

Frutos Secos y Snacks

(Septiembre 2022 – 19ª 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 en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **49 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

Empresas analizadas

Agroserc	El Elefante Rosa	Grupo Bimbo	Liven
Alimentos del Aljarafe	El Llano	Hermanos Pintor	Medina
Aperitivos Flaper	Emicela	Hnos. Hernández González	PepsiCo Foods
Aperitivos Snack	Europe Snacks	Importaco	Productos Manzanares
Apex	Facundo Blanco	Interbari	Quival
Barberá Snacks	Ferrer Segarra	Kellogg	Risi
Borges Branded Foods	Frit Ravich	La Baturrica	Rubio Snacks
Calconut	Fritoper	La Gaviota	Sanblas
Chost	Frumesa	La Iscariense	Snacks El Valle
Churruca	Frutos Secos de Navarra	La Madrileña	Sol de Alba
Damel Group	Frutos Secos Ibiza	La Santamaría	Torres
Ecolumber Food	Grefusa	Leng D' Or	Tostados de Calidad
			Tostados y Fritos

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2021		Las ventas en el mercado español crecieron un 4% en 2021
✓ Mercado (mill. euros)	2.695	Tras caer en 2020 ante el impacto de la pandemia de la COVID-19, la demanda de frutos secos y snacks mostró una tendencia positiva en 2021, gracias a la recuperación parcial de la actividad de la hostelería y el canal impulso , y al mantenimiento del tirón del consumo en el hogar . De esta forma, el valor del mercado se cifró en 2.695 millones de euros , un 4,3% más que la cifra alcanzada un año antes.
– Frutos secos	1.100	
– Snacks	890	
– Patatas fritas	705	
✓ Crecimiento del mercado en valor (%)	+4,3	La mayor parte de las ventas correspondieron al segmento de frutos secos , el cual supuso el 41% del mercado total , con 1.100 millones de euros (+4,3%) . Por su parte, el mercado de snacks creció un 5,3%, situándose en 890 millones de euros , mientras que el de patatas fritas aumentó un 3%, hasta superar los 700 millones de euros .
– Frutos secos	+4,3	
– Snacks	+5,3	
– Patatas fritas	+2,9	

Respecto al comercio exterior de frutos secos, las **exportaciones** registraron un **comportamiento positivo en valor (+6,2%)**, tras la caída contabilizada en 2020. Por su parte, el valor de las **importaciones** mantuvo en 2021 la **tendencia descendente** iniciada en 2020.

✓ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)

48,8

El **valor de las ventas** ha continuado **creciendo** en 2022, impulsado por la **tendencia alcista de los precios** ante el aumento de los costes de los aprovisionamientos.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimonovena edición del estudio **Sectores** de DBK “Frutos Secos y Snacks” cuenta con una extensión de 167 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2021.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

- Tablas 2-3. Evolución del mercado mundial de frutos secos en valor, total (2010-2021) y por segmentos (2015-2021).
- Tablas 4-5. Evolución de la producción mundial de frutos secos en volumen, total (2012-2021) y por segmentos (2015-2021).
- Tabla 6. Distribución de la producción mundial de los principales frutos secos por países, 2021.
- Tabla 7. Distribución de las exportaciones mundiales de los principales frutos secos por países de destino, 2020.
- Tabla 8. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por divisiones, 2018-2021.
- Tabla 9. Distribución de la facturación del grupo PepsiCo por países, 2018-2021.

1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 10. Distribución geográfica de las empresas, 2021.
- Tabla 11. Distribución de las empresas por tamaño de la plantilla, 2021.
- Tabla 12. Grado de concentración de la oferta, 2021.
- Tabla 13. Grado de concentración de la oferta por segmentos de actividad, 2021.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tabla 14. Fuerzas competitivas relevantes, 2022.
- Tabla 15. Factores clave de éxito, 2022.

1.4. Evolución de la actividad

- Tabla 16. Evolución del mercado, 2002-2021.
- Tabla 17. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2018-2021.
- Tabla 18. Evolución del comercio exterior de los principales frutos secos, 2014-2021.
- Tablas 19-20. Evolución de las exportaciones y de las importaciones de los principales frutos secos, 2017-2021.
- Tabla 21. Distribución de las exportaciones de los principales frutos secos por país de destino, 2020-2021.
- Tabla 22. Distribución de las importaciones de los principales frutos secos por país de origen, 2020-2021.
- Tabla 23. Balanza comercial de los principales frutos secos por países, 2021.

