consejeros nombrados de acuerdo con la propuesta de titulares de participaciones significativas estables. D. Fernando Mayans Altaba, es considerado como Consejero Dominical dado que la sociedad a la que representa, Corporación Financiera Alba, mantiene una participación significativa en el accionista mayoritario de Centros Comerciales Carrefour, S.A. (es decir, Carrefour, S.A., sociedad anónima francesa).
- Consejeros independientes: son profesionales de reconocido prestigio que no se encuentran vinculados al equipo ejecutivo ni a los accionistas mayoritarios.

Los Consejeros ejecutivos son aquellos que así como Consejeros, mantienen una relación laboral de alta dirección con la Sociedad.

Regulación estatutaria del Consejo de Administración

Carrefour está administrada por un Consejo de Administración que, de acuerdo con sus Estatutos Sociales, se compondrá de un mínimo de tres un máximo de doce Consejeros designados por la Junta General de Accionistas. Los Consejeros ejercerán su cargo durante un plazo máximo de cinco años y podrán ser indefinidamente reelegidos.

A continuación se transcriben parcialmente los artículos de los Estatutos sociales de Carrefour. referentes al Consejo de Administración:

“Artículo 17°. El Consejo de Administración estará constituido por un número de Consejeros no inferior a tres ni superior a doce, accionistas o no, designados por la Junta General, en los términos previstos en el artículo 137 de la Ley de Sociedades Anónimas, la que determinará asimismo el número de Administradores, dentro de los límites expresados.

Artículo 18°. Los Consejeros desempeñarán sus cargos por un periodo de cinco años, siendo al término de su mandato reelegibles en forma indefinida por periodos de igual duración. A los efectos de establecer un ritmo de renovación parcial y en el caso de que todos los Consejeros hubieran sido nombrados o renovados en el mismo acto, la mitad o mitad por defecto de los así nombrados, determinados por sorteo, cesarán en su mandato a los tres años de su nombramiento, sin perjuicio de la reelección antes prevista.

...

Artículo 20°. El Consejo de Administración elegirá de entre sus componentes un Presidente, quien lo será a su vez de la Junta General de Accionistas, correspondiéndole, sin perjuicio de otras facultades que pueda delegarle el Consejo de Administración, las funciones siguientes: Convocar las reuniones del Consejo de Administración; cuidar de que en las convocatorias, constitución y celebración de las reuniones de la Junta General de Accionistas y del Consejo de Administración se observen las formalidades y solemnidades establecidas en estos Estatutos y ordenadas por la Ley; presidir las reuniones de la Junta General de Accionistas y del Consejo de Administración a las que asista, dirigiendo los debates con sujeción al Orden del Día y resolviendo las dudas reglamentarias que pudieren plantearse; asimismo autorizará con su firma la lista de asistentes y las actas de las reuniones de la Junta General y del Consejo de Administración que haya presidido, visando cuantas certificaciones se expidan por el Secretario y por el Vice-Secretario de actas de la Compañía.

...

El Consejo de Administración designará asimismo un Secretario, cuyo cargo podrá recaer en un Consejero o en persona ajena al Consejo, quien en este caso carecerá de voto.

...

Artículo 21°. El Consejo de Administración se reunirá cuantas veces lo exija el interés de la Sociedad y, por lo menos, dentro de los tres meses siguientes al cierre del ejercicio social para dar cumplimiento a lo que dispone el artículo 29° de estos Estatutos.

Será convocado por el Presidente o quien le sustituya, por iniciativa propia o a petición de dos Consejeros. Las convocatorias deberán contener el Orden del Día y deberán efectuarse con cinco días de anticipación, cuando menos, salvo casos de urgencia que determinará quien convoque, a la fecha señalada por su celebración. Tales requisitos de convocatoria no serán precisos cuando a la reunión asistan, presentes o representados, todos los Consejeros, y acepten por unanimidad celebrar reunión ni en los supuestos de urgencia expresados.

...

Artículo 22°. El Consejo de Administración quedará válidamente constituido cuando a su reunión asistan presentes o representados, cuando menos, la mitad más uno de los Consejeros y los acuerdos se tomarán por mayoría de votos de los Consejeros presentes y representados.

...

Artículo 24°.- La remuneración de los Consejeros consistirá, dentro de los límites previstos en la Ley, en una cantidad fija anual, que podrá determinarse bien en un importe global para el ejercicio, bien en dietas de asistencia a cada Consejo o Comisión Ejecutiva, bien en la combinación de ambos criterios. Tal remuneración será acordada por la Junta General de Accionistas. La retribución convenida podrá distribuirse entre los Administradores en proporción distinta para cada uno de ellos en función del cargo y labor que desempeñen en la Compañía.

Artículo 25º.- Sin perjuicio de las atribuciones que estos Estatutos conceden a la Junta General de Accionistas, la representación de la Sociedad, en juicio o fuera de él corresponderá al Consejo de Administración, extendiéndose la misma a todos los actos y negocios comprendidos en el objeto social, y ello en los términos regulados en la Ley.

Por consiguiente tal representación se extenderá a toda clase de actos y contratos de administración, disposición y dominio, (inclusive créditos préstamos, fianzamientos y avales), civiles, mercantiles, judiciales, administrativos o de cualquier otra índole, sea cualquiera la naturaleza jurídica de los bienes, derechos, acciones, excepciones y recursos o alzadas y obligaciones a que se refieran y a las personas o entidades privadas, autoridades y organismos estatales, de las Corporaciones Locales, Comunidades Autónomas y demás públicos, Juzgados y Tribunales de todo orden, grado y jurisdicción o de cualquier otra clase, Bancos, Cajas de Ahorro y Entidades de Crédito, inclusive el Banco de España y sus sucursales.

Las facultades que acaban de enumerarse no tienen carácter limitativo, sino meramente enunciativo, entendiéndose que corresponden al Consejo todas aquellas facultades que no estén expresamente reservada a la Junta General de Accionistas.

El Consejo de Administración podrá, de acuerdo con lo previsto en el artículo 141 de la Ley de Sociedades Anónimas, designar de su seno una Comisión Ejecutiva o uno o más Consejeros-Delegados, con determinación de sus facultades. ”

Sin perjuicio de que el artículo 25 de los Estatutos Sociales de Carrefour prevé el establecimiento de una comisión ejecutiva, en la actualidad, el Consejo de Administración de la Sociedad no tiene designada comisión ejecutiva alguna, teniendo delegadas en favor del Consejero Delegado D. José M.Folache Gonzalez-Parrado amplias facultades para representar y administrar a la sociedad, pudiendo realizar cualesquiera actos y contratos dentro del objeto social de la misma.

En relación con el cumplimiento del artículo 21 de los Estatutos Sociales, el Consejo de Administración de la Sociedad, durante el ejercicio 2000 se reunió en 5 ocasiones y a lo largo del año 2001 en 4 ocasiones.

Otros aspectos relevantes del Consejo de Administración

1. Reglamento Interno de Conducta

De conformidad con lo establecido en el Real Decreto 629/1.993, de 3 de Mayo, sobre normas de actuación en los mercados de valores y registros obligatorios, el Consejo de Administración aprobó, el 25 de Marzo de 1.999, el Reglamento Interno de Conducta de la Sociedad.

Dicho Reglamento Interno de Conducta esta depositado y puede consultarse en la CNMV.

2. Reglamento de funcionamiento del Consejo

La Sociedad, dada la estructura accionarial de la compañía, cuyo accionista mayoritario es CARREFOUR, S.A. quien a su vez designa la mayoría de los miembros del Consejo de Administración, sociedad que cotiza en la Bolsa de París, estando sometida por tanto a las normas de gobierno exigidas por la citada Bolsa, considera adecuada su actual composición y estructuras de gobierno. Carrefour, por tanto, no ha adoptado ningún Código de Buen Gobierno.

En la actualidad, no existe en la Sociedad, ni existe la intención de nombrar, un Comité de Auditoria y Comité de Retribuciones.

VI.1.2. Directores y demás personas que asumen la gestión de Carrefour al nivel más elevado.

El actual equipo directivo de Carrefour está formado por:

Cargo	Nombre
D. Jose María Folache Gonzalez-Parrado	Consejero Delegado y Director General
D. Agustín García Poveda	Director Ejecutivo de Hipermercados
D. Javier Rueda Quintero	Director Ejecutivo de Supermercados
D. Javier López Calvet	Director Financiero
D. Gonzalo Valdés Dal-Ré	Director de Recursos Humanos
D. Justo Martín Sánchez-Bendito	Director de Activos
D. Eric Legrós	Director de Mercancías

Las anteriores personas, junto con D. Agustín Ramos Varillas, Secretario No Consejero del Consejo de Administración, forman el Comité Directivo de Dirección, órgano de dirección más elevado de Carrefour.

VI.1.3. Fundadores de la sociedad si fue fundada hace menos de cinco años.

No procede.

VI.2. Conjunto de intereses en Carrefour de las personas citadas en el apartado VI.1.

VI.2.1. Acciones con derecho de voto y otros valores que den derecho a su adquisición, de los que dichas personas sean titulares o representantes, directa o indirectamente.

La participación en Carrefour a la fecha de registro del presente Folleto de las personas citadas en el apartado VI.1.1. y VI.1.2., a la fecha actual, es la siguiente:

Nombre	Acciones poseídas directamente	Acciones representadas	% total sobre el capital actual	Total acciones
D. Rafael Arias-Salgado Montalvo	500	243.859.594 ⁽¹⁾	77,355%	243.860.094
D. Manuel Herrando y Prat de la Riba	3.071	-	0%	3.071
D. Juan Ribalta Aguilera	4.500	-	0%	4.500
D. Fernando Mayans Altaba	2.150	-	0%	-
D. José María Folache González-Parrado	500	-	0%	500
D. Joel Saveuse	-	-	-	-
D. Daniel Bernand	-	-	-	-
D. Etienne Van Dick	-	-	-	-
D. Bertrán de Montesquiou Fezensac	-	-	-	-
D. Marc Leguillete	-	-	-	-

D. Agustín Ramos Varillas	-	-	-	-
---------------------------	---	---	---	---

(1) Acciones titularidad directa e indirecta de la sociedad francesa Carrefour, S.A.

