

## 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, y las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **48 de las principales empresas** que operan en el sector.

## Principales contenidos *(ver índice detallado al dorso)*

- ⇒ Evolución de la **producción, exportación, importación y mercado**
- ⇒ Evolución del **valor del mercado por segmentos**: ginebra, whisky, ron, brandy, vodka, otros
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ **Facturación total y en el sector** de las **principales empresas**
- ⇒ Distribución de la **facturación** de algunas de las principales empresas **por segmentos**
- ⇒ **Cartera de productos y marcas** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de producción, exportación, importación y mercado** de las principales empresas
- ⇒ **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 algunas de las principales empresas

## Principales magnitudes del sector

### Datos de síntesis, 2020

➤ Producción (mill. euros)	1.267
➤ Exportación (mill. euros)	632
➤ Importación (mill. euros)	565
➤ Mercado (mill. euros)	1.200
➤ Crecimiento del mercado en valor (%)	-30,6
➤ Crecimiento de las exportaciones en valor (%)	-21,4
➤ Concentración (cuota de mercado conjunta) (%)	
– Cinco primeras empresas	58,7
– Diez primeras empresas	73,0

### Las ventas en el mercado interior cayeron un 30% en 2020

El **valor del mercado** de bebidas espirituosas experimentó un **descenso en 2020**, al verse fuertemente penalizado por el impacto de la pandemia de la **COVID-19**. Así, el cierre temporal en **hostelería y restauración**, las restricciones horarias y de aforo y el descenso de la actividad turística provocaron una **intensa caída de las ventas en este canal**, que no pudo ser compensada por el crecimiento del consumo en hogares.

El mercado se situó en **1.200 millones de euros**, lo que supuso un **descenso del 30,6%**. La **ginebra** ocupó la primera posición, representando el **27% del total**, seguido del **whisky** con el **26% del total** y del **ron (16%)**. Todos los tipos de bebidas registraron fuertes descensos.

La **progresiva recuperación** de la actividad de la **hostelería y la restauración** y la reactivación del **turismo** están favoreciendo las ventas de bebidas alcohólicas en 2021. En conjunto, el valor total del mercado registrará una **tasa de variación positiva** al cierre de **2021**, si bien se situará todavía por debajo de la cifra alcanzada 2019.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La vigesimoprimera edición del estudio **Sectores** de DBK “Bebidas Alcohólicas” cuenta con una extensión de 184 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2020.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución y distribución del gasto mundial en bebidas espirituosas por zonas, 2019.

Tabla 3. Principales países de destino de las exportaciones de bebidas espirituosas en la Unión Europea, 2019-2020.

Tabla 4. Evolución de la facturación de algunas de las principales empresas a escala internacional, 2017-2020.

Tabla 5. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos a escala internacional por zonas geográficas, 2020.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 6. Número de empresas elaboradoras y volumen de ventas de las indicaciones geográficas protegidas de bebidas espirituosas, 2018 y 2020.

Tabla 7. Distribución del volumen de ventas de las indicaciones geográficas protegidas de bebidas espirituosas por identificación geográfica y por destino de las ventas, 2020.

Tabla 8. Grado de concentración de la oferta, 2020.

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

Tabla 9. Fuerzas competitivas relevantes, 2021.

Tabla 10. Evolución del consumo per cápita en hogares de bebidas frías por tipos, 2019-2020.

Tabla 11. Factores clave de éxito, 2021.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 12. Evolución de la producción y del mercado, 2000-2020.

Tabla 13. Evolución del comercio exterior, 2000-2020.

Tabla 14. Evolución de la actividad y del mercado por segmentos, 2018-2020.

Tablas 15-16. Distribución de las exportaciones e importaciones por país de destino y origen, 2019-2020.

Tablas 17-18. Balanza comercial por países y por segmentos, 2020.

##### 1.5. La demanda

Tabla 19. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2020. Previsión 2021-2023.

Tabla 20. Distribución del consumo por tipo de cliente, 2019-2020.

Tabla 21. Distribución del consumo por segmentos de producto, 2020.

