

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 **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**
- ⇒ Distribución del valor del **mercado** por **segmentos de producto**: chicles, caramelos, gominolas y otras golosinas
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores** clave de éxito
- ⇒ **Plantilla, plantas productivas y titularidad del capital** de las **principales empresas**
- ⇒ **Cartera de productos** de las principales empresas. Lanzamientos recientes
- ⇒ **Facturación total y en el sector** 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

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2020

➤ Número de empresas	60
➤ Producción (mill. euros)	872
➤ Exportación (mill. euros)	476
➤ Importación (mill. euros)	79
➤ Mercado (mill. euros)	475
➤ Crecimiento de la producción en valor (%)	-14,4
➤ Crecimiento del mercado en valor (%)	-21,5
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	44,8
➤ Cuota de mercado de las diez primeras empresas (%)	63,6

Lento crecimiento del mercado en el bienio 2021-2022

Las **ventas** del sector de **golosinas** en el **mercado interior** se situaron en **475 millones** de euros en **2020**, lo que supuso una **caída del 21,5%** respecto a 2019, en un contexto marcado por el **descenso del consumo privado** y la **caída de las ventas en el canal impulso**, derivados del impacto de la COVID-19.

El segmento de **chicles** contabilizó el comportamiento más negativo, con un **retroceso en valor superior al 35%**, hasta cifrarse en **85 millones** de euros, es decir, el 18% del mercado total. Por su parte, las **gominolas y otras golosinas** representaron el **52% del total**, con una cifra de **245 millones** de euros, cerca de un **20% menos** que en 2019. La categoría de **caramelos** experimentó una **caída de alrededor del 12%**, con una cifra de mercado de **145 millones** de euros y una participación del 30%.

Las **previsiones a corto y medio plazo** apuntan a una **lenta recuperación** de las ventas en el **mercado nacional**, en un escenario marcado por **la incertidumbre** sobre la evolución de la crisis sanitaria ante la aparición de nuevas variantes de coronavirus y por el **alto grado de madurez** alcanzado por el sector. Cabe destacar la **reactivación de las ventas al exterior**, que tras caer un 7% en 2020 se espera un crecimiento de alrededor del 15% en el cierre de 2021.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimotercera edición del estudio **Sectores** de DBK "Golosinas" cuenta con una extensión de 152 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. Participación de la población que consume golosinas y chocolate en los principales países consumidores, 2020.

Tabla 3. Evolución de la facturación del grupo Perfetti Van Melle, 2003-2019.

Tabla 4. Distribución de la facturación del grupo Perfetti Van Melle por tipo de producto y zonas geográficas, 2019.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 5. Distribución geográfica de las empresas, 2020.

Tabla 6. Evolución del número de empleados, 2016-2020.

Tabla 7. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 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 mercado de frutos secos y snacks, 2000-2019.

Tabla 11. Factores clave de éxito, 2021.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 12. Evolución de la producción y el mercado, 2001-2020.

Tabla 13. Evolución del comercio exterior, 2001-2020.

Tabla 14. Evolución de la producción en volumen, 2015-2020.

Tabla 15. Evolución de la actividad, 2017-2020.

Tabla 16. Evolución del mercado por segmentos, 2019-2020.

Tablas 17. Evolución del comercio exterior por segmentos, 2015-2020.

Tablas 18-19. Distribución de las exportaciones por país de destino y de las importaciones por país de origen, 2019-2020.

Tablas 20-21. Balanza comercial por países y por segmentos, 2020.

1.5. La demanda

Tabla 22. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2020. Previsión 2021-2023.

Tabla 23. Evolución de la población infantil y de su participación sobre el total, 2006-2021.

1.6. La distribución

Tabla 24. Participación del canal de impulso en el mercado, 2020.

Tabla 25. Evolución del número de hipermercados y de supermercados y autoservicios, 2000-2020.

Tabla 26. Número de establecimientos de las principales empresas de la distribución alimentaria por tipo de establecimiento, 2020.

Tabla 27. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución alimentaria, 2019-2020.

Tabla 28. Número de puntos de venta de algunas de las principales cadenas de tiendas de golosinas y frutos secos, noviembre 2021.

Tabla 29. Evolución del número de tiendas en estaciones de servicio, 2009-octubre 2020.

Tabla 30. Evolución del número de cines, 2000-2020.

Tabla 31. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2002-2020.

Tabla 32. Evolución del parque de máquinas expendedoras de alimentos sólidos, 2013-2020.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 33. Estructura media de costes y del balance, 2020. Tendencia 2021.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 34. Titularidad del capital de las principales empresas, 2020.

Tabla 35. Composición de los grupos analizados, 2020.

Tabla 36. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2018-noviembre 2021.

Tabla 37. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 38. Plantas productivas de las principales empresas en España, noviembre 2021.

2.2. Diversificación

Tabla 39. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 40. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2020.

Tabla 41. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2020.

Tabla 42. Segmentos de producto en los que están presentes las principales empresas, noviembre 2021.

Tabla 43. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de producto, 2020.

2.3. Internacionalización

Tabla 44. Exportaciones de las principales empresas, 2020.

Tabla 45. Tasa de exportación de las principales empresas, 2020.

Tabla 46. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por zonas de destino, 2020.

Tabla 47. Delegaciones en el extranjero de algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

2.4. Marketing mix

Tabla 48. Principales marcas comercializadas por las principales empresas, noviembre 2021.

Tabla 49. Principales lanzamientos efectuados por algunas de las principales empresas en el período 2020-noviembre 2021.

Tablas 50-51. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de demanda y por tipo de cliente, 2020.

Tabla 52. Principales marcas de la distribución suministradas por algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

Tabla 53. Principales acciones de marketing llevadas a cabo por algunas de las principales empresas, 2020-noviembre 2021.

Tabla 54. Certificados de sistemas de gestión de calidad y otros certificados obtenidos por algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

Tabla 55. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, noviembre 2021.

2.5. Cuotas y resultados

Tabla 56. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 57. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 58. Cuotas de producción relativas de las principales empresas, 2020.

Tabla 59. Cuotas de exportación de las principales empresas, 2020.

Tabla 60. Cuotas de importación relativas de las principales empresas, 2020.

Tabla 61. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 62. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2018-2020.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 63. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 64. Previsión de evolución de la actividad, 2021-2023.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 65. Proyectos de algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

Tabla 66. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

4. Perfiles de los principales competidores