Aunque toda la participación directa e indirecta de la sociedad francesa Carrefour, S.A., se ha imputado íntegramente al Presidente del Consejo de Administración de la Sociedad, D. Rafael Arias-Salgado Montalvo, Carrefour, S.A. está representada en Carrefour por todos los Consejeros Dominicales de la Sociedad, excepto por D. Fernando Mayans Altaba, que representa a la sociedad Corporación Financiera Alba.

No consta a la sociedad que los Consejeros actuales y Directivos de Carrefour tengan participación alguna, directa o indirecta, a parte de las indicadas en la tabla anterior, en el capital social de Carrefour.

No existe participación de las personas citadas en el apartado VI.1.1. y VI.1.2. en Supeco.

En la Junta General de Accionistas, celebrada el 28 de noviembre de 2001, los miembros del Consejo de Administración de Carrefour representaron a un 77,358% de los accionistas de Carrefour.

VI.2.2. Participación de dichas personas o de las que representen, en las transacciones inusuales y relevantes de la sociedad, en el transcurso del último ejercicio y del corriente.

En el transcurso del último ejercicio y del corriente, no ha habido participación de los Consejeros o Directores de Carrefour en transacciones inusuales y relevantes, ni han surgido conflictos de interés entre los mismos y la Compañía.

VI.2.3. Importe de los sueldos, dietas y remuneraciones de cualquier clase devengadas por las citadas personas en el último ejercicio cerrado cualquiera que sea su causa.

El párrafo primero del artículo 24 de los Estatutos Sociales de Carrefour establece que "La remuneración de los Consejeros consistirá, dentro de los límites previstos, en una cantidad fija anual, que podrá determinarse bien en un importe global para el ejercicio, bien en dietas de asistencia a cada Consejo o Comisión Ejecutiva, bien en la combinación de ambos criterios. Tal remuneración será acordada por la Junta General de Accionistas". Añadiendo el segundo párrafo que "La retribución convenida podrá distribuirse entre los Administradores en proporción distinta para cada uno de ellos en función del cargo y labor que desempeñen en la Compañía".

La Junta General de Accionistas de 18 de junio de 2001, fijó la retribución fija anual de los Consejeros en cuatro millones de pesetas, cada uno.

A continuación se indican los sueldos, remuneraciones, dietas y otras contraprestaciones percibidas por los miembros del Consejo de Administración de Carrefour en los ejercicios 1999 y 2000, y lo transcurrido del 2001:

VI.2.3.1 Remuneración devengada por los miembros del Consejo de Administración de Carrefour

Los ingresos pagados a los Administradores en concepto de retribución fija, han ascendido, para el año 2001, a un total de 24 millones de pesetas por el ejercicio de sus funciones en Carrefour:.

Remuneración devengada por los Consejeros por todos los conceptos		
(millones de pesetas)	31/11/2001	31/12/2000
Sueldos	72	84,24
Retribución fija (2)	24	48
Dietas (1)	0	0
Retribución en especie	0	0
TOTAL	120	132,24

- (1) Asistencia al Consejo
- (2) Los Consejeros de la Sociedad que son ejecutivos de Carrefour, S.A. sociedad anónima francesa o de Carrefour, han renunciado, en el año 2001, a sus dietas por asistencia al Consejo de Administración.

Los miembros del Consejo de Administración no han percibido remuneración alguna de ninguna de las sociedades del grupo o dependientes.

Los ejecutivos pertenecientes al Consejo de Administración no han recibido acciones de Carrefour.

VI. 2.3.2 Remuneración devengada por Altos Directivos de Carrefour.

- La remuneración devengada por los altos directivos de Carrefour, entendiendo como tales a los ejecutivos no Consejeros, ha ascendido en Carrefour:

Remuneración devengada por los Altos Directivos por todos los conceptos		
(millones de pesetas)	31/11/2001	Año 2000
Sueldos	212	177
Dietas	0	0
Retribución en especie	0	0
TOTAL	212	177

Los Altos Directivos no han percibido remuneración alguna de ninguna de las sociedades del grupo o dependientes.

VI.2.4 Planes de opciones

Ni Carrefour ni Supeco tienen en vigor planes de opciones sobre acciones de las respectivas compañías.

Sin embargo, durante el pasado mes de octubre de 2001 se puso en marcha un plan de acciones de Carrefour, S.A. (la sociedad matriz del grupo) para empleados del grupo mundial Carrefour, a través del cual los empleados de Centros Comerciales Carrefour, S.A. tuvieron la posibilidad hasta el pasado 18 de octubre de adquirir acciones de Carrefour, S.A. en las condiciones fijadas en el referido plan.

VI.2.5. Obligaciones contraídas en materia de pensiones y seguros de vida respecto de los Fundadores, miembros anteriores y actuales del Consejo de Administración y Directivos anteriores y actuales.

No existen obligaciones por pensiones y seguros de vida contraídas por Carrefour con los miembros actuales del Consejo de Administración y Dirección General o sus antecesores. No obstante, los miembros del Consejo de Administración que son empleados de la Sociedad y los Directores Generales están incluidos en el seguro de vida y de invalidez permanente y total que tienen todos los empleados. Adicionalmente, para dicho colectivo existen suscritas sendas pólizas de seguro de vida, por importe de 5 millones de pesetas, cada una de ellas.

VI.2.6. Importe global de todos los anticipos, créditos concedidos y garantías constituidas por el emisor a favor de las mencionadas personas, y todavía en vigor.

A fecha de la elaboración del presente Folleto, no hay créditos concedidos ni garantías a favor de las mencionadas personas todavía en vigor.

VI.2.7. Mención de las principales actividades que las personas citadas ejerzan fuera de la Sociedad, cuando estas actividades sean significativas en relación con dicha Sociedad.

Ninguna de las eventuales actividades que realizan los miembros del Consejo de Administración y los Directores Generales tienen relación alguna con los intereses de la Sociedad.

Nombre	Cargo en Grupo Carrefour	Cargo en otras sociedades
D. Rafael Arias-Salgado Montalvo	- Presidente de Centros Comerciales Carrefour, S.A, de Inversiones Pryca, S.A. y de Solidaridad Carrefour Fundación.	- Consejero de EDESUR, sociedad argentina; filial de Enersis, sociedad chilena, participada por Endesa. - Administrador de Ferloan, S.L.

D. Bertrán de Montesquiou Fezensac	<ul style="list-style-type: none"> - Vicepresidente de Centros Comerciales Carrefour, S.A. - Vicepresidente y Director General de Societe des Grands Magasins Garonne Adour, S.A. 	
D. Joel Saveusse	<ul style="list-style-type: none"> - Vicepresidente de Centros Comerciales Carrefour, S.A. - Consejero de Carrefour, S.A. 	
D. José María Folache González-Parrado	<ul style="list-style-type: none"> - - Consejero Delegado de Centros Comerciales Carrefour, S.A. - Presidente de los Consejos de Administración de Supermercados Champion, S.A; Servicios Financieros Continente; Sidamsa Continente Hipermercados, S.A.; Financiera Pryca, S.A.; Correduría de Seguros, S.A; Viajes Carrefour, S.L; y E. Carrefour, España, S.A. - Vicepresidente de Solidaridad Carrefour Fundación. - Consejero de Feu Vert Ibérica, S.A; Centros Shopping, S.A.e Inversiones Pryca, S.A. - Administrador Solidario de Submarino Hispania, S.L. - Administrador mancomunado de Socomo. 	
D. Daniel Bernard.	<ul style="list-style-type: none"> - Presidente de Carrefour, S.A, sociedad anónima francesa - Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A. 	Consejero de las sociedades francesas Alcatel y Dexia.
D. José Luis Durán Schulz	Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A. y patrono de Solidaridad Carrefour Fundación	
D. José Antonio de Francisco Blanco	<ul style="list-style-type: none"> - Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A. - Consejero de Feu Vert Ibérica, S.A. 	Consejero de LaNetro, S.A.; Focus Inversiones, S.A.; Finandía, S.A., Jenejey, S.L. y Tamadaya, S.L.
D. Manuel Herrando y Prat de la Riba	Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A.	Presidente de Sotogrande, S.A; Consejero de NH Hoteles, S.A., Latinoamericana de Hoteles, S.A. , Industrias Fans, S.A. y Step Two, S.A.
D. Marc Leguillete	<ul style="list-style-type: none"> - Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A. - Consejero de Societe des Grands Magasins Garonne Adour, S.A. 	
D. Juan Ribalta Aguilera	Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A.	Consejero de Nestlé España, S.A., Zurich España, Compañía de Seguros y Reaseguros, S.A., Henkel Ibérica, S.A. y de Ribalta y Asociados.
D. Fernando Mayans Altaba	Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A.	Consejero de Banca March, S.A., ACS- Proyectos Obras y Construcciones, S.A. y Vias y Construcciones, S.A.
D.Etienne Van Dyck	Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A.	
D. Agustín Ramos Varillas	-Secretario no Consejero de Centros Comerciales Carrefour, S.A.	-

	<ul style="list-style-type: none"> - Secretario no Consejero de Inversiones Pryca, S.A. - Consejero de Feu Vert Ibérica, S.A; Sidamsa Continente Hipermercados, S.A.; Costasol de Hipermercados, S.A.; Centros Shopping, S.A., Iberia Retail, S.L., D'Parking, S.C.; Glories Oficinas, S.C.; Ecoembalajes España, S.A. - Vicepresidente de Ilturgitana de Hipermercados, S.L. - Administrador mancomunado de Interling, S.A. - Administrador único de Discount Foods Int. S.A. e Hipermercados Continente, S.A. 	
D. Agustín García Poveda	<ul style="list-style-type: none"> - Consejero de Costasol Hipermercados, S.L.; Ilturgiana de Hipermercados, S.L., Financiera Pryca, S.A.; Correduría de Seguros, S.A. y E. Carrefour España, S.A. - Patrono de Solidaridad Carrefour Fundación. 	
D. Javier Rueda Quintero	<ul style="list-style-type: none"> - Consejero de Supermercados Champion, S.A y patrono de Solidaridad Carrefour Fundación. 	
D. Javier López Calvet	<ul style="list-style-type: none"> -Administrador Solidario de Carrefour Navarra, S.L.; Carrefour Norte, S.L.; Carrefour Canarias, S.A.; Supermercados Champion y Cía, S.C.R.; Opticas Carrefour, S.A. y Submarino Hispania, S.L., - Presidente de Carrefour Estaciones de Servicio, S.L. - Consejero de Feu Vert Ibérica, S.A; Supermercados Champion, S.A.; Centros Shopping, S.A.; Centros Shopping Gestión, S.L.; Puntocash, S.A.; Socomo, S.A.; Correduría de Seguros, S.A.; Viajes Carrefour, S.L., E.Carrefour España, S.A. e Inversiones Pryca, S.A. 	
D. Justo Martín Sánchez-Bendito	<ul style="list-style-type: none"> - Administrador Solidario de Supermercados Champion y Cía, S.C.R., Opticas Carrefour, S.A. y Carrefour Canarias, S.A. - Consejero de Servicios Financieros Continente, S.A.; Sicione, S.A. ; Centros Shopping Gestión, S.L.; Iberia Retail Properties, S.L; Puntocash, S.A.; Financiera Pryca, S.A.; Carrefour Estaciones de Servicio, S.L. y Viajes Carrefour, S.L. - Presidente de Centros Shopping, S.A. - Patrono de Solidaridad Carrefour Fundación. 	

