

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 **45 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, 2017		Destacado crecimiento del segmento de frutos secos
➤ Mercado (mill. euros)	2.300	El consumo de frutos secos y snacks se vio favorecido en 2017 por el crecimiento del gasto de las familias, el lanzamiento de nuevas variedades y las nuevas tendencias en los hábitos de la población. Así, el mercado experimentó un crecimiento del 5,3% , hasta los 2.300 millones de euros . Por su parte, las previsiones para el cierre de 2018 apuntan a un aumento de alrededor del 4,5% , pudiendo alcanzar los 2.400 millones de euros.
– Frutos secos	905	
– Snacks	760	
– Patatas fritas	635	El segmento de frutos secos se cifró en 905 millones de euros , tras aumentar un 7,1% respecto a 2016. Este notable crecimiento le permitió consolidarse como el de mayor peso en el mercado total, pasando a representar el 39% del total . Los mercados de snacks y patatas fritas registraron tasas de variación en valor del 4,8% y 3,3% , respectivamente.
➤ Crecimiento del mercado en valor (%)	+5,3	
– Frutos secos	+7,1	
– Snacks	+4,8	Los intercambios comerciales de frutos secos con el exterior experimentaron una nueva contracción en 2017 , cifrada en el 8% en el caso de las exportaciones, hasta los 741 millones de euros. Las importaciones , por su parte, se situaron en 1.267 millones de euros, un 7,5% menos. Estados Unidos se mantuvo como el principal origen de los frutos secos importados, aportando la mitad del valor total .
– Patatas fritas	+3,3	
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	47,8	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimoséptima edición del estudio **Sectores** de DBK “Frutos Secos y Snacks” cuenta con una extensión de 158 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2017.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tablas 2-3. Evolución del mercado mundial de frutos secos en valor, total (2006-2017) y por segmentos (2011-2017).

Tablas 4-5. Evolución de la producción mundial de frutos secos en volumen, total (2007-2017) y por segmentos (2012-2017).

Tabla 6. Distribución de la producción mundial de los principales frutos secos por países, 2017.

Tabla 7. Distribución de las exportaciones mundiales de los principales frutos secos por países, 2016.

Tabla 8. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por divisiones, 2016-2017.

Tabla 9. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por países, 2016-2017.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 10. Distribución geográfica de las empresas, 2017.

Tabla 11. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2017.

Tabla 12. Grado de concentración de la oferta, 2017.

Tabla 13. Grado de concentración de la oferta por segmentos de actividad, 2017.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 14. Fuerzas competitivas relevantes, 2018.

Tabla 15. Factores clave de éxito, 2018.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 16. Evolución del mercado total, 2000-2017.

Tabla 17. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2014-2017.

Tabla 18. Evolución del comercio exterior de los principales frutos secos, 2000-2017.

Tablas 19-20. Evolución de las exportaciones y de las importaciones de los principales frutos secos, 2013-2017.

Tabla 21. Distribución de las exportaciones de los principales frutos secos por país de destino, 2016-2017.

Tabla 22. Distribución de las importaciones de los principales frutos secos por país de origen, 2016-2017.

Tabla 23. Balanza comercial de los principales frutos secos por países, 2017.

1.5. La demanda

Tabla 24. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2003-2017. Previsión 2018-2020.

Tabla 25. Distribución del consumo de frutos secos en hogares por tipo de producto, 2015 y 2017.

Tabla 26. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por comunidades autónomas, 2017.

Tabla 27. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por meses, 2017.

Tabla 28. Evolución del número de negocios de restauración, 2008-2018.

Tabla 29. Distribución geográfica de los negocios de restauración, 2018.

1.6. La distribución

Tabla 30. Distribución del consumo por canal de distribución, 2017.

Tabla 31. Distribución de las compras de frutos secos de los hogares por tipo de establecimiento, 2016-2017.

Tabla 32. Distribución geográfica de las empresas mayoristas de hostelería, 2018.

Tabla 33. Evolución del número de hipermercados y supermercados, 1996-2017.

Tabla 34. Número de establecimientos de las principales empresas de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, 2017.

Tabla 35. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución alimentaria, 2016-2017.

Tabla 36. Evolución del número total de tiendas de conveniencia vinculadas a estaciones de servicio, 2009-2017.

Tabla 37. Evolución del parque de máquinas expendedoras de alimentos sólidos, 2012-2017.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 38. Estructura media de costes y del balance, 2017. Tendencia 2018.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 39. Composición de los grupos analizados, 2017.

Tabla 40. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2017-2018.

Tabla 41. Titularidad del capital de las principales empresas, 2017.

Tabla 42. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2015-2017.

Tabla 43. Plantas productivas de las principales empresas, 2017.

2.2. Diversificación

Tabla 44. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2016-2017.

Tabla 45. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2017.

Tabla 46. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2017.

Tabla 47. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2017.

2.3. Internacionalización

Tabla 48. Facturación por venta de frutos secos y snacks en mercados exteriores de las principales empresas, 2017.

Tabla 49. Participación de la facturación en mercados exteriores sobre la facturación en el sector de frutos secos y snacks de las principales empresas, 2017.

Tabla 50. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por mercados de destino, 2017.

2.4. Marketing mix

Tabla 51. Principales marcas comercializadas por las principales empresas por tipo de producto, diciembre 2018.

Tabla 52. Principales frutos secos comercializados por algunas de las principales empresas, diciembre 2018.

Tabla 53. Principales lanzamientos efectuados por algunas de las principales empresas, 2017-2018.

Tabla 54. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2017.

Tabla 55. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2017.

Tabla 56. Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2017-2018.

Tabla 57. Certificados de sistemas de gestión de calidad, gestión medioambiental y gestión de seguridad e higiene en el trabajo obtenidos por algunas de las principales empresas, diciembre 2018.

2.5. Clientes

Tabla 58. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de cliente, 2017.

Tabla 59. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de marca (marca propia, marca de distribuidor), 2017.

Tabla 60. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2017.

Tabla 61. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, diciembre 2018.

2.6. Cuotas y resultados

Tabla 62. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2015-2017.

Tabla 63. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2015-2017.

Tabla 64. Cuotas relativas de producción de las principales empresas, 2016-2017.

Tabla 65. Cuotas de exportación de las principales empresas, 2017.

Tabla 66. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2016-2017.

Tabla 67. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de frutos secos, 2017.

Tabla 68. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de snacks, 2017.

Tabla 69. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de patatas fritas, 2017.

Tabla 70. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2015-2017.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 71. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2018.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 72. Previsión de variación del mercado por segmentos, 2018-2020.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 73. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas, diciembre 2018.

Tabla 74. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2018-2020.

4. Perfiles de los principales competidores