Estudio *Sectores* de DBK

Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)

(Octubre 2026 - 18ª edición)

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 el sector en los próximos años
- ⇨ Los resultados de las **principales empresas** que operan en el mismo

Principales contenidos

- ⇨ **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

Empresas analizadas

El estudio recoge el posicionamiento y resultados de las 54 principales empresas del sector (40 empresas españolas y 14 empresas portuguesas):

Empresas españolas: Ahorramás, Alcampo, Aldi, Alimerka, Alipensa, Bon Preu, CAG, Carrefour, Casa Ametller, Condis, Consum, Costco, Covalco, Covirán, Dia, Dinosol, E.Leclerc, Eco Mora, El Corte Inglés, El Jamón, Eroski, Family Cash, Froiz, Gadisa, Grupo MAS, Hiper Usera, HLR, Juan Fornés Fornés, Lidl, Luis Piña, Makro, Mercadona, Musgrave, Primaprix, Sorli, SPAR, Supermercados Lupa, Transgourmet, Unide, Uvesco

Empresas portuguesas: Aldi, Auchan, Covirán, E.Leclerc, El Corte Inglés, Froiz, Jerónimo Martins, Lidl, Makro, MC, Mercadona, Os Mosqueteiros, SPAR

Informa D&B – Lisboa
Largo Jean Monnet, nº1, 1º piso 1250-130 Lisboa
Tel.: 808 29 30 29 ***E-mail***: apoio@informadb.pt

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimoctava edición del estudio **Sectores** de DBK "Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)" cuenta con una extensión de 214 páginas y su estructura es la siguiente:

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2025.

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, 2023-2025. Previsión 2026-2027.
Tabla 3. Distribución del consumo final de los hogares en el conjunto de la UE por categorías de bienes y servicios, 2024.
Tabla 4. Distribución del consumo final de los hogares en los países de la UE por categorías de bienes y servicios, 2024.
Tabla 5. Cuota de mercado de las marcas de la distribución en algunos países europeos, 2025.
Tabla 6. Facturación de los 20 principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2023.
Tabla 7. Facturación de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo por zonas geográficas, 2023.
Tabla 8. Distribución de los 250 principales grupos de distribución en el mundo por tramos de facturación, 2023.
Tabla 9. Evolución del número de establecimientos de seis de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2022-2026.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 10. Evolución del número de hipermercados, 2014-2025.
Tabla 11. Evolución de la superficie total de venta en hipermercados, 2014-2025.
Tabla 12. Evolución de la superficie media de venta por hipermercado, 2014-2025.
Tabla 13. Distribución geográfica de los hipermercados en el mercado ibérico, 2025.
Tabla 14. Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2014-2025.
Tabla 15. Distribución geográfica de los establecimientos cash & carry en el mercado ibérico, 2025.
Tabla 16. Evolución del número de trabajadores afiliados al sistema de la S.S. en el sector del comercio al por menor en España, 2014-2026.
Tabla 17. Evolución del número de establecimientos franquiciados en España en el sector de alimentación, 2012-2025.
Tabla 18. Grado de concentración de la oferta, 2025.
Tabla 19. Grado de concentración de la oferta por tipo de establecimiento en el conjunto del mercado ibérico, 2025.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 20-21. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2026.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 22. Evolución de la facturación total, 2014-2025.
Tabla 23. Distribución de la facturación total por países, 2023 y 2025.
Tabla 24. Evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2022-2025.
Tabla 25. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento, 2025.
Tabla 26. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento en el mercado ibérico, 2013-2025.
Tabla 27. Evolución de la facturación media por hipermercado en el mercado ibérico, 2018-2025.
Tabla 28. Evolución del volumen de negocio del comercio elect. en hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación en España, 2014-2025.

1.5. La demanda

Tabla 29. Evolución del consumo final de los hogares, 2010-2025. Previsión 2026-2027.
Tabla 30. Distribución del consumo final de los hogares por categorías de bienes y servicios, 2025.
Tabla 31. Distribución de las compras de productos de alimentación de los hogares por tipo de establecimiento en España, 2023-2025.
Tablas 32-33. Evolución de las principales magnitudes del sector turístico en España (2023-2025) y Portugal (2024-2026)..
Tabla 34. Evolución de la penetración de la compra de productos de gran consumo por internet en España, 2020-2025.
Tabla 35. Penetración de la compra de productos de gran consumo por canales, enero 2026.
Tabla 36. Penetración de las compras online de productos de gran consumo por categorías en España, 2026.
Tablas 37-38. Evolución de la población total y extranjera en España y Portugal, 2010-2026.
Tabla 39. Evolución del número de hogares en España, 2011-2025. Distribución por tamaños, 2025.
Tabla 40. Evolución del número de hogares en Portugal, 2011-2025. Distribución por tipos, 2025.
Tabla 41. Evolución de la cuota de mercado en valor de las marcas de la distribución en España, 2015-2025.
Tablas 42-43. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable en España y Portugal, 2025.