VI.3. Indicación de las personas físicas o jurídicas que, directa o indirectamente, aislada o conjuntamente ejerzan o puedan ejercer un control sobre el emisor y mención del importe de la fracción de capital que tengan y que confiera derecho de voto

De acuerdo con la información que obra en poder del emisor a la fecha de elaboración de este Folleto existen las siguientes participaciones significativas:

Sociedad	Part. Dirécta	Part. Indirécta	Part. Total	% Acciones antes de la Ampliación	%Acciones después de la Ampliación
CARREFOUR, S.A.	78.635.295	165.224.299	243.859.594	24,944% ⁽¹⁾	23,295% ⁽¹⁾

CARREFOUR NEDERLAND, B.V.	133.341.284	-	133.341.284	42,298%	39,502%
SOCIETE GRANDS MAGASINS GARONNE ADOUR, S.A.	24.113.067	-	24.113.067	7,649%	7,143%
NORFIN, B.V.	7.690.154	-	7.690.165	2,439%	2,278%
INVERSIONES PRYCA, S.A.	79.794	-	79.794	0,025%	0,024%

(1) Participación directa.

Está previsto que el 100 por 100 de las nuevas acciones que se emitan en virtud de la ampliación de capital sean suscritas por los únicos socios de Supeco, Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, tal y como se describe a lo largo del Capítulo II del presente Folleto Informativo. Comptoirs Modernes, S.A. suscribirá 22.032.464 acciones de Carrefour, que representarán un 6,527% del capital social de Carrefour. Comptoirs Modernes Direction Groupe suscribirá 279.051 acciones que representarán un 0,083% del capital social de Carrefour.

Antes de la ampliación de capital que motiva el presente Folleto, la sociedad de nacionalidad francesa Carrefour, S.A. controla, directa, e indirectamente el 77,355% del capital social de Carrefour.

La participación indirecta anterior la ostenta a través de Carrefour Nederland, B.V., Societe Grands Magasins Garonne Adour, S.A., Inversiones Pryca, S.A. y Norfin, B.V, sociedades que a su vez controla directa e indirectamente en su totalidad.

Después de la ampliación de capital Carrefour, S.A. controlará el 78,852% del capital social de Carrefour, teniendo en cuenta su participación a través de Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe.

Carrefour, S.A. es una sociedad francesa que cotiza en la Bolsa de Paris, cuyas familias accionistas no ostentan ninguna participación mayoritaria en la sociedad que permita el control sobre la misma.

VI.4. Preceptos estatutarios que supongan o puedan llegar a suponer una restricción o una limitación a la adquisición de participaciones importantes en la sociedad por parte de terceros ajenos a la misma.

No existen preceptos estatutarios que supongan o puedan llegar a suponer una restricción o una limitación a la adquisición de participaciones importantes en la sociedad por parte de terceros ajenos a la misma.

VI.5. Participaciones significativas:

VI.5.1 Carrefour

La Sociedad no tiene constancia de que existan en su capital otras participaciones significativas que las reseñadas en el apartado VI.3. anterior.

VI.5.2 Supeco

El 100% de las participaciones sociales de Supeco son titularidad de COMPTOIRS MODERNES, S.A. y COMPTOIRS MODERNES DIRECTION GROUPE, controladas, directa por la sociedad francesa Carrefour, S.A..

VI.6. Número aproximado de accionistas de la sociedad.

La única información al respecto es la asistencia a las Juntas Generales. En este sentido, el número de accionistas de Carrefour, presentes o representados en la Junta General de Accionistas de 28 de noviembre de 2001, fue de 150 accionistas, con un quórum de asistencia a dicha Junta del 84,35% del

capital social. El porcentaje del capital flotante en el Mercado es de un 22,645%, considerando como capital estable, las participaciones de los accionistas que se indican en el apartado VI.3.anterior.

VI.7. Identificación de las personas o entidades que sean prestamistas de la sociedad, bajo cualquier forma jurídica y participen en las deudas a largo plazo, según la normativa contable, de la misma en más de un 20 por 100.

No hay ningún o acreedor que participe en más de un 20 por 100 en las deudas a largo plazo de Carrefour.

VI.8. Existencia de clientes o suministradores cuyas operaciones de negocio con la empresa sean significativas.

Debido al sector de negocio principal de la Sociedad no existen proveedores ni clientes que supongan un porcentaje igual o superior al 25% de las compras o ventas de Carrefour.

VI.9. Esquemas de participación del personal en el capital del emisor.

No hay participaciones del personal en el capital del emisor.

VI.10. Relación de la sociedad con los auditores de cuentas.

La retribución pagada en el año 2000, por Carrefour a Andersen, y empresas de su grupo, por todos los conceptos, asciende a la cantidad de 111.776.204 pesetas, de las cuales 100 millones corresponden a servicios de auditoría.

VI.11 Operaciones con partes vinculadas.

Carrefour, ha realizado las siguientes operaciones vinculadas con sociedades del Grupo Carrefour y/o Grupo Carrefour Francia:

- Tal y como se describe a lo largo del presente Folleto Informativo, especialmente en su capítulo II, se va a proceder a la integración como filial de Carrefour a la sociedad controlada indirectamente por Carrefour Francia, Supeco.
- Asimismo, se ha procedido a la integración de las dos financieras que operan en España (Servicios Financieros Continente, S.A. y Financiera Pryca, S.A.), tal y como se describe en el apartado III.6.2 del presente Folleto Informativo.
- Adicionalmente, los contratos suscritos por Carrefour con sociedades del Grupo Carrefour Francia son los siguientes:
 - (i) Contrato con Carrefour Europe S.A.S, sociedad de nacionalidad francesa directa o indirectamente controlada por Carrefour, S.A., de asistencia técnica general en las siguientes áreas: gestión contable e información financiera, asistencia administrativa y financiera, asesoramiento en regulación legal, fiscal y medioambiental, gestión de recursos humanos. Adicionalmente, Carrefour Europe, S.A.S. presta a Carrefour una asistencia técnica en el desarrollo comercial de las actividades propias del mercado de la distribución en el que Carrefour desarrolla sus actividades. Las principales áreas de asistencia comercial en las que se desarrollan estos servicios son:
 1. Planificación estratégica (estudio de los mercados nacionales e internacionales, evolución y posicionamiento de los competidores).

2. Desarrollo de planes de negocio (negociaciones con centrales de compra, introducción de nuevas marcas).
3. Desarrollo e introducción de nuevos productos (análisis de mercados y de productos).
4. Desarrollo de nuevos servicios de mercado (asistencia y desarrollo de nuevos servicios).
5. Política de marcas, marketing y publicidad (desarrollo de campañas de publicidad y esponsorización, diseño de la imagen de marca, asistencia en la organización de ferias, suministro de materiales de publicidad).
6. Métodos de distribución.
7. Almacenamiento y transporte.
8. Planificación de adquisiciones de activos.
9. Desarrollo e implantación de herramientas de gestión-sistemas de financiación (People soft)

La mayoría de las sociedades del Grupo Carrefour Francia, a nivel mundial, dedicadas al sector de la distribución han suscrito diferentes contratos, bien con Carrefour Europe, S.A.S., como con otras sociedades del Grupo, en similares términos a los contenidos en el que es objeto del presente apartado.

Carrefour satisfará a Carrefour Europe S.A.S. como contraprestación por los servicios objeto del presente contrato, todos los gastos directos e indirectos en los que CARREFOUR EUROPE S.A.S. incurra incrementados en un 3%. Esta contraprestación se basa en un sistema de distribución de costes basado en el porcentaje que las ventas totales de cada compañía tienen con respecto a las ventas totales de las sociedades que forman parte del Grupo Carrefour.

A lo largo del ejercicio 2000, Carrefour Europe, S.A.S. facturó a Carrefour un total de 3.043.845.838 millones de pesetas en virtud del mencionado contrato.

- (ii) Contrato de implementación de una política internacional de colección de fondos entre Carrefour y Centre de Coordination Carrefour ("CCC"), compañía belga controlada por Carrefour Francia, en virtud de la cual Carrefour se beneficia de la prestación de servicios financieros de tesorería. La prestación de estos servicios genera beneficios financieros para la Sociedad y se realiza sin coste para la misma.

Capítulo VII

La Evolución Reciente y las Perspectivas

CAPÍTULO VII

EVOLUCIÓN RECIENTE Y PERSPECTIVAS

VII.1. Balances y cuentas de resultados analíticas de Carrefour individual y Carrefour consolidado para el periodo de 9 meses terminado el 30 de septiembre de 2001.

VII.1.1. Balances y cuentas de resultados analíticas de Carrefour individual para el periodo de 9 meses terminado el 30 de septiembre de 2001.