1.5. La demanda

- Tabla 24. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2007-2021. Previsión 2022-2024.
- Tabla 25. Distribución del consumo de frutos secos en hogares por tipo de producto, 2019 y 2021.
- Tabla 26. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por comunidades autónomas, 2021.
- Tabla 27. Consumo per cápita de frutos secos en hogares por meses, 2021.
- Tabla 28. Distribución del consumo de frutos secos y snacks fuera del hogar por tipo de producto, 2019 y 2021.
- Tabla 29. Consumo per cápita de frutos secos y snacks fuera del hogar por tipo de producto, 2021.

1.6. La distribución

- Tabla 30. Distribución de las compras de frutos secos de los hogares por tipo de establecimiento, 2019 y 2021.
- Tabla 31. Distribución geográfica de las empresas mayoristas de hostelería, 2021.
- Tabla 32. Evolución del número de hipermercados y de supermercados y autoservicios, 1996-2021.
- Tabla 33. Número de establecimientos de las principales empresas de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, 2020.
- Tabla 34. Cuotas de mercado de las principales empresas de distribución alimentaria, 2019-2020.
- Tabla 35. Evolución del número de tiendas en estaciones de servicio, 2009-octubre 2020.
- Tabla 36. Evolución del parque de máquinas expendedoras de alimentos sólidos, 2015-2021.
- Tabla 37. Evolución del número de negocios de restauración, 2008-2021.
- Tabla 38. Distribución geográfica de los establecimientos de restauración, 2021.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

- Tabla 39. Estructura media de costes y del balance, 2020. Tendencia 2021.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

- Tabla 40. Composición de los grupos analizados, 2021.
- Tabla 41. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2020-septiembre 2022.
- Tabla 42. Titularidad del capital de las principales empresas, 2021.
- Tabla 43. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2019-2021.
- Tabla 44. Plantas productivas en España de las principales empresas, 2021.

2.2. Diversificación

- Tabla 45. Facturación total y facturación en el sector en España de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 46. Facturación y actividad fuera del sector en España de las principales empresas, 2021.
- Tabla 47. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2021.
- Tabla 48. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2021.

2.3. Internacionalización

- Tabla 49. Facturación por venta de frutos secos y snacks en mercados exteriores de las principales empresas, 2021.
- Tabla 50. Participación de la facturación en mercados exteriores sobre la facturación en el sector de frutos secos y snacks de las principales empresas, 2021.
- Tabla 51. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por mercados de destino, 2021.

2.4. Marketing mix

- Tabla 52. Principales marcas comercializadas por las principales empresas por tipo de producto, julio 2022.
- Tabla 53. Principales frutos secos comercializados por las principales empresas, julio 2022.
- Tabla 54. Principales lanzamientos efectuados por algunas de las principales empresas, 2021-septiembre 2022.
- Tabla 55. Inversiones en investigación y desarrollo de algunas de las principales empresas, 2021.
- Tabla 56. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2021.
- Tabla 57. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2021.
- Tabla 58. Otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2021-septiembre 2022.
- Tabla 59. Certificados de sistemas de gestión de calidad y de gestión medioambiental, y otros certificados obtenidos por algunas de las principales empresas, julio 2022.

2.5. Clientes

- Tabla 60. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de cliente, 2021.
- Tabla 61. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por tipo de marca (marca propia, marca de distribuidor), 2021.
- Tabla 62. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2021.
- Tabla 63. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, julio 2022.

2.6. Cuotas y resultados

- Tabla 64. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2019-2021
- Tabla 65. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2021.
- Tabla 66. Cuotas relativas de producción de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 67. Cuotas de exportación de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 68. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 69. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de frutos secos, 2021.
- Tabla 70. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de snacks, 2021.

Tabla 71. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de patatas fritas, 2021.
Tabla 72. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2019-2021.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 73. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 74. Previsión de evolución del mercado por segmentos, 2022-2023.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 75. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas.

Tabla 76. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2022-2023.

4. Perfiles de los principales competidores