Tabla 44. Evolución del número de centros comerciales por tipo de centro en España y Portugal, 2023 y 2025.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tablas 45-46. Estructura media de costes y del balance en el mercado español y en el mercado portugués, 2025. Tendencia 2026.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 47. Descripción de actividades y grupos en los que se encuentran integradas las principales empresas, octubre 2026.
Tabla 48. Facturación total de los asociados del grupo SPAR en España, 2023-2025.
Tabla 49. Ámbito geográfico de actuación de los asociados del Grupo SPAR en España, octubre 2026.
Tabla 50. Facturación total de los asociados del grupo E.Leclerc en Portugal, 2023-2025.
Tabla 51. Titularidad del capital de las principales empresas, 2025.
Tabla 52. Central de compras a la que están asociadas las principales empresas, octubre 2026.
Tabla 53. Evolución de la plantilla de las principales empresas, 2022-2025.
Tabla 54. Plataformas logísticas de algunas de las principales empresas, octubre 2026.
Tablas 55-56. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2025 y septiembre 2026.
Tabla 57. Número de establecimientos propios y franquiciados de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2025.
Tablas 58-61. Enseñas, número de establecimientos y superficie de venta de los hipermercados, supermercados y autoservicios convencionales, supermercados *discout* y *cash & carry* de las principales empresas, 2025.
Tabla 62. Evolución del número de hipermercados de las principales empresas, 2023-septiembre 2026.
Tabla 63. Evolución del número de supermercados y autoservicios convencionales de las principales empresas, 2023-septiembre 2026.
Tabla 64. Evolución del número de supermercados y autoservicios discount de las principales empresas, 2023-septiembre 2026.
Tabla 65. Evolución del número de cash & carry de las principales empresas, 2023-septiembre 2026.
Tabla 66. Número de hipermercados de las principales empresas por zonas geográficas, 2025.
Tabla 67. Número de supermercados y autoservicios convencionales de las principales empresas españolas por zonas geográficas, 2025.
Tabla 68. Número de supermercados y autoservicios de las principales empresas portuguesas por zonas geográficas, 2025.
Tabla 69. Número de establecimientos discount de las principales empresas españolas por comunidades autónomas, 2025.
Tabla 70. Número de establecimientos cash & carry de las principales empresas por zonas geográficas, 2025.
Tabla 71. Compras y ventas de establecimientos y otras operaciones relevantes realizadas por algunas de las principales empresas en el período 2025-septiembre 2026.

2.2. Diversificación

Tabla 72. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2024-2025.
Tabla 73. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2025.
Tabla 74. Distribución de la facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2025.
Tabla 75. Facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2025.
Tabla 76. Número y localización de las estaciones de servicio de algunas de las principales empresas, julio 2026.

2.3. Marketing mix

Tabla 77. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2025.
Tabla 78. Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2024-octubre 2026.
Tabla 79. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas entre marcas propias y marcas de fabricantes, 2025.
Tabla 80. Marcas propias de algunas de las principales empresas, octubre 2026.
Tabla 81. Establecimientos de proximidad de algunas de las principales empresas, octubre 2026.

2.4. Cuotas y resultados
Tablas 82-83. Evolución de la facturación total y en el sector de las principales empresas, 2023-2025.
Tablas 84-86. Cuotas de mercado de las principales empresas en el mercado ibérico, España y Portugal, 2024-2025.
Tablas 87-89. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de hipermercados en el mercado ibérico, en España y en Portugal 2024-2025.
Tablas 90-92. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de supermercados y autoservicios en el mercado ibérico, España y Portugal, 2024-2025.
Tablas 93-95. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de *discount* en el mercado ibérico, España y Portugal, 2024-2025.
Tablas 96-98. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de *cash & carry* en el mercado ibérico, España y Portugal, 2024-2025.
Tabla 99. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2023-2025.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias
Tabla 100. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2026.

3.2. Previsiones de crecimiento
Tablas 101-102. Previsión de evolución de la facturación total y por tipo de establecimiento, 2026-2027.

3.3. Proyectos de las empresas
Tablas 103-104. Acciones y proyectos en el ámbito de la transformación digital y otros proyectos de algunas de las principales empresas, oct. 2026.
Tabla 105. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2026-2028.

4. Perfiles de los principales competidores