A. Balance de CARREFOUR a 30 de septiembre de 2001

BALANCES DE SITUACIÓN DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.			
<i>Uds.: Miles de Euros</i>			
ACTIVO	30.09.01	% sobre activo	01/00
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00%	0,00%
I. Gastos de establecimiento	17.637	0,48%	12,18%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	125.207	3,42%	6,39%
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	20.104	0,55%	(1,13%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	105.103	2,87%	7,96%
III. Inmovilizaciones Materiales	1.720.149	46,92%	(10,32%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	213.255	5,82%	(7,38%)
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00%	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00%	0,00%
B/ INMOVILIZADO	2.076.249	56,63%	(9,01%)
C/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	0	0,00%	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00%	0,00%
II. Existencias	772.103	21,06%	(3,08%)
III. Deudores	632.055	17,24%	61,48%
IV. Inversiones Financieras Temporales	79.866	2,18%	(79,97%)
V. Acciones Propias a Corto Plazo	0	0,00%	0,00%
VI. Tesorería	105.494	2,88%	(43,66%)
VII. Ajustes por Periodificación	465	0,01%	(31,54%)
D/ ACTIVO CIRCULANTE	1.589.982	43,37%	(10,41%)
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D)	3.666.231	100,00%	(9,62%)
PASIVO	30.09.01	% sobre activo	01/00
I. Capital Suscrito	189.148	5,16%	(0,00%)
II. Reservas	1.359.896	37,09%	9,40%
III. Resultados de Ejercicios Anteriores		0,00%	0,00%
IV. Resultado del Periodo	204.079	5,57%	(17,13%)
V. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00%	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	1.753.123	47,82%	4,45%
B/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	336	0,01%	(21,35%)
C/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	14.771	0,40%	(52,46%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00%	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	257	0,01%	(95,54%)
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	0	0,00%	0,00%
IV. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	0	0,00%	0,00%
V. Otras Deudas a Largo Plazo	87.593	2,39%	11,53%
D/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	87.850	2,40%	4,21%
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00%	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	13.506	0,37%	(87,37%)
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas		0,00%	0,00%
IV. Acreedores Comerciales	1.228.379	33,51%	(26,04%)
V. Otras Deudas a Corto	559.236	15,25%	13,70%
VI. Ajustes por Periodificación	9.031	0,25%	242,32%
E/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	1.810.152	49,37%	(19,98%)
F/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00%	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F)	3.666.231	100,00%	(9,62%)

BALANCES DE SITUACIÓN DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

Uds.: Millones de Pesetas

ACTIVO	2001		
	30.09.01	% sobre activo	01/00
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00%	0,00%
I. Gastos de establecimiento	2.935	0,48%	12,18%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	20.833	3,42%	6,39%
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	3.345	0,55%	(1,12%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	17.488	2,87%	7,96%
III. Inmovilizaciones Materiales	286.209	46,92%	(10,32%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	35.483	5,82%	(7,38%)
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00%	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00%	0,00%
B/ INMOVILIZADO	345.459	56,63%	(9,01%)
C/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	0	0,00%	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00%	0,00%
II. Existencias	128.467	21,06%	(3,08%)
III. Deudores	105.165	17,24%	61,48%
IV. Inversiones Financieras Temporales	13.289	2,18%	(79,97%)
V. Acciones Propias a Corto Plazo	0	0,00%	0,00%
VI. Tesorería	17.553	2,88%	(43,66%)
VII. Ajustes por Periodificación	77	0,01%	(31,55%)
D/ ACTIVO CIRCULANTE	264.551	43,37%	(10,41%)
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D)	610.010	100,00%	(9,62%)
PASIVO	30.09.01	% sobre activo	01/00
I. Capital Suscrito	31.472	5,16%	(0,00%)
II. Reservas	226.268	37,09%	9,40%
III. Resultados de Ejercicios Anteriores	0	0,00%	0,00%
IV. Resultado del Periodo	33.956	5,57%	(17,13%)
V. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00%	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	291.695	47,82%	4,45%
B/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	56	0,01%	(21,35%)
C/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	2.458	0,40%	(52,46%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00%	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	43	0,01%	(95,54%)
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	0	0,00%	0,00%
IV. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	0	0,00%	0,00%
V. Otras Deudas a Largo Plazo	14.574	2,39%	11,53%
D/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	14.617	2,40%	4,21%
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00%	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	2.247	0,37%	(87,37%)
III. Deudas con Empresas del Grupo y Asociadas	0	0,00%	0,00%
IV. Acreedores Comerciales	204.385	33,51%	(26,04%)
V. Otras Deudas a Corto	93.049	15,25%	13,70%
VI. Ajustes por Periodificación	1.503	0,25%	242,27%
E/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	301.184	49,37%	(19,98%)
F/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00%	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F)	610.010	100,00%	(9,62%)

A. Cuenta de resultados individual de CARREFOUR, correspondiente al periodo de 9 meses terminado el 30 de septiembre de 2001

CUENTA DE RESULTADOS ANALITICA DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.					
<i>(Miles de Euros)</i>	%		%		
	30.09.01	S/VENTAS	0.09.00 (*)	S/VENTAS	01/00
Ventas Netas	4.552.835	100,00	4.647.729	100,00	(2,04%)
Coste de Ventas	(3.543.507)	(77,83)	-	-	-
MARGEN COMERCIAL	1.009.328	22,17	-	-	-
Gastos Generales	(343.076)	(7,54)	-	-	-
VALOR AÑADIDO BRUTO	666.252	14,63	-	-	-
Gastos de Personal	(430.956)	(9,47)	-	-	-
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN	235.296	5,17	-	-	-
Otros Ingresos	39.865	0,88	-	-	-
Dotación a la Amortización y Variación de provisiones	(120.900)	(2,66)	-	-	-
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	154.262	3,39	-	-	-
RESULTADO FINANCIERO	10.548	0,23	-	-	-
Amortización del Fondo de Comercio	(2.861)	(0,06)	-	-	-
RESULTADO CORRIENTE	161.949	3,56	-	-	-
Resultados Extraordinarios	125.983	2,77	-	-	-
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	287.932	6,32	173.059	3,72	66,38%
<i>Impuesto sobre Sociedades</i>	(83.853)	(1,84)	(56.081)	(1,21)	49,52%
RESULTADO NETO	204.079	4,48	116.978	2,52	74,46%

(*): Cifras proforma

CUENTA DE RESULTADOS ANALITICA DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.

<i>(Millones de Pesetas)</i>	30.09.01	% S/VENTAS	30.09.00 (*)	% S/VENTAS	01/00
Ventas Netas	757.528	100,00	773.317	100,00	(2,04%)
Coste de Ventas	(589.590)	(77,83)	-	-	-
MARGEN COMERCIAL	167.938	22,17	-	-	-
Gastos Generales	(57.083)	(7,54)	-	-	-
VALOR AÑADIDO BRUTO	110.855	14,63	-	-	-
Gastos de Personal	(71.705)	(9,47)	-	-	-
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN	39.150	5,17	-	-	-
Otros Ingresos	6.633	0,88	-	-	-
Dotación a la Amortización y Variación de provisiones	(20.116)	(2,66)	-	-	-
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	25.667	3,39	-	-	-
RESULTADO FINANCIERO	1.755	0,23	-	-	-
Amortización del Fondo de Comercio	(476)	(0,06)	-	-	-
RESULTADO CORRIENTE	26.946	3,56	-	-	-
Resultados Extraordinarios	20.962	2,77	-	-	-
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	47.908	6,32	28.795	3,72	66,38%
Impuesto sobre Sociedades	(13.952)	(1,84)	(9.331)	(1,21)	49,52%
RESULTADO NETO	33.956	4,48	19.464	2,52	74,46%

(*): Cifras proforma

VII.1.2. Balances y cuentas de resultados analíticas de Carrefour consolidado para el periodo de 9 meses terminado el 30 de septiembre de 2001.

A. Balance consolidado del Grupo CARREFOUR a 30 de septiembre de 2001

BALANCES DE SITUACIÓN DEL GRUPO CARREFOUR			
Uds.: Miles de Euros			
ACTIVO	30.09.01	% sobre activo	01/00
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00	0,00%
I. Gastos de establecimiento	17.637	0,45	12,18%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	136.361	3,49	12,05%
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	20.104	0,51	(1,09%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	116.257	2,98	14,68%
III. Inmovilizaciones Materiales	2.023.552	51,82	(8,36%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	188.049	4,82	10,97%
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0,00%
B/ INMOVILIZADO	2.365.600	60,58	(5,94%)
C/ FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACION		0,00	(100,00%)
D/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	18.391	0,47	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00	0,00%
II. Existencias	821.382	21,03	(3,24%)
III. Deudores	438.791	11,24	33,83%
IV. Inversiones Financieras Temporales	139.971	3,58	(64,89%)
V. Acciones Propias a Corto Plazo	0	0,00	0,00%
VI. Tesorería	119.274	3,05	(40,13%)
VII. Ajustes por Periodificación	1.499	0,04	(34,89%)
E/ ACTIVO CIRCULANTE	1.520.916	38,95	(14,41%)
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D+E)	3.904.907	100,00	(9,43%)
PASIVO	30.09.01	% sobre pasivo	01/00
I. Capital Suscrito	189.148	4,84	(0,00%)
II. Reservas Sociedad Dominante	1.355.042	34,70	10,54%
III. Reservas Sociedades Consolidadas	136.119	3,49	97,13%
IV. Diferencias de Conversión	0	0,00	0,00%
V. Resultados Atribuibles a la Sociedad Dominante	214.803	5,50	(34,02%)
VI. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	1.895.111	48,53	4,73%
B/ SOCIOS EXTERNOS	(107)	(0,00)	(992,10%)
C/ DIFERENCIA NEGATIVA DE CONSOLIDACION	616	0,02	1951,35%
D/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	336	0,01	(21,35%)
E/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	16.215	0,42	(62,05%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	257	0,01	(95,54%)
III. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	1.194	0,03	0,00%
IV. Otras Deudas a Largo Plazo	86.564	2,22	2,03%
F/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	88.015	2,25	(2,86%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	27.193	0,70	(75,07%)
III. Acreedores Comerciales	1.298.838	33,26	(26,49%)
IV. Otras Deudas a Corto	569.661	14,59	16,45%
V. Ajustes por Periodificación	9.029	0,23	241,44%
G/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	1.904.721	48,78	(19,56%)
H/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F+G+H)	3.904.907	100,00	(9,43%)

