

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes, profundiza en la **evolución reciente** y las **tendencias** del sector, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo, las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **46 de las principales empresas** que operan en el sector.

Principales contenidos *(ver índice detallado al dorso)*

- ⇒ Evolución del **mercado total y por segmentos**: frutos secos, snacks, patatas fritas
- ⇒ Evolución del **comercio exterior** de frutos secos
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ **Facturación** total y en el sector de las **principales empresas**
- ⇒ Distribución de la **facturación** de las principales empresas por **segmentos**
- ⇒ **Cuotas de mercado totales** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas **por segmentos**: frutos secos, snacks, patatas fritas
- ⇒ **Resultado antes de impuestos** y su participación sobre los ingresos de las principales empresas
- ⇒ **Oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones de evolución** del mercado y de las principales empresas

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2019

➤ Mercado (mill. euros)	2.550
– Frutos secos	1.025
– Snacks	845
– Patatas fritas	680
➤ Crecimiento del mercado en valor (%)	+6,3
– Frutos secos	+7,3
– Snacks	+6,3
– Patatas fritas	+4,6
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	48,2

Las ventas retroceden en 2020 por la crisis de la COVID-19

El valor del **mercado de frutos secos y snacks** mantuvo la tendencia positiva en **2019**, en un contexto marcado por el **dinamismo de la demanda** tanto en el canal de alimentación como en los de hostelería/restauración e impulso. De esta forma, las ventas en España alcanzaron los **2.550 millones de euros**, lo que supuso un **6,3% más** que la cifra alcanzada un año antes.

El segmento de **frutos secos** presenta el mejor comportamiento, mostrando un **crecimiento del 7,3%**, hasta los **1.025 millones**. El mercado de **snacks** también mantuvo una evolución muy positiva, con un aumento del **6,3%**, cifrándose en **845 millones**. Por su parte, el segmento de **patatas fritas** registró una evolución algo más moderada (+**4,6%**), hasta **680 millones**.

El **comercio exterior de frutos secos** también mostró una evolución positiva, con tasas de variación del **17% en el valor de las exportaciones**, y del **11% en el caso de las importaciones**.

En **2020** se está registrando un **cambio de tendencia** en la evolución del sector debido a la **crisis provocada por la COVID-19**. Así, las ventas se verán penalizadas al cierre del año por la **caída** en los canales de **impulso, hostelería y restauración**, si bien esta evolución se verá compensada, en parte, por el **impulso de la demanda** en el canal de **alimentación**.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimoctava edición del estudio **Sectores** de DBK "Frutos Secos y Snacks" cuenta con una extensión de 159 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2019.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tablas 2-3. Evolución del mercado mundial de frutos secos en valor, total (2006-2019) y por segmentos (2013-2019).

Tablas 4-5. Evolución de la producción mundial de frutos secos en volumen, total (2009-2019) y por segmentos (2013-2019).

Tabla 6. Distribución de la producción mundial de los principales frutos secos por países, 2019.

Tabla 7. Distribución de la producción mundial de los principales frutos secos por países, 2019.

Tabla 8. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por divisiones, 2016-2019.

Tabla 9. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por países, 2016-2019.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 10. Distribución geográfica de las empresas, 2019.

Tabla 11. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2019.

Tabla 12. Grado de concentración de la oferta, 2019.

Tabla 13. Grado de concentración de la oferta por segmentos de actividad, 2019.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 14. Fuerzas competitivas relevantes, 2020.

Tabla 15. Factores clave de éxito, 2020.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 16. Evolución del mercado, 2000-2019.

Tabla 17. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2016-2019.

Tabla 18. Evolución del comercio exterior de los principales frutos secos, 2000-2019.

Tablas 19-20. Evolución de las exportaciones y de las importaciones de los principales frutos secos, 2015-2019.

Tabla 21. Distribución de las exportaciones de los principales frutos secos por país de destino, 2018-2019.

Tabla 22. Distribución de las importaciones de los principales frutos secos por país de origen, 2018-2019.

Tabla 23. Balanza comercial de los principales frutos secos por países, 2019.

1.5. La demanda

Tabla 24. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2019. Previsión 2020-2021.

Tabla 25. Distribución del consumo de frutos secos en hogares por tipo de producto, 2017 y 2019.

Tabla 26. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por comunidades autónomas, 2019.

Tabla 27. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por meses, 2019.

Tabla 28. Evolución del número de negocios de restauración, 2008-2019.

Tabla 29. Distribución geográfica de los establecimientos de restauración, 2019.

1.6. La distribución

Tabla 30. Distribución de las compras de frutos secos de los hogares por tipo de establecimiento, 2018-2019.

Tabla 31. Distribución geográfica de las empresas mayoristas de hostelería, 2019.

Tabla 32. Evolución del número de hipermercados y del número de supermercados y autoservicios, 1996-2019.

Tabla 33. Número de establecimientos de las principales empresas de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, 2018.

Tabla 34. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución alimentaria, 2017-2018.

Tabla 35. Evolución del número de tiendas de conveniencia vinculadas a estaciones de servicio, 2009-2017.

Tabla 36. Evolución del parque de máquinas expendedoras de alimentos sólidos, 2014-2019.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 37. Estructura media de costes y del balance, 2018. Tendencia 2019.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 38. Composición de los grupos analizados, 2019.

Tabla 39. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2018-septiembre 2020.

Tabla 40. Titularidad del capital de las principales empresas, 2019.

Tabla 41. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 42. Plantas productivas de las principales empresas, 2019.

2.2. Diversificación

Tabla 43. Facturación total y facturación en el sector en España de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 44. Facturación y actividad fuera del sector en España de las principales empresas, 2019.

Tabla 45. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2019.

Tabla 46. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2019.

2.3. Internacionalización

Tabla 47. Facturación por venta de frutos secos y snacks en mercados exteriores de las principales empresas, 2019.

Tabla 48. Participación de la facturación en mercados exteriores sobre la facturación en el sector de frutos secos y snacks de las principales empresas, 2019.

Tabla 49. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por mercados de destino, 2019.

2.4. Marketing mix

Tabla 50. Principales marcas comercializadas por las principales empresas por tipo de producto, julio 2020.

Tabla 51. Principales frutos secos comercializados por las principales empresas, julio 2020.

Tabla 52. Principales lanzamientos efectuados por algunas de las principales empresas, 2019-julio 2020.

Tabla 53. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2019.

Tabla 54. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2019.

Tabla 55. Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2019-septiembre 2020.

Tabla 56. Certificados de sistemas de gestión de calidad y de gestión medioambiental, y otros certificados obtenidos por algunas de las principales empresas, julio 2020.

2.5. Clientes

Tabla 57. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de cliente, 2019.

Tabla 58. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de marca (marca propia, marca de distribuidor), 2019.

Tabla 59. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2019.

Tabla 60. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, julio 2020.

2.6. Cuotas y resultados

Tabla 61. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 62. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 63. Cuotas relativas de producción de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 64. Cuotas de exportación de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 65. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 66. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de frutos secos, 2019.

Tabla 67. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de snacks, 2019.

Tabla 68. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de patatas fritas, 2019.

Tabla 69. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2017-2019.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 70. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2020.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 71. Previsión de evolución del mercado por segmentos, 2020-2021.

Tabla 72. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas.

Tabla 73. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2020-2021.

4. Perfiles de los principales competidores