

## 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 las **32 principales empresas** que operan en el sector.

## Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ Evolución del **mercado** y del **comercio exterior** en valor
- ⇒ Evolución del **mercado** en valor por **segmentos de producto**: chocolates, cacao soluble, otros
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes
- ⇒ **Factores clave** de éxito
- ⇒ **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 de producto**
- ⇒ **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

## Principales magnitudes del sector

### Datos de síntesis, 2016

➤ Número de empresas	125
➤ Número de empleados	3.800
➤ Empleados/empresa	30,4
➤ Mercado (mill. euros)	1.335
– Chocolates	805
– Cacao soluble	350
– Otros	180
➤ Exportación (mill. euros)	374
➤ Importación (mill. euros)	529
➤ Crecimiento del mercado (% var. 2016/2015)	+5,1
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	60,5

### Tendencia al alza de la demanda

En el bienio **2015-2016** la demanda interior de derivados del cacao registró una **evolución positiva**, con crecimientos en valor del 2% en 2015 y del **5,1% en 2016**, alcanzando una cifra de ventas de **1.335 millones de euros** al cierre de este último año. En **2017** el mercado ha mantenido la tendencia de crecimiento, estimándose un aumento de alrededor del **5%** para el cierre del ejercicio.

El **segmento de chocolates** registra el comportamiento más dinámico, con un aumento del **7,3% en 2016**, hasta situarse en **805 millones de euros**. Esta cifra supuso el 60% del valor total de las ventas en el mercado interior. A continuación se situó el **cacao soluble**, con una cifra de **350 millones de euros** y un crecimiento del 3%, mientras que el grupo de **otros derivados del cacao** se mantuvo estancado en **180 millones de euros**.

Respecto al **comercio exterior**, las **ventas en el exterior** experimentaron en 2016 un retroceso del 2,6%, con una cifra de **374 millones de euros**, mientras que el valor de las **importaciones** se cifró en **529 millones de euros**, contabilizando un incremento del **9,5%**.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimotercera edición del estudio Sectores de DBK “Derivados del Cacao” cuenta con una extensión de 135 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2016.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución de la producción en la Unión Europea, 2010-2015.

Tabla 3. Evolución consumo en la Unión Europea, 2012-2015.

Tabla 4. Evolución del comercio exterior en la Unión Europea, 2010-2015.

Tablas 5-7. Evolución de la facturación total de algunos de los principales grupos internacionales de derivados del cacao (2014-2016) y su distribución por segmentos (Nestlé y Mondelez Internacional) y por zonas geográficas (Ferrero y Lindt), 2016.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 8. Distribución geográfica de las empresas, 2016.

Tabla 9. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2016.

Tabla 10. Grado de concentración de la oferta, 2016.

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

Tabla 11. Fuerzas competitivas relevantes, 2017.

Tabla 12. Evolución del mercado de algunos productos sustitutivos: frutos secos y snacks, patatas fritas y helados (2012-2015), y de pastelería y bollería, galletas y golosinas, 2013-2016.

Tabla 13. Factores clave de éxito, 2017.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 14. Evolución del mercado, 2008-2016.

Tabla 15. Evolución del mercado por segmentos de producto, 2014-2016.

Tabla 16. Evolución del comercio exterior, 2008-2016.

Tablas 17-18. Distribución de las exportaciones por país de destino y de las importaciones por país de origen, 2015-2016.

Tabla 19. Balanza comercial por países, 2016.

##### 1.5. La demanda

Tabla 20. Evolución del consumo final de los hogares, 2003-2016. Previsión 2017-2019.

Tablas 21-22. Evolución de la población por grupos de edad (2011-2016). Población por grupos de edad y comunidades autónomas (2016).

Tabla 23. Distribución del consumo de derivados del cacao en hogares por tipo de producto, 2013 y 2016.

Tablas 24-26. Consumo per cápita de derivados del cacao en hogares por tipo de producto, comunidades autónomas y meses, 2016.

##### 1.6. La distribución

Tabla 27. Distribución del consumo de derivados del cacao en hogares por tipo de establecimiento, 2013 y 2016.

Tabla 28. Evolución del número de hipermercados y supermercados, 2000-2016.

Tabla 29. Número de establecimientos de las principales empresas de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, sep. 2017.

Tabla 30. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución alimentaria, 2015-2016.

Tabla 31. Evolución del número de tiendas de conveniencia por tipo de tienda, 2013-2015.

Tabla 32. Evolución del número de cines, 2000-2016.

Tabla 33. Evolución del parque de máquinas expendedoras de alimentos sólidos, 2013-2016.

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

Tabla 34. Estructura media de costes y del balance, 2016. Tendencia 2017.

Tabla 35. Evolución de la producción (2014-2016) y del precio medio internacional del cacao en grano (2004-2016).

Tabla 36. Evolución del precio medio internacional del cacao en grano, enero 2016-noviembre 2017.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 37. Composición de los grupos analizados, 2016.

Tabla 38. Titularidad del capital de las principales empresas, diciembre 2016.

Tabla 39. Principales operaciones corporativas y hechos relevantes de algunas de las principales empresas, 2014-diciembre 2017.

Tabla 40. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2014-2016.

Tabla 41. Plantas productivas de las principales empresas, noviembre 2017.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 42. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2015-2016.

Tabla 43. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2016.

Tabla 44. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2016.

Tabla 45. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de producto, 2016.

Tabla 46. Facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de actividad, 2016.

##### 2.3. Internacionalización

Tabla 47. Exportaciones de las principales empresas, 2016.

Tabla 48. Tasa de exportación de las principales empresas, 2016.

Tabla 49. Principales zonas de destino de las exportaciones de algunas de las principales empresas, 2016.

Tabla 50. Sociedades participadas en el extranjero por los grupos analizados, 2016.

Tabla 51. Delegaciones en el extranjero de algunas de las principales empresas, noviembre 2017.

##### 2.4. Marketing mix

Tabla 52. Principales productos y marcas de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 53. Principales lanzamientos llevados a cabo por algunas de las principales empresas, 2016-2017.

Tabla 54. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de marca (propia, del distribuidor), 2016.

Tabla 55. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de cliente, 2016.

Tabla 56. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2016.

Tabla 57. Otras acciones de marketing llevadas a cabo por algunas de las principales empresas, 2016-noviembre 2017.

Tabla 58. Certificados de sistemas de gestión de calidad, de gestión medioambiental y otros certificados obtenidos por algunas de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 59. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, noviembre 2017.

##### 2.5. Cuotas y resultados

Tabla 60. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2014-2016.

Tabla 61. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2014-2016.

Tabla 62. Cuotas de producción relativas de las principales empresas, 2016.

Tablas 63-64. Cuotas de exportación y de importación relativas de las principales empresas, 2016.

Tabla 65. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2016.

Tabla 66. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2014-2016.

#### 3. Perspectivas

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

Tabla 67. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2017.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 68. Previsión de evolución del mercado por segmentos, 2017-2019.

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

Tabla 69. Proyectos de algunas de las principales empresas, noviembre 2017.

Tabla 70. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2017-2018.

#### 4. Perfiles de los principales competidores