BALANES DE SITUACIÓN DEL GRUPO CARREFOUR

Uds.: Millones de Pesetas

ACTIVO	30.09.01	% sobre activo	01/00
A/ ACCIONISTAS POR DESEMBOLSOS NO EXIGIDOS	0	0,00	0,00%
I. Gastos de establecimiento	2.935	0,45	12,18%
II. Inmovilizaciones Inmateriales	22.689	3,49	12,05%
II.1. Derechos s/bienes en régimen de arrendamiento financiero	3.345	0,51	(1,09%)
II.2. Otro inmovilizado Inmaterial	19.344	2,98	14,68%
III. Inmovilizaciones Materiales	336.691	51,82	(8,36%)
IV. Inmovilizaciones Financieras	31.289	4,82	10,97%
V. Acciones Propias a Largo Plazo	0	0,00	0,00%
VI. Deudores por Operaciones Tráfico a Largo Plazo	0	0,00	0,00%
B/ INMOVILIZADO	393.603	60,58	(5,94%)
C/ FONDO DE COMERCIO DE CONSOLIDACION	0	0,00	(100,00%)
D/ GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	3.060	0,47	0,00%
I. Accionistas por Desembolsos Exigidos	0	0,00	0,00%
II. Existencias	136.666	21,03	(3,24%)
III. Deudores	73.009	11,24	33,83%
IV. Inversiones Financieras Temporales	23.289	3,58	(64,89%)
V. Acciones Propias a Corto Plazo	0	0,00	0,00%
VI. Tesorería	19.846	3,05	(40,13%)
VII. Ajustes por Periodificación	249	0,04	(34,89%)
E/ ACTIVO CIRCULANTE	253.059	38,95	(14,41%)
TOTAL ACTIVO (A+B+C+D+E)	649.722	100,00	(9,43%)
PASIVO	30.09.01	% sobre pasivo	01/00
I. Capital Suscrito	31.472	4,84	(0,00%)
II. Reservas Sociedad Dominante	225.460	34,70	10,54%
III. Reservas Sociedades Consolidadas	22.648	3,49	97,13%
IV. Diferencias de Conversión	0	0,00	0,00%
V. Resultados Atribuibles a la Sociedad Dominante	35.740	5,50	(34,02%)
VI. Dividendos a Cuenta Entregados en el Ejercicio	0	0,00	0,00%
A/ FONDOS PROPIOS	315.320	48,53	4,73%
B/ SOCIOS EXTERNOS	(18)	(0,00)	(992,10%)
C/ DIFERENCIA NEGATIVA DE CONSOLIDACION	103	0,02	1951,35%
D/ INGRESOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS	56	0,01	(21,35%)
E/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS	2.698	0,42	(62,05%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	43	0,01	(95,54%)
III. Acreedores por Operaciones de Tráfico a Largo Plazo	199	0,03	0,00%
IV. Otras Deudas a Largo Plazo	14.403	2,22	2,03%
F/ ACREEDORES A LARGO PLAZO	14.645	2,25	(2,86%)
I. Emisión de Obligaciones y Otros Valores Negociables	0	0,00	0,00%
II. Deudas con Entidades de Crédito	4.524	0,70	(75,07%)
III. Acreedores Comerciales	216.108	33,26	(26,49%)
IV. Otras Deudas a Corto	94.784	14,59	16,45%
V. Ajustes por Periodificación	1.502	0,23	241,44%
G/ ACREEDORES A CORTO PLAZO	316.919	48,78	(19,56%)
H/ PROVISIONES PARA RIESGOS Y GASTOS A CORTO PLAZO	0	0,00	0,00%
TOTAL PASIVO (A+B+C+D+E+F+G+H)	649.722	100,00	(9,43%)

B. Cuenta de resultados analítica consolidada del Grupo CARREFOUR, correspondiente al periodo de 9 meses terminado el 30 de septiembre de 2001

CUENTA DE RESULTADOS ANALITICA DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A. Y SOCIEDADES DEPENDIENTES					
(*)					
<i>(Miles de Euros)</i>	30.09.01	% S/VENTAS	30.09.00	% S/VENTAS	01/00
Ventas Netas	4.874.909	100,00	4.959.804	100,00	(1,71%)
Coste de Ventas	(3.744.936)	(76,82)	-	-	-
MARGEN COMERCIAL	1.129.973	23,18	-	-	-
Gastos Generales	(390.327)	(8,01)	-	-	-
VALOR AÑADIDO BRUTO	739.646	15,17	-	-	-
Gastos de Personal	(498.095)	(10,22)	-	-	-
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN	241.551	4,95	-	-	-
Otros Ingresos	38.080	0,78	-	-	-
Dotación a la Amortización y Variación de provisiones	(142.482)	(2,92)	-	-	-
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	137.149	2,81	-	-	-
RESULTADO FINANCIERO	8.168	0,17	-	-	-
Resultado de Sociedades Puestas en Equivalencia	17.820	0,37	-	-	-
Amortización del Fondo de Comercio	(4.015)	(0,08)	-	-	-
RESULTADO CORRIENTE	159.122	3,26	150.636	3,04	5,60%
Resultados Extraordinarios	141.406	2,90	-	-	-
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	300.528	6,16	172.088	0,03	74,64%
Impuesto sobre Sociedades	(85.725)	(1,76)	(51.246)	(0,01)	67,28%
RESULTADO NETO	214.803	4,41	120.842	0,02	77,76%

(*): Cifras proforma

**CUENTA DE RESULTADOS ANALITICA DE CENTROS COMERCIALES CARREFOUR, S.A.
Y SOCIEDADES DEPENDIENTES**

<i>(Millones de Pesetas)</i>	30.09.01	%S/VENTAS	30.09.00 (*)	% S/VENTAS	01/00
Ventas Netas	811.117	100,00	825.242	100,00	(1,71%)
Coste de Ventas	(623.105)	(76,82)	-	-	-
MARGEN COMERCIAL	188.012	23,18	-	-	-
Gastos Generales	(64.945)	(8,01)	-	-	-
VALOR AÑADIDO BRUTO	123.067	15,17	-	-	-
Gastos de Personal	(82.876)	(10,22)	-	-	-
EXCEDENTE BRUTO DE EXPLOTACIÓN	40.191	4,96	-	-	-
Otros Ingresos	6.336	0,78	-	-	-
Dotación a la Amortización y Variación de provisiones	(23.707)	(2,92)	-	-	-
RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	22.820	2,81	-	-	-
RESULTADO FINANCIERO	1.359	0,17	-	-	-
Resultado de Sociedades Puestas en Equivalencia	2.965	0,37	-	-	-
Amortización del Fondo de Comercio	(668)	(0,08)	-	-	-
RESULTADO CORRIENTE	26.476	3,26	25.062	3,04	5,60%
Resultados Extraordinarios	23.527	2,90	-	-	-
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	50.003	6,16	28.633	3,47	74,63%
Impuesto sobre Sociedades	(14.263)	(1,76)	(8.527)	(1,03)	67,28%
RESULTADO NETO	35.740	4,41	20.106	2,44	77,75%

(*): Cifras proforma

VII.1.3. EVOLUCIÓN DE LOS NEGOCIOS LOS NUEVE PRIMEROS MESES DEL EJERCICIO 2001.

Las Ventas Netas de Centros Comerciales Carrefour acumuladas al tercer trimestre de 2001 ascendieron a 4.875 millones de euros (811.117 millones de pesetas), con un descenso del 1,7% con respecto al mismo periodo del ejercicio precedente.

El Resultado Corriente, antes de extraordinarios, se elevó a 159 millones de euros (26.476 millones de pesetas), un 5,6% superior al obtenido al 30 de septiembre del año anterior.

El Resultado Neto alcanzó los 215 millones de euros (35.740 millones de pesetas) con una progresión positiva del 77,8% sobre el acumulado al tercer trimestre de 2000.

Centros Comerciales Carrefour ha culminado el proceso de venta de 12 hipermercados Carrefour, cumpliendo así la decisión adoptada en su día por parte del Servicio de Defensa de la Competencia respecto a este formato, el conjunto de resultados extraordinarios aportados por estas ventas ha sido de entorno a los 120,2 millones de euros (20.000 millones de pesetas). Junto con estos hipermercados también se ha transmitido la propiedad de 9 galerías anexas a esos hipermercados y de las que el grupo era propietario, 3 a través de Centros Shopping y 6 directamente, por un precio ligeramente superior a los 62.500 millones de pesetas.

Por otra parte, Centros Comerciales Carrefour, ha recogido también durante el ejercicio 2001 Ingresos extraordinarios procedentes de otras ventas de inmovilizados (fundamentalmente venta de tres supermercados Champion, de la sociedad Centros de Neorestauración, S.A. y de diversos terrenos no estratégicos) así como otros Ingresos y Gastos extraordinarios por un importe neto total de aproximadamente 21 millones de euros (3.500 millones de pesetas).

En el apartado de aperturas, Carrefour ha abierto durante los nueve primeros meses del ejercicio 2001 dos nuevos hipermercados en Avila y San Sebastián de los Reyes (Madrid) y 8 supermercados Champion.

Carrefour sigue creciendo durante los nueve primeros meses del 2001 en negocios donde ya desarrollaba su actividad el año anterior como ópticas, con 18 nuevas aperturas y 1 cierre, y gasolineras, con 7 aperturas y 2 cierres, y en negocios cuya actividad se ha iniciado este ejercicio como las agencias de viajes con 14 aperturas o las agencias de seguros que han iniciado su actividad en julio de 2001 habiendo abierto hasta septiembre 8 establecimientos.

La Junta General de Accionistas de Carrefour de 18 de junio de 2001 aprobó el pago de un dividendo bruto de 0,41 euros por acción, un 28,1% superior al pagado durante 2000.

Durante los nueve primeros meses del ejercicio 2001 se han producido las siguientes variaciones en la composición del Grupo:

- Venta del 100% de la participación de Centros de Neorestauración, S.A., empresa dedicada a la restauración, a un grupo de inversores formado por Cafeterías California, S.A. y Grupo Zena como socios industriales y por los fondos de capital riesgo CVC e Inveralia como socios financieros.
- Centros Shopping, S.A. ha vendido su participación del 50% en la sociedad Iberia Retail Properties, empresa inmobiliaria, a Foran International Holdings que ya poseía el 50% restante de dicha sociedad.
- Adquisición del 100% del capital social de la sociedad Submarino Hispania, S.L., dedicada principalmente a la venta a través de internet de productos audiovisuales e informáticos.

PRINCIPALES CIFRAS 2001/2000 (En Millones de Euros)

	30.09.01	30.09.00	%Prog 2001/2000
Cifra de Venta Neta	4.874,9	4.959,8	(-1,7%)
Resultado corriente	159,1	150,6	5,6%
Resultado antes de Impuestos	300,5	172,1	74,6%
Resultado después de Impuestos	214,8	120,8	77,8%

VII.2. PERSPECTIVAS DEL EMISOR.

