

Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)

(Octubre 2022 - 14ª edición)

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes de **España y Portugal**, 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 las **53 principales empresas** que operan en el sector (**39 empresas españolas y 14 portuguesas**).

Principales contenidos *(ver índice detallado al dorso)*

- ⇒ **Evolución del número de hipermercados y de supermercados y autoservicios** en España, Portugal y en el conjunto del mercado ibérico. **Distribución geográfica** de los establecimientos
- ⇒ **Evolución de la facturación total y por tipo de establecimiento** en España, Portugal y en el conjunto del mercado ibérico: hipermercados, supermercados y autoservicios, supermercados *discount* y establecimientos *cash & carry*
- ⇒ Evolución del **número de puntos de venta de las principales empresas** por tipo de establecimiento
- ⇒ **Superficie de venta y distribución geográfica** de los establecimientos de las principales empresas
- ⇒ **Facturación total y en el sector** de las principales empresas
- ⇒ **Facturación por tipo de establecimiento** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas en **España, Portugal** y en el conjunto del **mercado ibérico**: cuotas totales y por tipo de establecimiento
- ⇒ **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** en España, en Portugal y en el conjunto del mercado ibérico

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2021

➤ Número de establecimientos	37.874
– España	32.326
– Portugal	5.548
➤ Facturación (mill. euros)	114.835
– España	97.410
– Portugal	17.425
➤ Crecimiento de la facturación (%)	-0,7
– España	-1,2
– Portugal	+2,3
➤ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas (%)	44,4
– España	48,8
– Portugal	78,8

La facturación se redujo en 2021 tras el fuerte repunte de 2020

Las **ventas globales** de la distribución alimentaria en el conjunto del mercado ibérico **disminuyeron ligeramente en 2021**, a causa de la reactivación del consumo fuera de los hogares, tras las medidas para limitar el movimiento de la población decretadas en 2020 para hacer frente a la pandemia de la COVID-19.

La facturación se situó en **114.835 millones de euros**, lo que supuso un **0,7% menos** que en 2020, año en el que había aumentado algo más de un 6%. Las ventas en **España se cifraron en 97.410 millones de euros**, un **1,2% menos**, mientras que en **Portugal**, donde en los primeros meses de 2021 se mantuvieron todavía considerables restricciones a la movilidad de la población, se estima un **aumento del 2,3%**, hasta los **17.425 millones**.

Se estima una prolongación de la **tendencia a la baja de las ventas en 2022**, en un contexto de aumento adicional de la demanda de alimentación y bebidas en establecimientos de hostelería y disminución del volumen de consumo en hogares. El **deterioro del poder adquisitivo** de la población constituye una **amenaza** para el sector a corto plazo, destacando también el fuerte **incremento de los costes**, lo que está **penalizando los márgenes** en un contexto de elevada sensibilidad de los clientes al precio.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimocuarta edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 209 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

- Tabla 2. Evolución del consumo final de los hogares en los países de la Unión Europea, 2019-2021. Previsión 2022-2023.
- Tablas 3-4. Distribución del consumo final de los hogares en el conjunto de la UE y por países por categorías de bienes y servicios, 2020.
- Tabla 5. Evolución de la cuota de mercado de las marcas de la distribución en algunos países europeos, 2019-2021.
- Tabla 6. Facturación de los 20 principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2020.
- Tabla 7. Facturación de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo por zonas geográficas, 2020.
- Tabla 8. Distribución de los 250 principales grupos de distribución en el mundo por tramos de facturación, 2020.
- Tabla 9. Evolución del número de establecimientos de seis de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2018-2022.

1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 10. Evolución del número de hipermercados, 2010-2021.
- Tabla 11. Evolución de la superficie total de venta en hipermercados, 2010-2021.
- Tabla 12. Evolución de la superficie media de venta por hipermercado, 2010-2021.
- Tabla 13. Distribución geográfica de los hipermercados en el mercado ibérico, 2021.
- Tabla 14. Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2010-2021.
- Tabla 15. Distribución geográfica de los establecimientos cash & carry en el mercado ibérico, 2021.
- Tabla 16. Evolución del número de trabajadores afiliados al sistema de la Seguridad Social en el sector del comercio al por menor en España, 2010-2022.
- Tabla 17. Grado de concentración de la oferta, 2021.
- Tabla 18. Grado de concentración de la oferta por tipo de establecimiento en el conjunto del mercado ibérico, 2021.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tablas 19-20. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2022.

