

Platos Preparados

(Noviembre 2021 – 15ª 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 **46 de las principales empresas** que operan en el sector.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ **Evolución del mercado** en valor, total y por **segmentos de actividad**: congelados, refrigerados y otros platos
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores clave** de éxito
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ **Facturación** total y en el sector de las **principales empresas**
- ⇒ Distribución de la **facturación** de las principales empresas por **segmentos de actividad**
- ⇒ **Cuotas de mercado**, totales y por segmentos, 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

Empresas analizadas

Audens Food	Confremar	Grupo Línea Verde	PCS
Bo de Debò	Congalsa	Grupo Maheso	Platos Tradicionales
Bofrost	Dr. Oetker	Grupo Nueva Pescanova	Precocinados Ángel Bosch
Cabezuelo Foods	Elaborados Naturales	Grupo Palacios	Procsa
Cabomar	Eurofrits	Hero	Productos Noreñenses
Campofrío	Findus	IAN	Rogu
Carloteña de Asados	Frigolouro	Interal	Ta-Tung
Casa Bona Tradicional	Fripozo	J. García Carrión	Tropicana Alvalle
Casa Mas Alimentación	Froxá	La Sirena	Tutti Pasta
Casa Tarradellas	Gallina Blanca	Marfrío	Unilever
Clavo Food Factory	Grupo Argal Alimentación	Nestlé	Urkabe Benetán
		Ñaming	Virto Group

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2020		Ligera caída del valor del mercado en 2020
☐ Número de empresas	613	Tras varios años de crecimiento, el valor del mercado de platos preparados registró un ligero descenso en 2020, penalizado por la situación generada por las medidas decretadas para hacer frente a la pandemia de la COVID-19 . Así, el cierre temporal en hostelería y restauración y las posteriores restricciones provocaron el desplome del volumen de negocio en este canal, que no pudo ser compensado por el crecimiento del consumo en hogares .
☐ Mercado (mill. euros)	2.970	
- Refrigerados	1.325	
- Congelados	1.085	
- Otros platos	560	
☐ Crecimiento del mercado (%)	-1,5	De este modo, el valor del mercado se situó en 2.970 millones de euros , un 1,5% menos que en 2019, en el que había aumentado un 5,8% .
- Refrigerados	-2,2	El segmento de platos preparados refrigerados registró el peor comportamiento frente a los congelados y otros platos preparados, que se vieron favorecidos por sus mayores plazos de caducidad. Así, el valor de las ventas se situó en 1.325 millones de euros , con una caída del 2,2% . Por su parte, el negocio de los platos preparados congelados experimentó una disminución del 1,4% , hasta situarse en 1.085 millones de euros , y el de otros platos preparados se mantuvo estancado en 560 millones de euros , reuniendo el 18,9% del total.
- Congelados	-1,4	
- Otros platos	-	
☐ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	34,8	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimoquinta edición del estudio **Sectores** de DBK “Platos Preparados” 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. Evolución del valor del mercado de platos preparados de Europa, 2016-2019.

Tabla 3. Distribución del valor del mercado de platos preparados en Europa por países, 2020.

Tabla 4. Distribución de la facturación del Grupo Nestlé por segmentos y países, 2020.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 5. Distribución geográfica de las empresas, 2020.

Tabla 6. Distribución de las empresas en función del número de empleados, 2020.

Tablas 7-8. Grado de concentración de la oferta, total y por segmentos de actividad, 2020.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 9-10. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2021.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 11. Evolución del mercado, 2002-2020.

Tabla 12. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2014-2020.

1.5. La demanda

Tabla 13. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2020. Previsión 2021-2023.

Tablas 14-15. Distribución (2018 y 2020) y variación del gasto de los hogares en alimentación y bebidas por tipo de producto, 2020/2019.

Tabla 16. Distribución del consumo de platos preparados en hogares por comunidades autónomas, 2020.

Tabla 17. Consumo per cápita de platos preparados en hogares por comunidades autónomas, 2020.

Tabla 18. Evolución del consumo de platos preparados en hogares por tipo de producto, 2017-2020.

Tabla 19. Evolución del número de negocios de restaurantes, 2008-2020.

Tabla 20. Distribución geográfica de los restaurantes, 2020.

Tabla 21. Distribución del número de negocios y de establecimientos en el sector de restaurantes por tamaño de la plantilla, 2017-2020.

Tabla 22. Distribución del mercado en el sector de restaurantes por segmentos de actividad, 2019.

Tabla 23. Distribución del número total de establecimientos de restauración en España de las principales empresas por régimen de explotación, octubre 2020.

1.6. La distribución

Tabla 24. Distribución del consumo de platos preparados en hogares por lugar de compra, 2020.

Tabla 25. Evolución del número de hipermercados, supermercados y autoservicios, 2002-2020.

Tabla 26. Número de establecimientos de las principales empresas del sector de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, octubre 2021.

Tabla 27. Evolución del número de empresas mayoristas de alimentación, 2002-2020.

Tabla 28. Distribución geográfica de las empresas mayoristas de alimentación, 2020.

Tabla 29. Distribución de las empresas mayoristas de alimentación por número de asalariados, 2020.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 30. Estructura media de costes y del balance, 2020. Tendencia 2021.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 31. Composición de los grupos analizados, 2020.

Tabla 32. Titularidad del capital de las principales empresas, 2020.

Tabla 33. Operaciones corporativas efectuadas por algunas de las principales empresas, 2018-noviembre 2021.

Tabla 34. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 35. Plantas productivas de las principales empresas, 2020.

2.2. Diversificación

Tabla 36. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 37. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2020.

Tabla 38. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2020.

Tabla 39. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2020.

2.3. Internacionalización

Tabla 40. Facturación en el sector en mercados exteriores de las principales empresas, 2020.

Tabla 41. Participación de la facturación en mercados exteriores sobre la facturación en el sector de las principales empresas, 2020.

Tabla 42. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por zonas de destino, 2020.

2.4. Marketing mix

Tablas 43-44. Principales marcas y productos comercializados por las principales empresas, noviembre 2021.

Tabla 45. Nuevos productos lanzados por algunas de las principales empresas, 2020-noviembre 2021.

Tabla 46. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2018.

Tabla 47. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2020.

Tabla 48. Otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales empresas, 2020-noviembre 2021.

Tabla 49. Certificados de sistemas de gestión de calidad, gestión medioambiental y otros certificados de algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

2.5. Clientes

Tabla 50. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de demanda, 2020.

Tabla 51. Principales clientes de algunas de las principales empresas para los que elaboran productos con marca ajena, 2020.

Tabla 52. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2020.

2.6. Cuotas y resultados

Tablas 53-54. Evolución de la facturación total y en el sector de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 55. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 56. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de refrigerados, 2019-2020.

Tabla 57. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de congelados, 2019-2020.

Tabla 58. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de otros platos, 2019-2020.

Tabla 59. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2018-2020.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 60. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 61. Previsión de evolución del mercado por segmentos de actividad, 2021-2022.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 62. Proyectos de algunas de las principales empresas, noviembre 2021.

4. Perfiles de los principales competidores