En aplicación de lo previsto en la Orden Ministerial del 12 de julio de 1993, por la que se desarrolla el Real Decreto 291/1.992, de 27 de marzo, se hace constar expresamente que el contenido de este apartado se refiere a perspectivas, previsiones y estimaciones susceptibles de ser alcanzadas o no, por cuanto están afectadas por riesgos e incertidumbres que podrían determinar que la realidad no se corresponda con las mismas.

VII. 2.1. Perspectivas comerciales y financieras.

La adquisición de Supeco por Carrefour, objeto del presente Folleto, se encuadra dentro de la reorganización del Grupo Carrefour iniciada a lo largo del pasado año, consistente, en este caso, en desarrollar los distintos formatos que está exigiendo la moderna distribución, entre ellos el formato "supermercado" y esto de una manera uniforme en el mercado español. Con esta integración se culminará la unión operativa y la gestión uniforme de todos los supermercados que pertenecen directa o indirectamente al Grupo Carrefour Francia en España.

Tras la aprobación de la fusión de Carrefour Francia y Promodés por la Comisión Europea el pasado 25 de Enero de 2000, las autoridades españolas, en virtud de Acuerdo del Consejo de Ministros, a propuesta del

Vicepresidente Segundo del Gobierno y Ministro de Economía, hicieron pública el 26 de mayo de 2000 su decisión de aprobar con condiciones la operación de concentración, sometida a condicionamientos, consistentes principalmente en la venta de algunos de los establecimientos del Grupo en diversas áreas de la geografía española. La entrega a los compradores de los 15 supermercados, que la Sociedad está obligada a enajenar o transmitir, se ha iniciado en el mes de septiembre y que concluyó en el mes de noviembre.

La política que el Grupo Carrefour está desarrollando para su negocio de supermercados en España consiste básicamente en:

- Consolidar su modelo de supermercados.
- Continuar con el crecimiento interno (está prevista la apertura de más de 20 supermercados por año durante los próximos 4 años).
- Contemplar la posibilidad del crecimiento mediante la adquisición de supermercados actualmente explotados por otras compañías.

VII. 2.1.1. Perspectivas macro y del sector

Perspectivas inciertas en la economía mundial

La economía mundial se encuentra en un momento de incertidumbre debido a los acontecimientos ocurridos en Estados Unidos el pasado 11 de septiembre de 2001. Los estudios más recientes sobre las perspectivas macro y del sector no recogen todavía el posible impacto de estos acontecimientos ni de sus repercusiones en la economía mundial aunque no se espera que afecten de manera crucial. Sin tener en cuenta estos acontecimientos las perspectivas macro y del sector se pueden resumir de la forma siguiente:

La evolución de la economía española y europea durante los primeros meses del año 2001 ha estado marcada por la desaceleración de la economía americana a finales del 2000 (el PIB de la primera economía mundial ha dejado prácticamente de crecer en lo que va de año) así como por sus repercusiones sobre el comercio mundial y las expectativas de crecimiento económico. De forma generalizada, estas expectativas se han orientado a la baja, lo que, entre otras consecuencias, ha repercutido sobre las decisiones de inversión de las empresas y ha ralentizado la creación de empleo.

Economía española: bajan las previsiones de crecimiento

Pese a ello, la economía española sigue comportándose de forma comparativamente buena. Las primeras estimaciones respecto al crecimiento del PIB durante el segundo trimestre del 2001 se sitúan próximas al 3%, lo que representa una fuerte desaceleración respecto al 3,4% de enero-marzo, pero que pone de manifiesto todavía un elevado grado de dinamismo.

Los indicadores de actividad más recientes presentan señales algo contradictorias. Por el lado de la oferta, la producción industrial sigue en recesión, la construcción, por el contrario, mantiene un ritmo elevado. En los servicios, el turismo presenta resultados moderadamente positivos, el transporte se mantiene en una tónica expansiva pero con tendencia a desacelerarse, mientras que el comercio mantiene el tono positivo.

La ralentización de la actividad se traduce en una menor creación de empleo, pese a lo cual el paro ha seguido disminuyendo y la tasa de desempleo sobre la población activa se situaba en el 13%.

La nota más positiva de la coyuntura del mes de agosto ha sido la reducción de la tasa de inflación. El índice de precios de consumo rompió en julio la tónica alcista, al flexionar la tasa interanual hasta el 3,9%. Sin embargo, la inflación española sigue siendo una de las más elevadas de la zona euro, si bien el diferencial con la media se encuentra dentro de los valores habituales.

La moderación en el crecimiento de la economía española se reflejó ya en los datos sobre gasto total de los hogares del 4º trimestre de 2000 facilitado por el INE, el cual señalaba una desaceleración en el fuerte ritmo de crecimiento del trimestre anterior (6,9%) hasta situarse en el 5,4%. El gasto trimestral en alimentación es el que registró una mayor desaceleración al pasar del 6,8% al 4,1%, de la misma manera que el resto de productos no alimenticios; aunque en éstos el descenso fuera menos acusado, al pasar del 6,9% al 5,7%.

Los datos del índice de ventas de comercio minorista de los primeros meses del año 2001 mantienen la tendencia de finales del pasado año, con una moderación en la tasa de crecimiento.

El sector de la distribución sigue incrementando su empleo, aunque en proceso de desaceleración. Esta evolución sigue reflejando la compatibilidad entre el crecimiento del empleo y el proceso de transformación que se está registrando en el sector.

Las perspectivas económicas para lo que resta del presente año 2001 siguen apuntando una continuidad en la fase de desaceleración del crecimiento de la economía española, principalmente como consecuencia de la demanda interna y en menor medida de la inversión. Estas previsiones señalan una moderación en el ritmo de crecimiento del consumo privado y del empleo, que podría mejorar en función de la evolución futura de los tipos de interés y del precio de los productos energéticos, como factores de importancia en la conformación de la confianza del consumidor.

En cuanto a la evolución de las cuotas de mercado, según Nielsen, de los diferentes formatos comerciales en alimentación durante el año 2000, cabe destacar la confirmación de la mejora de cuota de mercado que registran los supermercados de más de 400 m2 que pasaron de una cuota del 33% al 35%, mientras que los hipermercados rebajaron su cuota del 30% al 29%. Los supermercados medianos, entre 100 y 400 m2, mantuvieron su cuota, con un descenso muy moderado de dos décimas, mientras que los establecimientos Tradicionales y Autoservicios sufrieron una pérdida algo mayor, 5/6 décimas.

En el sector de Droguería Perfumería el comportamiento fue muy similar, con un incremento en la cuota de supermercados grandes, que consiguieron superar por primera vez la cuota de los hipermercados, al pasar del 26% al 30%, con un fuerte incremento de casi 4 puntos. Por su parte los supermercados medianos mantuvieron su cuota con una mejora de una décima. El resto de formatos perdieron cuota, especialmente las tiendas Tradicionales (-3,8 puntos), los autoservicios (-1 punto) y los hipermercados (-3 décimas).

En lo que respecta al primer semestre del año 2001 los datos más destacados por formato han sido los siguientes:

- * Evolución en los 6 primeros meses del año 2001 del número de centros y de la superficie comercial por formato ha sido la siguiente:

	Variación del Número de Centros	Variación Superficie Venta
Hipermercados	+7	+63.000 m2
Supermercados 1.000 - 2.500 m2	+111	+159.000 m2
Supermercados 400 - 1.000 m2	+127	+83.000 m2
Supermercados 100 - 400 m2	(-82)	(-19.000 m2)

Fuente: Nielsen

- * Evolución en los seis primeros meses del año 2001 de la cuota de mercado por canal de distribución:

	Variación de la cuota de mercado
Hipermercados	-0,20%
Supermercados	+0,90%
Especialistas Droguería / Perfumería	-0,10%
Especialistas Productos frescos + Tradicional	-0,60%

Fuente: Nielsen

VII. 2.1.2. Perspectivas de la compañía: Grupo Carrefour

En cuanto a la política comercial, el Grupo tiene intención de seguir manteniendo su política de maximización del valor que damos a nuestros clientes, así como la de alianzas con sus proveedores.

La intención del Grupo es seguir creciendo a través de su negocio principal (Hipermercados y Supermercados), así como por el desarrollo de múltiples servicios complementarios como gasolineras, ópticas, agencias de viaje, seguros, servicios financieros, etc...

a) Hipermercados:

En cuanto al negocio de hipermercados, son 4 las aperturas del ejercicio 2001: el día 1 de Marzo se abrió el hipermercado de Avila; a mediados del mes de Junio se abrió el hipermercado de San Sebastián de los Reyes (Madrid), y en el cuarto trimestre del año se han producido otras dos aperturas en Alcalá de Henares (Madrid) el día 15 de noviembre y Vitoria (Alava) el 20 de noviembre.

Durante el presente año Carrefour ha culminado el proceso de venta de 12 hipermercados Carrefour, cumpliendo así la decisión adoptada en su día por parte del Servicio de Defensa de la Competencia respecto a este formato, el conjunto de resultados extraordinarios aportados por estas ventas ha sido de entorno a los 120,2 millones de euros (20.000 millones de pesetas).

Con todas estas operaciones el número de hipermercados que se prevé tener a finales del año 2001 es de 108 hipermercados propios y 5 hipermercados en régimen de franquicia.

Carrefour mantendrá una expansión constante en el canal hipermercado con la apertura prevista de 20 nuevos centros en el quinquenio 2000-2004.

b) Supermercados:

En relación con la actividad de supermercados el Grupo Carrefour en España posee directamente 84 establecimientos, al 18 de diciembre de 2.001, dentro del sector de los supermercados a través de la sociedad Supermercados Champion S.A. (en adelante "Champion"), tras la apertura de 13 supermercados.

Durante el presente año Champion ha culminado el proceso de venta de 3 supermercados Champion, cumpliendo así la decisión adoptada en su día por parte del Servicio de Defensa de la Competencia respecto a este formato y también se ha procedido a la venta y cierre de otros 5 centros más.

La empresa matriz francesa de CARREFOUR, Carrefour Francia, también controla, a través de sus filiales Comptoirs Modernes, S.A. y Comptoirs Modernes Direction Groupe, la cadena de supermercados española Grup Supeco Maxor, S.L. ("Supeco"), cuyo objeto social consiste en la construcción, arrendamiento y explotación de supermercados y centros comerciales.