1.4. Evolución de la actividad

- Tabla 21. Evolución de la facturación total, 2010-2021.
- Tabla 22. Distribución de la facturación total por países, 2019 y 2021.
- Tabla 23. Evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2018-2021.
- Tabla 24. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento, 2021.
- Tabla 25. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento en el mercado ibérico, 2013-2021.
- Tabla 26. Evolución de la facturación media por hipermercado en el mercado ibérico, 2018-2021.
- Tabla 27. Evolución del volumen de negocio del comercio electrónico en hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación en España, 2014-2021.

1.5. La demanda

- Tabla 28. Evolución del consumo final de los hogares, 2010-2021. Previsión 2022-2024.
- Tabla 29. Distribución del consumo final de los hogares por categorías de bienes y servicios, 2019-2021.
- Tabla 30. Distribución de las compras de productos de alimentación de los hogares por tipo de establecimiento en España, 2019-2021.
- Tabla 31. Penetración de las compras online de productos de gran consumo por categorías, 2021.
- Tablas 32-33. Evolución de la población total y extranjera en España y Portugal, 2010-2022.
- Tablas 34-35. Evolución del número de hogares en España y Portugal, 2010-2021. Distribución por tamaños, 2021.
- Tabla 36. Evolución de la cuota de mercado en valor de las marcas de la distribución en España, 2015-2021.
- Tabla 37. Evolución de la cuota de mercado en volumen de las marcas de la distribución en España y Portugal, 2010-2021.
- Tablas 38-39. Distribución geográfica de los centros comerciales en España y Portugal, 2021.
- Tabla 40. Evolución del número de centros comerciales por tipo de centro, 2019 y 2021.
- Tabla 41. Evolución de la facturación del sector de restaurantes en España, 2010-2021.
- Tabla 42. Evolución de la facturación del sector de restaurantes en Portugal, 2010-2021.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

- Tablas 43-44. Estructura media de costes y del balance en los mercados español y portugués, 2021. Tendencia 2022.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

- Tabla 45. Descripción de actividades y grupos en los que se encuentran integradas las principales empresas, octubre 2022.
- Tablas 46-47. Facturación (2019-2021) y ámbito geográfico de actuación (octubre 2022) de los asociados del grupo SPAR en España.
- Tabla 48. Facturación total de los asociados del grupo E.Leclerc en Portugal, 2020-2021.
- Tabla 49. Titularidad del capital de las principales empresas, 2021.
- Tabla 50. Central de compras a la que están asociadas las principales empresas, octubre 2022.
- Tabla 51. Evolución de la plantilla de las principales empresas, 2018-2021.
- Tabla 52. Plataformas logísticas de algunas de las principales empresas, octubre 2022.
- Tabla 53. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2021.
- Tabla 54. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, octubre 2022.
- Tabla 55. Número de establecimientos propios y franquiciados de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2021.
- Tablas 56-59. Enseñas, número de establecimientos y superficie de venta de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2021.
- Tablas 60-63. Evolución del número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2019-septiembre 2022.
- Tablas 64-68. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento y zonas geográficas, 2021.
- Tabla 69. Compras y ventas de establecimientos y otras operaciones relevantes realizadas por algunas de las principales empresas en el período 2021-septiembre 2022.

2.2. Diversificación

- Tabla 70. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 71. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2021.
- Tabla 72. Distribución de la facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2021.
- Tabla 73. Facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2021.
- Tabla 74. Número y localización de las estaciones de servicio de algunas de las principales empresas, julio 2022.

2.3. Marketing mix

- Tablas 75-76. Inversión publicitaria (2021) y otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas (2021-octubre 2022).
- Tabla 77. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas entre marcas propias y marcas de fabricantes, 2021.
- Tabla 78. Marcas propias de algunas de las principales empresas, octubre 2022.
- Tabla 79. Establecimientos de proximidad de algunas de las principales empresas, octubre 2022.

2.4. Cuotas y resultados

- Tablas 80-81. Evolución de la facturación total y en el sector de las principales empresas, 2019-2021.
- Tablas 82-84. Cuotas de mercado de las principales empresas: España, Portugal y total mercado ibérico, 2020-2021.
- Tablas 85-96. Cuotas de mercado de las principales empresas en los segmentos de hipermercados, supermercados y autoservicios, establecimientos discount y cash & carry: España, Portugal y total mercado ibérico, 2020-2021.
- Tabla 97. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2019-2021.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

- Tabla 98. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

3.2. Previsiones de crecimiento

- Tabla 99. Previsión de evolución de la facturación total, 2022-2023.
- Tabla 100. Previsión de evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2022-2023.

3.3. Proyectos de las empresas

- Tabla 101. Acciones y proyectos en el ámbito de la transformación digital de algunas de las principales empresas, octubre 2022.
- Tabla 102. Otros proyectos de algunas de las principales empresas, octubre 2022.
- Tabla 103. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2022-2024.

4. Perfiles de los principales competidores