

## 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 **49 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, 2021

➤ Mercado (mill. euros)	2.695
– Frutos secos	1.100
– Snacks	890
– Patatas fritas	705
➤ Crecimiento del mercado en valor (%)	+4,3
– Frutos secos	+4,3
– Snacks	+5,3
– Patatas fritas	+2,9
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	48,8

### Las ventas en el mercado español crecieron un 4% en 2021

Tras caer en 2020 ante el impacto de la pandemia de la COVID-19, la **demanda de frutos secos y snacks** mostró una **tendencia positiva** en **2021**, gracias a la recuperación parcial de la actividad de la **hostelería y el canal impulso**, y al mantenimiento del tirón del **consumo en el hogar**. De esta forma, el valor del mercado se cifró en **2.695 millones de euros**, un **4,3% más** que la cifra alcanzada un año antes.

La mayor parte de las ventas correspondieron al segmento de **frutos secos**, el cual supuso el **41% del mercado** total, con **1.100 millones** de euros (**+4,3%**). Por su parte, el **mercado de snacks** creció un 5,3%, situándose en **890 millones** de euros, mientras que el de **patatas fritas** aumentó un 3%, hasta superar los **700 millones** de euros.

Respecto al comercio exterior de frutos secos, las **exportaciones** registraron un **comportamiento positivo en valor (+6,2%)**, tras la caída contabilizada en 2020. Por su parte, el valor de las **importaciones** mantuvo en 2021 la **tendencia descendente** iniciada en 2020.

El **valor de las ventas** ha continuado **creciendo** en **2022**, impulsado por la **tendencia alcista de los precios** ante el aumento de los costes de los aprovisionamientos.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimonovena edición del estudio **Sectores** de DBK “Frutos Secos y Snacks” cuenta con una extensión de 167 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2021.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

- Tablas 2-3. Evolución del mercado mundial de frutos secos en valor, total (2010-2021) y por segmentos (2015-2021).
- Tablas 4-5. Evolución de la producción mundial de frutos secos en volumen, total (2012-2021) y por segmentos (2015-2021).
- Tabla 6. Distribución de la producción mundial de los principales frutos secos por países, 2021.
- Tabla 7. Distribución de las exportaciones mundiales de los principales frutos secos por países de destino, 2020.
- Tabla 8. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por divisiones, 2018-2021.
- Tabla 9. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por países, 2018-2021.

##### 1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 10. Distribución geográfica de las empresas, 2021.
- Tabla 11. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2021.
- Tabla 12. Grado de concentración de la oferta, 2021.
- Tabla 13. Grado de concentración de la oferta por segmentos de actividad, 2021.

##### 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tabla 14. Fuerzas competitivas relevantes, 2022.
- Tabla 15. Factores clave de éxito, 2022.

##### 1.4. Evolución de la actividad

- Tabla 16. Evolución del mercado, 2002-2021.
- Tabla 17. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2018-2021.
- Tabla 18. Evolución del comercio exterior de los principales frutos secos, 2014-2021.
- Tablas 19-20. Evolución de las exportaciones y de las importaciones de los principales frutos secos, 2017-2021.
- Tabla 21. Distribución de las exportaciones de los principales frutos secos por país de destino, 2020-2021.
- Tabla 22. Distribución de las importaciones de los principales frutos secos por país de origen, 2020-2021.
- Tabla 23. Balanza comercial de los principales frutos secos por países, 2021.

##### 1.5. La demanda

- Tabla 24. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2007-2021. Previsión 2022-2024.
- Tabla 25. Distribución del consumo de frutos secos en hogares por tipo de producto, 2019 y 2021.
- Tabla 26. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por comunidades autónomas, 2021.
- Tabla 27. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por meses, 2021.
- Tabla 28. Distribución del consumo de frutos secos y snacks fuera del hogar por tipo de producto, 2019 y 2021.
- Tabla 29. Consumo per cápita de frutos secos y snacks fuera del hogar por tipo de producto, 2021.

##### 1.6. La distribución

- Tabla 30. Distribución de las compras de frutos secos de los hogares por tipo de establecimiento, 2019 y 2021.
- Tabla 31. Distribución geográfica de las empresas mayoristas de hostelería, 2021.
- Tabla 32. Evolución del número de hipermercados y de supermercados y autoservicios, 1996-2021.
- Tabla 33. Número de establecimientos de las principales empresas de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, 2020.
- Tabla 34. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución alimentaria, 2019-2020.
- Tabla 35. Evolución del número de tiendas en estaciones de servicio, 2009-octubre 2020.
- Tabla 36. Evolución del parque de máquinas expendedoras de alimentos sólidos, 2015-2021.
- Tabla 37. Evolución del número de negocios de restauración, 2008-2021.
- Tabla 38. Distribución geográfica de los establecimientos de restauración, 2021.

##### 1.7. Costes, rentabilidad y financiación

- Tabla 39. Estructura media de costes y del balance, 2020. Tendencia 2021.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

- Tabla 40. Composición de los grupos analizados, 2021.
- Tabla 41. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2020-septiembre 2022.
- Tabla 42. Titularidad del capital de las principales empresas, 2021.
- Tabla 43. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2019-2021.
- Tabla 44. Plantas productivas en España de las principales empresas, 2021.

##### 2.2. Diversificación

- Tabla 45. Facturación total y facturación en el sector en España de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 46. Facturación y actividad fuera del sector en España de las principales empresas, 2021.
- Tabla 47. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2021.
- Tabla 48. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2021.

##### 2.3. Internacionalización

- Tabla 49. Facturación por venta de frutos secos y snacks en mercados exteriores de las principales empresas, 2021.
- Tabla 50. Participación de la facturación en mercados exteriores sobre la facturación en el sector de frutos secos y snacks de las principales empresas, 2021.
- Tabla 51. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por mercados de destino, 2021.

##### 2.4. Marketing mix

- Tabla 52. Principales marcas comercializadas por las principales empresas por tipo de producto, julio 2022.
- Tabla 53. Principales frutos secos comercializados por las principales empresas, julio 2022.
- Tabla 54. Principales lanzamientos efectuados por algunas de las principales empresas, 2021-septiembre 2022.
- Tabla 55. Inversiones en investigación y desarrollo de algunas de las principales empresas, 2021.
- Tabla 56. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2021.
- Tabla 57. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2021.
- Tabla 58. Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2021-septiembre 2022.
- Tabla 59. Certificados de sistemas de gestión de calidad y de gestión medioambiental, y otros certificados obtenidos por algunas de las principales empresas, julio 2022.

##### 2.5. Clientes

- Tabla 60. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de cliente, 2021.
- Tabla 61. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de marca (marca propia, marca de distribuidor), 2021.
- Tabla 62. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2021.
- Tabla 63. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, julio 2022.

##### 2.6. Cuotas y resultados

- Tabla 64. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2019-2021
- Tabla 65. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2021.
- Tabla 66. Cuotas relativas de producción de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 67. Cuotas de exportación de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 68. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 69. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de frutos secos, 2021.
- Tabla 70. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de snacks, 2021.
- Tabla 71. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de patatas fritas, 2021.
- Tabla 72. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2019-2021.

#### 3. Perspectivas

##### 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

- Tabla 73. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

- Tabla 74. Previsión de evolución del mercado por segmentos, 2022-2023.

##### 3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

- Tabla 75. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas.
- Tabla 76. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2022-2023.

#### 4. Perfiles de los principales competidores