SUPECO explotaba 90 supermercados al 18 de diciembre de 2.001, tras la apertura de 2 nuevos centros y el cierre de 26 supermercados, concentrándose principalmente en Cataluña, donde la presencia de Champion era poco significativa con sólo 4 supermercados.

Supeco, además de explotar supermercados también explota estaciones de servicio que están ubicadas junto a alguno de estos supermercados, al 18 de noviembre de 2001 poseía 17 gasolineras, sin haberse realizado ninguna nueva apertura en el presente año.

En el año 2000 los 114 supermercados de Supeco con 136.121 m² de superficie comercial facturaron 75.406 millones de pesetas, lo que equivaldría a un 122% de la cifra de ventas de Champion, mientras que las 17 estaciones de servicio tuvieron unas ventas netas de 5.129 millones de pesetas en el año 2.000, un 43% de las ventas de gasolina que realizó CARREFOUR en ese año.

El volumen de negocio de la sociedad ha ascendido a 80.535.267 millones de pesetas, con un incremento del 4,8% respecto al ejercicio anterior. La facturación del grupo se distribuyó en un 87% en productos de alimentación, un 6% en productos de no alimentación y un 7% de gasolina.

Dada la especificidad de la actividad comercial de Supeco, la cifra de negocios se distribuye heterogéneamente a lo largo del año natural, con una marcada concentración en el último mes del año debido a la campaña de

Navidad que tiene normalmente un peso alrededor del 9,7% de las ventas del año y en los meses de verano (julio y agosto) con el 23,7% debido a que una parte importante de las tiendas son de costa

La homogeneización de los surtidos con Supermercados Champion, S.A., la sustitución de la marca propia Stock por Champion, la constitución de un equipo de dirección único y el cambio de enseña fueron los hitos más importantes del ejercicio 2000.

El margen de explotación con un 17,1% sobre la cifra de ventas ha bajado un 0,46%. La evolución de la cifra de ventas y el margen se vieron afectados por las dificultades generadas en los circuitos logísticos, por los impactos derivados de la externalización de los mismos, así como por los cambios efectuados en el surtido de las tiendas.

Los gastos de personal se han mantenido en el 11,7% sobre las ventas y supusieron el 11,5% de los gastos de explotación de Supeco en el año 2000 debido al alto número de personas empleadas, así en el año 2000 tuvo un promedio de empleados, número medio de personas en plantilla a lo largo del año, de 4.054 y el resto de gastos de explotación han crecido un 1% sobre las mismas, donde tiene un gran peso el epígrafe de Dotaciones para amortizaciones del inmovilizado (un 3% de los gastos de explotación) dadas las altas inversiones que se realizan.

Este proceso de integración (surtidos, equipos de dirección y enseña) realizado en el año 2000, coincidente con el final de los grandes cambios vividos por la Sociedad en el año 1999, generó tensiones internas importantes que afectaron significativamente a los equipos, con una elevada renovación de sus integrantes y muy especialmente a los resultados de la compañía que fueron de -2.717 millones de pesetas

La inversión en ese año ascendió a los 3.999 millones de pesetas que se destinaron principalmente a la apertura de 10 supermercados (Centelles, San Boi de Llobregat, San Feliu, Castellbisbal, Espulgues, Granollers, Girona, Gran Via, Sant Andreu y Tona) Además se inauguraron 7 estaciones de servicio en Anglés, Banyoles, Deltebre, La Bisbal d'Empordá, Granollers, Tona y Tortosa.

La cifra de negocio de Supeco en los 9 primeros meses del año ascendió a 64.030 millones de pesetas lo que supone el 7,8% de la cifra del Grupo CARREFOUR en ese periodo y su resultado neto fue de -965 millones de pesetas.

La entrega a los compradores de los 15 supermercados Supeco-Maxor, que Supeco estaba obligado a enajenar o transmitir en cumplimiento de la decisión adoptada en su día por parte del Servicio de Defensa de la Competencia, se inició en el mes de septiembre y concluyó el pasado mes de noviembre.

Se prevén 2 nuevas aperturas de supermercados Champion antes de que finalice el año 2001 así como la venta y cierre de otros 13 centros de Supeco.

Con la incorporación de Supeco al Grupo CARREFOUR el número de centros estimado para finales de año pasará de 86 (estimación para Supermercados Champion, S.A.) a 163 lo que supone un crecimiento del 90% y la participación de las ventas del formato supermercado respecto a la cifra de negocios total del Grupo Carrefour se estima que pasará del 5,4% al 11,6%.

La consolidación de todos estos cambios, con un surtido ya definido e implantado a todos sus niveles en las dos compañías de supermercados (marca propia, marcas nacionales y primeros precios), un posicionamiento de precios acorde con unas condiciones de compra claramente mejoradas a través de la Central de Compras del Grupo, una logística normalizada y optimizada, una organización adaptada y unos equipos humanos estables y adecuadamente motivados, permite prever una mejora en la evolución de las ventas y los resultados de la actividad de supermercados.

La mejora esperada en los recursos procedentes de las operaciones de los supermercados, derivada de la mejora de resultados antes comentada, hace previsible una disminución del endeudamiento de Champion y Supeco que previsiblemente será cubierto con la tesorería de Carrefour.

Para los próximos años la cartera de proyectos que se posee en estos momentos debería permitir el mantenimiento de un ritmo muy superior de nuevas aperturas en cada año. El plan de expansión 2001-2003 fija la apertura de 73 nuevos supermercados para Champion y de más de 10 supermercados de Supeco en cada uno de los próximos años. La apertura de nuevas gasolineras en los supermercados, vendrá supeditada a las posibilidades que puedan ofrecer los nuevos supermercados que se van a abrir.

c) Servicios Financieros:

Se prevé ampliar las líneas de actividad que actualmente se tienen y a la vez desarrollar nuevos servicios financieros como pueden ser el crédito personal, la comercialización de fondos de inversión y fondos de pensiones.

Como ejemplo de este deseo de potenciar su presencia en los mercados financieros, el pasado mes de septiembre se ha lanzado un crédito personal sin comisiones, ni de apertura ni de cancelación, para un importe máximo de 4 millones de pesetas y con un plazo máximo de devolución de 5 años y que tiene un tipo de interés nominal del 7,1% (7,39 TAE). El único requisito que existe para la obtención del préstamo es ser titular de una de las tarjetas financieras de Carrefour, Carrefour Pass o Agil.

Con fecha 8 de noviembre de 2001, la Dirección General de Supervisión del Banco de España, ha autorizado la operación de reestructuración a realizar por las dos financieras del Grupo Carrefour en España, es decir, Servicios Financieros Continente, E.F.C. S.A. y Financiera Pryca, E.F.C. S.A., y que se describe en el Capítulo III en el apartado III.6.1.1.

d) Ópticas:

El deseo del grupo es continuar con el desarrollo de la actividad de Ópticas durante los próximos años. Al 18 de diciembre de 2001 están abiertos 49 centros tras la apertura de 22 nuevos centros durante el año y el cierre de otro en los nueve primeros meses del año y se prevé terminar el año con estas 49 ópticas.

En los próximos años se prevé el mantenimiento de un ritmo muy similar de nuevas aperturas en cada año.

e) Estaciones de Servicio:

Al 18 de diciembre de 2001 están abiertas 27 estaciones de servicio propiedad del Grupo Carrefour y otras 2 que están franquiciadas, tras la apertura de 11 nuevas estaciones de servicio, y la venta de otras 2 estaciones de servicio, en lo que llevamos de año, y no se prevén abrir más estaciones de servicio antes de finales de año.

Con la incorporación de Supeco al Grupo CARREFOUR el número de gasolineras estimado para finales de año pasará de 27 (estimación para CARREFOUR) a 44 lo que supone un crecimiento del 63% y la participación de las ventas del formato supermercado respecto a la cifra de negocios total del Grupo Carrefour se estima que pasará del 1,1% al 1,5%.

En los próximos años se prevé el mantenimiento de un ritmo muy similar de nuevas aperturas en cada año.

f) Autocentros:

Al 18 de diciembre de 2001 están abiertos 60 autocentros tras la apertura de un centro en San Sebastián de Los Reyes (Madrid), y la venta de otro en Burgos. Se prevé terminar el año con estos 60 autocentros.

En los próximos años se puede estimar, como media, la apertura de 6 centros por año.

g) Agencias de viajes:

Al 18 de diciembre de 2001 están abiertas 18 oficinas más un centro de atención telefónico, que funciona como una agencia más, y se prevé terminar el año con estas 18 oficinas.

El plan de expansión prevé alcanzar el número de 60 agencias en el primer semestre del 2.003, así como la prestación de servicios de venta telefónica en todos los hipermercados. Igualmente, se tiene previsto tener operativa una página web para complementar la oferta de los canales de distribución tradicional.

h) Agencias de seguros:

Carrefour ha continuado su actividad en el sector de los seguros durante el año 2.001 pero potenciando esta actividad con la adquisición de la sociedad Delta Hispania, S.L. y que posteriormente pasó a denominarse Correduría de Seguros Carrefour, S.A., y que será la sociedad filial que gestionará esta unidad de negocio dentro del Grupo.

La citada sociedad acometerá la apertura de oficinas junto a la sala de venta de los hipermercados de la cadena. Estas oficinas ofrecerán la posibilidad de contratar, de una forma sencilla y rápida, seguros de hogar, automóvil, salud, accidentes y vida, entre otras opciones.

Al 18 de diciembre de 2001 están abiertas 8 oficinas y no está prevista la apertura de nuevas oficinas en lo que resta del presente año.

En los próximos años se prevé el mantenimiento de un ritmo muy superior de nuevas aperturas en cada año.

i) Servicios inmobiliarios:

Durante el año 2001 el grupo ha abierto dos nuevos centros comerciales, uno de ellos propiedad de Centro Shopping, en San Sebastián de los Reyes (Madrid), y otro propiedad de CARREFOUR, en Alcalá de Henares (Madrid).

También a lo largo del año 2.001 y siguiendo con la estrategia del grupo Carrefour de desinversión de actividades no vinculadas directamente al negocio de la distribución, la Sociedad ha seguido contemplando la posibilidad de enajenar activos, en una o varias operaciones, no relacionadas con el negocio principal, tales como ventas de terrenos y/o galerías comerciales.

