

Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)

(Octubre 2018 - 10ª 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 **54 principales empresas** que operan en el sector (**41 empresas españolas y 13 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, 2017

➤ Número de establecimientos	36.694
– España	31.295
– Portugal	5.399
➤ Facturación (mill. euros)	105.615
– España	89.730
– Portugal	15.885
➤ Crecimiento de la facturación (%)	+3,2
– España	+3,0
– Portugal	+4,5
➤ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas (%)	41,8
– España	46,4
– Portugal	78,5

Desaceleración del crecimiento y mayor presión sobre los precios

Las ventas agregadas de hipermercados, supermercados y establecimientos *cash & carry* en el mercado ibérico mantuvieron su crecimiento en 2017, alcanzando la cifra de **105.615 millones de euros**, un **3,2% más que en el año anterior**. La facturación en **España** se situó en **89.730 millones** de euros, lo que supuso un incremento del 3%, mientras que en **el mercado portugués** se contabilizó un ascenso del 4,5%, hasta los **15.885 millones** de euros.

Los **supermercados y autoservicios** crecieron por encima del conjunto del sector, experimentando un **ascenso de ventas del 3,8%**, hasta los **82.715 millones** de euros en el global del mercado ibérico.

La actividad estará marcada a corto plazo por la **ralentización del crecimiento** de las economías española y portuguesa, y en particular del consumo de los hogares. En este contexto, las empresas se enfrentan a un marco de **creciente competencia**, lo que anticipa una **mayor presión** sobre los **precios** y los **márgenes** comerciales.

La **cuota de mercado conjunta de los cinco primeros operadores del mercado portugués** se situó en 2017 cerca del **80%**, mientras que las cinco mayores empresas en **España** concentraron una **participación del 46%**.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La décima edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 204 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

Tabla 2. Evolución del consumo final de los hogares en los países de la Unión Europea, 2015-2017. Previsión 2018-2019.

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, 2016.

Tabla 5. Evolución de la cuota de mercado de las marcas de la distribución en algunos países europeos, 2016-2017.

Tabla 6. Facturación de los 20 principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2016.

Tabla 7. Facturación de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo por zonas geográficas, 2016.

Tabla 8. Distribución de los 250 principales grupos de distribución en el mundo y de su facturación agregada por países de origen, 2016.

Tabla 9. Evolución del número de establecimientos de seis de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2014-2018.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 10. Evolución del número de hipermercados, 2004-2017.

Tabla 11. Evolución de la superficie total de venta en hipermercados, 2004-2017.

Tabla 12. Evolución de la superficie media de venta por hipermercado, 2004-2017.

Tabla 13. Distribución geográfica de los hipermercados en el mercado ibérico, 2017.

Tabla 14. Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2004-2017.

Tabla 15. Distribución geográfica de los establecimientos cash & carry en el mercado ibérico, 2017.

Tabla 16. Evolución del número de trabajadores afiliados al sistema de la Seguridad Social en el sector del comercio al por menor en España, 2009-2018.

Tabla 17. Evolución del número de establecimientos franquiciados en España en el sector de alimentación, 2012-2017.

Tabla 18. Grado de concentración de la oferta, 2017.

Tabla 19. Grado de concentración de la oferta por tipo de establecimiento en el conjunto del mercado ibérico, 2017.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 20-21. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2018.

Tabla 22. Principales factores que influyen en la elección de un lugar de compra de productos de alimentación en España, 2014-2017.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 23. Evolución de la facturación total, 2006-2017.

Tabla 24. Distribución de la facturación total por países, 2014 y 2017.

Tabla 25. Evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2014-2017.

Tabla 26. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento, 2017.

Tabla 27. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento en el mercado ibérico, 2012-2017.

Tabla 28. Evolución de la facturación media por hipermercado en el mercado ibérico, 2014-2017.

Tabla 29. Evolución del volumen de negocio del comercio electrónico en hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación en España, 2014-2017.

1.5. La demanda

Tabla 30. Evolución del consumo final de los hogares, 2003-2017. Previsión 2018-2020.

Tabla 31. Distribución de las compras de productos de alimentación de los hogares por tipo de establecimiento en España, 2016-2017.

Tablas 32-33. Evolución de la población total y extranjera en España y en Portugal, 2004-2018.

Tablas 34-35. Evolución del número de hogares en España y Portugal, 2004-2017. Distribución por tamaños, 2017.

Tabla 36. Evolución de la cuota de mercado en valor de las marcas de la distribución en España, 2009-2017.

Tabla 37. Evolución de la cuota de mercado en volumen de las marcas de la distribución en España y Portugal, 2006-2017.

Tablas 38-39. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable en España y Portugal, 2017.

Tabla 40. Evolución del número de centros comerciales por tipo de centro en España y Portugal, 2015-2017.

Tabla 41. Evolución del mercado en el sector de restaurantes en España, 2002-2017.

Tabla 42. Evolución del mercado total en el sector de restaurantes en Portugal, 2002-2017.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tablas 43-44. Estructura media de costes y del balance en los mercados español y portugués, 2017. Tendencia 2018.

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 2018.

Tablas 46-47. Facturación (2015-2017) y ámbito geográfico de actuación (octubre 2018) de los asociados del grupo SPAR en España.

Tabla 48. Titularidad del capital de las principales empresas, 2017.

Tabla 49. Central de compras a la que están asociadas las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 50. Evolución de la plantilla de las principales empresas, 2014-2017.

Tabla 51. Plataformas logísticas de algunas de las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 52. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2017.

Tabla 53. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, septiembre 2018.

Tabla 54. Número de establecimientos propios y franquiciados de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2017.

Tablas 55-58. Enseñas, número de establecimientos y superficie de venta de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2017.

Tablas 59-62. Evolución del número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2015-septiembre 2018.

Tablas 63-67. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento y zonas geográficas, 2017.

Tabla 68. Compras y ventas de establecimientos y otras operaciones relevantes realizadas por algunas de las principales empresas en el período 2017-septiembre 2018.

2.2. Diversificación

Tabla 69. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2016-2017.

Tabla 70. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2017.

Tabla 71. Distribución de la facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2017.

Tabla 72. Facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2017.

Tabla 73. Número y localización de las estaciones de servicio de algunas de las principales empresas, julio 2018.

2.3. Marketing mix

Tablas 74-76. Inversión publicitaria (2017), medios publicitarios empleados (2017) y otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas (2017-octubre 2018).

Tabla 77. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas entre marcas propias y marcas de fabricantes, 2017.

Tabla 78. Marcas propias de algunas de las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 79. Establecimientos de proximidad de algunas de las principales empresas, octubre 2018.

2.4. Cuotas y resultados

Tablas 80-81. Evolución de la facturación total y en el sector de las principales empresas, 2015-2017.

Tablas 82-84. Cuotas de mercado de las principales empresas: España, Portugal y total mercado ibérico, 2016-2017.

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, 2016-2017.

Tabla 97. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2015-2017.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 98. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2018.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 99. Previsión de evolución de la facturación total, 2018-2020.

Tabla 100. Previsión de evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2018-2020.

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 2018.

Tabla 102. Otros proyectos de algunas de las principales empresas, octubre 2018.

4. Perfiles de los principales competidores