Tabla 22. Distribución del consumo en hogares por segmentos de producto, 2018 y 2020.

Tablas 23-24. Distribución del consumo en hogares por meses y comunidades autónomas, 2020.

Tabla 25. Evolución de la entrada de turistas extranjeros y de los ingresos por turismo, 2004-2020.

##### 1.6. La distribución

Tabla 26. Distribución del consumo fuera del hogar por tipo de establecimiento, 2020.

Tabla 27. Distribución de las compras de los hogares por tipo de establecimiento, 2020.

Tabla 28. Evolución del número de hipermercados y de supermercados y autoservicios, 2000-2020.

Tabla 29. Evolución de la facturación total de los establecimientos de la distribución alimentaria por tipo de establecimiento, 2017-2020.

Tabla 30. Número de establecimientos de las principales empresas de la distribución alimentaria por tipo de establecimiento, 2020.

Tabla 31. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución alimentaria, 2019-2020.

Tablas 32-34. Evolución del número de empresas mayoristas (2002-2020), su distribución geográfica y por número de asalariados (2020).

Tablas 35-36. Evolución del número de establecimientos de hostelería por tipo de establecimiento (2018-2020) y su distribución geográfica (2020).

Tabla 37. Distribución del mercado en el sector de restaurantes por segmentos de actividad, 2020.

Tabla 38. Cuotas de mercado de las principales empresas en el sector de restaurantes, 2020.

Tablas 39-40. Evolución del número de establecimientos hoteleros (2005-2020) y su distribución geográfica (2020).

Tabla 41. Evolución de la facturación de los establecimientos hoteleros por segmentos de actividad, 2014-2020.

Tabla 42. Cuotas de capacidad hotelera total de las principales cadenas en España, 2020.

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

Tabla 43. Estructura media de costes y del balance, 2020. Tendencia 2021.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 44. Composición de los grupos analizados, 2020.

Tabla 45. Titularidad del capital de las principales empresas, 2020.

Tabla 46. Principales operaciones corporativas y de inversión realizadas por algunas de las principales empresas, 2018-noviembre 2021.

Tabla 47. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 48. Plantas productivas en España de las principales empresas, 2020.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 49. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 50. Facturación y actividad fuera del sector en España de las principales empresas, 2020.

Tabla 51. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2020.

Tabla 52. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de producto, 2020.

##### 2.3. Internacionalización

Tabla 53. Exportaciones de las principales empresas, 2020.

Tabla 54. Tasa de exportación de las principales empresas, 2020.

Tabla 55. Delegaciones en el extranjero de algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

##### 2.4. Marketing mix

Tabla 56. Principales marcas comercializadas por las principales empresas por tipo de producto, noviembre 2021.

Tabla 57. Lanzamiento de nuevos productos/marcas realizado por algunas de las principales empresas, 2020-noviembre 2021.

Tabla 58. Volumen de ventas en España de algunas de las principales empresas, 2020.

Tabla 59. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas en el segmento de alimentación por canales, 2020.

Tabla 60. Inversión publicitaria en bebidas alcohólicas de algunas de las principales empresas, 2020.

Tablas 61-62. Medios publicitarios empleados (2020) y otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales empresas (2020-2021).

Tabla 63. Certificados de sistemas de calidad, gestión medioambiental y otros certificados obtenidos por algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

##### 2.5. Clientes

Tablas 64-65. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de demanda y zonas geográficas, 2020.

Tabla 66. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, noviembre 2021.

##### 2.6. Cuotas y resultados

Tabla 67. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 68. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2018-2020.

Tablas 69-72. Cuotas de producción, exportación, importación y mercado de las principales empresas, 2020.

Tabla 73. Indicadores de rentabilidad de las principales empresas, 2018-2020.

#### 3. Perspectivas

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

Tabla 74. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 75. Previsión de evolución del mercado por segmentos, 2021-2022.

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

Tabla 76. Proyectos de algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

Tabla 77. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

#### 4. Perfiles de los principales competidores