Hay que destacar en este sentido el acuerdo firmado en Julio del año 2000 entre el Grupo Carrefour y el Grupo Klepierre por el cual los dos Grupos se integraron en un proceso cuyo objeto es ceder a Klepierre los edificios de la mayoría de las galerías comerciales del Grupo Carrefour en Europa. Este acuerdo establecía igualmente las bases de un acuerdo de socios en la gestión y desarrollo de estos centros comerciales. En el año 2000, este acuerdo se concretó en la cesión de 46 galerías al Grupo Klepierre. Actualmente se está negociando la cesión de nuevas galerías, dentro del marco del acuerdo al que se ha hecho referencia, y se espera que antes de que finalice el año se llegue a un acuerdo sobre 5 galerías comerciales que supondrá la desinversión de uno 20.000 metros cuadrados comerciales con unos 175 locales comerciales, así como sobre 3 proyectos de centros comerciales actualmente en construcción.

Durante 2001 y derivado del proceso de venta de 12 hipermercados Carrefour, cumpliendo así la decisión adoptada en su día por parte del Servicio de Defensa de la Competencia respecto a este formato, se han vendido 6 centros comerciales pertenecientes a CARREFOUR anexos a algunos de dichos hipermercados, con un total de 19.100 m² de superficie comercial transmitidos con 147 locales, y 3 centros comerciales pertenecientes a Centros Shopping, S.A., con un total de 5.930 m² de superficie comercial transmitida con 61 locales comerciales por un precio global ligeramente superior a los 62.500 millones de pesetas.

El Grupo Carrefour promueve en estos momentos cuatro centros comerciales en Oviedo, Alicante, Tenerife y Vigo, con una superficie comercial global superior a los 85.000 m² y cuyas aperturas están previstas para los años 2.002 y 2.003.

j) Comercio electrónico:

En relación el comercio electrónico, el Grupo CARREFOUR ha puesto en marcha proyectos posicionados en los dos segmentos del mercado de Internet y de las nuevas tecnologías.

- La venta a los consumidores finales, es decir, el "business to consumers"
- Las transacciones entre empresas, es decir, el "business to business"

Para el Grupo Carrefour, Internet ofrece un nuevo canal de distribución y oportunidades de alcanzar nuevos clientes con un perfil distinto a los clientes habituales. Para su desarrollo CARREFOUR posee tanto los recursos financieros necesarios, como una red logística ya desarrollada gracias a la amplia distribución nacional de sus tiendas así como un conocimiento de sus clientes a través del programa de fidelización Club Carrefour.

Para ello, en el año 2.001 se constituyó E. Carrefour España, S.A. (en adelante "E Carrefour") que tiene como fin dotar a la compañía de una presencia en la red y llevar a cabo todas las iniciativas de ésta en Internet (portal, información institucional y soluciones de comercio electrónico, entre otras actividades).

La primera iniciativa de E. Carrefour en 2001 ha sido el lanzamiento del portal "carrefour.es", accesible desde marzo, y enfocado al consumidor. El internauta puede desde entonces acceder a una serie de informaciones off-line como una guía completa de todos los hipermercados, ofertas específicas destacadas del folleto de la Compañía, promociones de las filiales (Viajes, Pass, Ópticas, etc) e información institucional (Fundación Carrefour, página de empleo, memoria financiera etc). También puede acceder desde el portal a una amplia oferta de actividades on-line como la dedicada a productos de ocio y cultura (non-food), la de alimentación (food), la venta de entradas de cine o la venta de flores, estas dos últimas mediante acuerdos de colaboración. Por último, el portal pretende poner a disposición del internauta una serie de contenidos sobre alimentación y salud, consumo, mujer y nuevas tecnologías así como una base de datos de ocio local.

La segunda iniciativa, en el tiempo, puesta en marcha por E. Carrefour en 2001 se ha visto propiciada por la adquisición en mayo, de la filial española del sitio de venta on-line de productos de cultura y ocio (libros, DVDs, CDs etc) "submarino.com", a través de la adquisición de Submarino Hispania, S.L ("Submarino") el 10 de mayo de 2001. Con Submarino se inicia, estricto sensu, la actividad on-line de E. Carrefour, y el portal incorpora contenido comercial on-line propio. Durante los primeros meses de vida del nuevo Submarino se han añadido a su operativa los estándares de calidad de Carrefour, y el 15 de noviembre se produjo el cambio de nombre ("carrefourocio.com") y la incorporación de un potente surtido multimedia con mas de 100.000 referencias.

Por último, el tercer hito en el tiempo para E. Carrefour en 2001 viene dado por la apertura el 29 de octubre, de momento en el área geográfica de Madrid, de un sitio de venta on-line de alimentación. El supermercado virtual "ooshop.es" está llamado a ser el principal impulsor de la actividad comercial de E. Carrefour, incluye un potente surtido con mas de 10.000 referencias (productos frescos también se incluyen en este surtido), y basa su razón de ser en la calidad del servicio, empezando por el servicio a domicilio de un día para otro, en franjas horarias predefinidas por el internauta dentro de un menú de posibilidades amplio (hasta las 10 de la noche a diario y sábados hasta las 4 de la tarde).

Con todo ello a finales del año 2001, tras la inversión de unos 300 millones de pesetas, E. Carrefour contará con un portal y tiendas virtuales de alimentación y no alimentación, y aunque la puesta en funcionamiento de estos sitios es reciente las estimaciones del año 2.001, en base a los datos reales que ya se poseen, son que el número de "visitantes únicos", personas diferentes que han entrado en estos sitios, superará los 215.000, el número de "visitas", número de veces que se ha entrado en estos sitios, superará las 3.600.000 visitas y el número de páginas visitadas estará alrededor de los 21.400.000.

Cómo ya se ha señalado las tiendas virtuales de alimentación y no alimentación han sido abiertas recientemente por lo que las ventas que se han realizado son poco significativas del potencial de facturación de esta línea de negocio.

VII.2.2. Políticas de distribución de resultados, de inversiones, de dotación de amortización, de ampliaciones de capital, de emisión de obligaciones y de endeudamiento general a medio y largo plazo.

VII.2.2.1. Políticas de distribución del resultado.

Para los ejercicios futuros la política de dividendos dependerá del equilibrio que exista entre los recursos generados por la empresa y las necesidades de inversión.

Como dato informativo, los dividendos brutos pagados durante el ejercicio 2001 (con cargo a resultados del año 2000) han sido de 0,41 euros por acción (68,21 pesetas por acción) y durante 2000 (con cargo a resultados de 1999) de 0,32 euros por acción (53,24 pesetas por acción).

VII.2.2.2. Política de inversiones.

GRUPO CARREFOUR:

El Grupo tiene intención de continuar con el importante proceso inversor que se ha llevado a cabo en los últimos años, tanto en la apertura de hipermercados como de supermercados.

Las inversiones previstas por Carrefour para el presente año son las siguientes:

INVERSIONES DE CARREFOUR EN EL AÑO 2001

Millones de pesetas	Al 30 de septiembre 2001	Estimación 2001
Expansión	24.103	37.237
Mantenimiento, reformas e informática	14.446	22.885
Total inversión material	38.549	60.122
Inmovilizado Inmaterial	3.501	4.010
Inmovilizado financiero	531	531
Total inversión	42.581	64.663

Las inversiones previstas por Carrefour en los años 2002 a 2.003 son las siguientes:

Año 2002:

-Inversión: 50.000 millones de pesetas, aproximadamente.

Año 2003:

-Inversión: 50.000 millones de pesetas, aproximadamente.

Este plan de inversiones se prevé que pueda ser financiado con los fondos generados por las operaciones propias de la actividad de la empresa, dado que los recursos procedentes de las operaciones ya alcanzaron los 68.568 millones de pesetas en el año 2000, sin que estén previstas por tanto nuevas ampliaciones de capital o emisiones de obligaciones.

GRUP SUPECO MAXOR:

Las inversiones previstas por Supeco en los años 2.001, 2002 y 2.003 son las siguientes:

INVERSIONES DE SUPECO EN EL AÑO 2001

Millones de pesetas	Al 30 de septiembre 2001	Estimación 2001
Expansión	1.462	1.508
Mantenimiento, reformas e informática	359	443
Total inversión	1.831	1.951

Las inversiones previstas por Supeco en los años 2.002 y 2.003 son las siguientes:

INVERSIONES DE SUPECO PARA LOS AÑOS 2002 y 2003

Millones de pesetas	Estimación 2002	Estimación 2003
Expansión	2.700	2.800
Reformas	725	850
Mantenimiento e informática	300	300
Total inversión	3.725	3.950

Este plan de inversiones se prevé que pueda ser financiado con los fondos generados por las operaciones propias de la actividad del Grupo Carrefour, dado que los recursos procedentes de las operaciones ya alcanzaron los 68.568 millones de pesetas en el año 2000, sin que estén previstas por tanto nuevas ampliaciones de capital o emisiones de obligaciones.

VII.2.2.3. Política de dotación de amortización, de ampliaciones de capital, de emisión de obligaciones y de endeudamiento general a medio y largo plazo.

A nivel de Grupo Consolidado se seguirá con la política de dotación de amortizaciones seguida por Carrefour.

Política de dotación de amortizaciones (en años) seguida por Carrefour

	Periodo de amortización (en años)
Gastos de establecimiento:	
Lanzamiento marca comercial	3
Apertura de nuevos centros	Ejercicio en el que se incurren
Inmovilizado inmaterial:	
Concesiones administrativas	Periodo de vigencia de la concesión
Fondo de Comercio	20
Propiedad industrial	10
Aplicaciones informáticas	4
Derechos de traspaso	5
Derechos sobre bienes en régimen de arrendamiento financiero	Vida útil de los activos
Inmovilizado material:	
Construcciones	20
Instalaciones	6,6
Material y utillaje	8
Equipos informáticos	4
Material de transporte	4
Mobiliario de oficina	10

Por lo que respecta a operaciones financieras futuras, no está prevista la realización de nuevas ampliaciones de capital o emisiones de obligaciones por estar cubiertas las necesidades de financiación actuales y previsibles del grupo.

En Madrid a 26 de diciembre de 2.001

Fdo: Jose María Folache González-Parrado