

Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)

(Octubre 2020 - 12ª 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, 2019		Aceleración del crecimiento de la facturación en 2020
➤ Número de establecimientos	36.973	<i>El volumen de negocio en el mercado ibérico de distribución con base alimentaria, considerando globalmente la actividad de hipermercados, supermercados y establecimientos cash & carry, se situó en 109.135 millones de euros en 2019, un 2,3% más que en 2018. Las ventas en España aumentaron un 2,1%, cifrándose en 92.520 millones de euros, mientras que en Portugal se registró un crecimiento del 3,0%, hasta los 16.615 millones.</i>
– España	31.544	
– Portugal	5.429	<i>En el sector se observa una notable concentración de la oferta, especialmente en el mercado portugués, en el cual las cinco primeras empresas reunieron en 2019 una cuota de mercado conjunta cercana al 80%. La cuota conjunta de los cinco primeros operadores en España se situó ese año en torno al 47%.</i>
➤ Facturación (mill. euros)	109.135	
– España	92.520	<i>Las medidas decretadas para hacer frente a la pandemia de la COVID-19 y su fuerte impacto en la actividad del sector de hostelería y restauración han propiciado un crecimiento de la demanda del comercio minorista alimentario en 2020. No obstante, la rentabilidad se ha visto afectada por el ascenso de los costes asociados a la adaptación de sus instalaciones, así como por el incremento de los gastos de personal.</i>
– Portugal	16.615	
➤ Crecimiento de la facturación (%)	+2,3	
– España	+2,1	
– Portugal	+3,0	
➤ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas (%)		
– España	47,4	
– Portugal	79,1	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La duodécima edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 208 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

Tabla 2. Evolución del consumo final de los hogares en los países de la Unión Europea, 2017-2019. Previsión 2020-2021.

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, 2018.

Tabla 5. Evolución de la cuota de mercado de las marcas de la distribución en algunos países europeos, 2017-2019.

Tabla 6. Facturación de los 20 principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2018.

Tabla 7. Facturación de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo por zonas geográficas, 2018.

Tabla 8. Distribución de los 250 principales grupos de distribución en el mundo y de su facturación agregada por países de origen, 2018.

Tabla 9. Evolución del número de establecimientos de seis de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2016-2020.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 10. Evolución del número de hipermercados, 2004-2019.

Tabla 11. Evolución de la superficie total de venta en hipermercados, 2004-2019.

Tabla 12. Evolución de la superficie media de venta por hipermercado, 2004-2019.

Tabla 13. Distribución geográfica de los hipermercados en el mercado ibérico, 2019.

Tabla 14. Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2004-2019.

Tabla 15. Distribución geográfica de los establecimientos cash & carry en el mercado ibérico, 2019.

Tabla 16. Evolución del número de trabajadores afiliados al sistema de la Seguridad Social en el sector del comercio al por menor en España, 2008-2020.

Tabla 17. Evolución del número de establecimientos franquiciados en España en el sector de alimentación, 2012-2019.

Tabla 18. Grado de concentración de la oferta, 2020.

Tabla 19. Grado de concentración de la oferta por tipo de establecimiento en el conjunto del mercado ibérico, 2019.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 20-21. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2020.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 22. Evolución de la facturación total, 2006-2019.

Tabla 23. Distribución de la facturación total por países, 2016 y 2019.

Tabla 24. Evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2016-2019.

Tabla 25. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento, 2019.

Tabla 26. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento en el mercado ibérico, 2013-2019.

Tabla 27. Evolución de la facturación media por hipermercado en el mercado ibérico, 2016-2019.

Tabla 28. Evolución del volumen de negocio del comercio electrónico en hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación en España, 2014-2019.

1.5. La demanda

Tabla 29. Evolución del consumo privado en España y Portugal, 2008-2019. Previsión 2020-2022.

Tabla 30. Distribución de las compras de productos de alimentación de los hogares por tipo de establecimiento en España, 2017-2019.

Tabla 31. Evolución de la penetración del canal de compra habitual, 2016-2019.

Tabla 32. Penetración de las categorías de productos comprados online, 2019.

Tablas 33-34. Evolución de la población total y extranjera en España y en Portugal, 2004-2020.

Tablas 35-36. Evolución del número de hogares en España y Portugal, 2004-2019. Distribución por tamaños, 2019.

Tabla 37. Evolución de la cuota de mercado en valor de las marcas de la distribución en España, 2015-2019.

Tabla 38. Evolución de la cuota de mercado en volumen de las marcas de la distribución en España y Portugal, 2006-2019.

Tablas 39-40. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable en España y Portugal, 2019.

Tabla 41. Evolución del número de centros comerciales por tipo de centro, 2017 y 2019.

Tabla 42. Evolución de la facturación del sector de restaurantes en España, 2006-2019.

Tabla 43. Evolución de la facturación del sector de restaurantes en Portugal, 2006-2019.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tablas 44-45. Estructura media de costes y del balance en los mercados español y portugués, 2019. Tendencia 2020.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 46. Descripción de actividades y grupos en los que se encuentran integradas las principales empresas, octubre 2020.

Tablas 47-48. Facturación (2017-2019) y ámbito geográfico de actuación (octubre 2020) de los asociados del grupo SPAR en España.

Tabla 49. Titularidad del capital de las principales empresas, 2019.

Tabla 50. Central de compras a la que están asociadas las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 51. Evolución de la plantilla de las principales empresas, 2016-2019.

Tabla 52. Plataformas logísticas de algunas de las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 53. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2019.

Tabla 54. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, octubre 2020.

Tabla 55. Número de establecimientos propios y franquiciados de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2019.

Tablas 56-59. Enseñas, número de establecimientos y superficie de venta de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2019.

Tablas 60-63. Evolución del número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2017-octubre 2020.

Tablas 64-68. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento y zonas geográficas, 2019.

Tabla 69. Compras y ventas de establecimientos y otras operaciones relevantes realizadas por algunas de las principales empresas en el período 2019-septiembre 2020.

2.2. Diversificación

Tabla 70. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 71. Distribución de la facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2019.

Tabla 72. Distribución de la facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2018.

Tabla 73. Facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2019.

Tabla 74. Número y localización de las estaciones de servicio de algunas de las principales empresas, septiembre 2020.

2.3. Marketing mix

Tablas 75-77. Inversión publicitaria (2018), medios publicitarios empleados (2019) y otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas (2019-octubre 2020).

Tabla 78. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas entre marcas propias y marcas de fabricantes, 2019.

Tabla 79. Marcas propias de algunas de las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 80. Establecimientos de proximidad de algunas de las principales empresas, octubre 2020.

2.4. Cuotas y resultados

Tablas 81-82. Evolución de la facturación total y en el sector de las principales empresas, 2017-2019.

Tablas 83-85. Cuotas de mercado de las principales empresas: España, Portugal y total mercado ibérico, 2018-2019.

Tablas 86-97. 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, 2018-2019.

Tabla 98. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2017-2019.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 99. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2020.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 100. Previsión de evolución de la facturación total, 2020-2021.

Tabla 101. Previsión de evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2020-2021.

3.3. Proyectos de las empresas

Tabla 102. Acciones y proyectos en el ámbito de la transformación digital de algunas de las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 103. Otros proyectos de algunas de las principales empresas, octubre 2020.

Tabla 104. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2020-2021.

4. Perfiles de los principales competidores