

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 **28 principales empresas** que operan en el sector.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ Evolución del **número de tiendas**
- ⇒ **Evolución del mercado**
- ⇒ Distribución del mercado por **categorías de producto**
- ⇒ **Fuerzas competitivas** y **factores clave** de éxito
- ⇒ Número de **tiendas** de las **principales empresas**, total, por tipo de tienda y por **régimen de gestión** (propia, ajena)
- ⇒ **Evolución de la facturación** en el sector de las principales empresas
- ⇒ **Distribución** de la facturación de las principales empresas por **tipo de tienda** y por **régimen de gestión**
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de número de tiendas** de las principales empresas
- ⇒ **Resultado antes de impuestos** y su participación sobre los ingresos de algunas 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, 2017

➤ Número de tiendas	
– 2016	7.720
– 2017	7.700
➤ Mercado (mill. euros)	
– 2016	1.105
– 2017	1.145
➤ Crecimiento del mercado	
– % var. 2016/2015	+4,2
– % var. 2017/2016	+3,6
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	78,6

Moderado incremento del negocio en los últimos años

En un contexto marcado por el **crecimiento del tráfico** en las autopistas españolas y el **aumento del gasto** de las familias en bienes de consumo, el **negocio** generado por las **tiendas de conveniencia** ha experimentado en los últimos años una tendencia de **moderado crecimiento**.

Así, la **facturación** obtenida por este tipo de establecimientos, considerando únicamente los vinculados a estaciones de servicio, experimentó incrementos del 4,2% en 2016 y **3,6% en 2017**, hasta situarse en el último año en **1.145 millones de euros**.

Se considera **poco significativo el negocio** generado por las **tiendas no vinculadas** a gasolineras, fuertemente **penalizado por el auge** en los núcleos urbanos de **otros formatos comerciales** de horario ampliado.

Es previsible que el **valor del mercado** finalice **2018** con un **aumento** de en torno al **2%**, por debajo del contabilizado en el año anterior.

Se estima que en **2017** operaban en España alrededor de **7.700 tiendas de conveniencia** vinculadas a gasolineras, cifra que en los últimos años no ha registrado variaciones significativas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimotercera edición del estudio Sectores de DBK "Tiendas de Conveniencia" cuenta con una extensión de 116 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 gasto en consumo final de los hogares en los países de la UE, 2014-2017. Previsión 2018-2019.

Tabla 3. Evolución del número de estaciones de servicio y porcentaje de estaciones de servicio en autoservicio en algunos países europeos, 2012-2016.

Tabla 4. Densidad de estaciones de servicio en algunos países europeos, 2015.

Tabla 5. Evolución del consumo de productos petrolíferos en Europa por tipo de producto, 2012-2017.

Tabla 6. Evolución del consumo de gasolina en Europa por países, 2012-2016.

Tabla 7. Evolución del consumo de gasóleo en Europa por países, 2012-2016.

Tabla 8. Evolución del número de tiendas de conveniencia de Grupo Casino y 7Eleven en el mundo por países, 2015-2017.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 9. Evolución del número de tiendas de conveniencia, 2009-2017.

Tabla 10. Evolución del número total de estaciones de servicio, 2000-2017.

Tabla 11. Evolución del número de estaciones de servicio por cada millón de turistas, 2000-2017.

Tabla 12. Distribución geográfica de las estaciones de servicio, 2017.

Tabla 13. Distribución del número de estaciones de servicio por tipos, 2017.

Tabla 14. Grado de concentración de la oferta, 2017.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 15. Fuerzas competitivas relevantes, 2018.

Tabla 16. Factores clave de éxito, 2018.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 17. Evolución del mercado, 2009-2017.

Tabla 18. Evolución de la facturación media por tienda, 2009-2017.

Tabla 19. Distribución del mercado por categorías de producto, 2017.

1.5. La demanda

Tabla 20. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2003-2017. Previsión 2018-2020.

Tabla 21. Evolución anual del consumo de los hogares en alimentos, bebidas y tabaco, 2007-2017.

Tabla 22. Evolución de la participación del gasto en alimentos, bebidas y tabaco sobre el gasto total de los hogares, 2007-2017.

Tabla 23. Distribución de las compras de alimentación de los hogares por tipo de establecimiento, 2016-2017.

Tabla 24. Distribución de las compras de alimentación fuera del hogar por tipo de establecimiento, 2016-2017.

Tabla 25. Principales factores que influyen en la elección de un lugar de compra de productos de alimentación, 2015-2017.

Tabla 26. Evolución de las ventas de carburantes en estaciones de servicio en volumen por tipos, 2014-2017.

Tabla 27. Evolución de la intensidad media diaria de tráfico en autopistas, autovías, túneles y carreteras concesionadas, 1994-2017.

Tabla 28. Evolución del tráfico en las principales autopistas de peaje en España por tramos, 2014-2017.

Tabla 29. Evolución del tráfico total de viajeros por carretera en autobús, 2005-2017.

Tabla 30. Evolución del volumen de carga transportada por carretera por tipo de servicio y ámbito geográfico, 2014-2017.

Tabla 31. Evolución del precio medio anual con impuestos de la gasolina y el gasóleo para automoción, 2003-2018.

Tabla 32. Evolución de la red de carreteras por comunidades autónomas y dependencia, 2007 y 2016.

Tabla 33. Longitud de la red de carreteras por tipo de vía y comunidades autónomas en España, 2016.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 34. Titularidad del capital de las principales empresas no vinculadas a compañías petroleras, 2017.

Tabla 35. Características de la estructura de gestión de las principales empresas, septiembre 2018.

Tabla 36. Evolución del número de estaciones de servicio de las principales empresas con redes de estaciones de servicio, diciembre 2015-julio 2018.

Tabla 37. Evolución del número de tiendas de conveniencia de las principales empresas, diciembre 2016-septiembre 2018.

Tabla 38. Número de tiendas de conveniencia vinculadas y no vinculadas a estaciones de servicio de las principales empresas, septiembre 2018.

Tabla 39. Variación del número de tiendas de conveniencia de algunas de las principales empresas, septiembre 2018/diciembre 2016.

Tabla 40. Participación del número de tiendas de conveniencia sobre el número total de estaciones de servicio de las principales empresas con redes de estaciones de servicio, diciembre 2017.

Tabla 41. Número de tiendas de conveniencia de las principales empresas por tipo de gestión, septiembre 2018.

Tabla 42. Localización de las tiendas de las principales empresas, septiembre 2018.

2.2. Diversificación

Tabla 43. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas no vinculadas a compañías petroleras, 2016-2017.

Tabla 44. Distribución de la facturación de las principales empresas por tipo de tienda, 2017.

Tabla 45. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de producto y zonas geográficas, 2017.

2.3. Marketing mix

Tabla 46. Enseñas de las tiendas de conveniencia de las principales empresas, septiembre 2018.

Tabla 47. Principales centrales de compra y proveedores de algunas de las principales empresas, sep. 2018.

Tabla 48. Tarjetas de pago y tarjetas de fidelidad de las principales empresas, septiembre 2018.

Tabla 49. Medios publicitarios empleados y otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales empresas, 2017.

2.4. Cuotas

Tabla 50. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2016-2017.

Tabla 51. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2016-2017.

Tabla 52. Cuotas de número de tiendas de conveniencia de las principales empresas, diciembre 2017.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 53. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2018.

Tabla 54. Nuevas vías de gran capacidad en ejecución, septiembre 2018.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 55. Previsión de evolución del mercado, 2018-2020.

Tabla 56. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2018-2019.

4. Perfiles de los principales competidores