

Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)

(Octubre 2021 - 13ª edición)

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes de **España y Portugal**, 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 **54 principales empresas** que operan en el sector (**40 empresas españolas y 14 portuguesas**).

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ✓ **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

Empresas españolas: Ahorramás, Alcampo, Aldi, Alimerka, Alipensa, Bon Preu, CAG, Carrefour, Cash Lepe, Condis, Consum, Coop. San Rafael, Covalco, Covirán, Dia, Dinosol, E.Leclerc, Eco Mora, El Corte Inglés, Eroski, Family Cash, Froiz, Gadisa, GM Food, Grupo MAS, Hiper Usera, HLR, Juan Fornés Fornés, Lidl, Luis Piña, Makro, Mercadona, Musgrave, Simply, Sorli, SPAR, Supermercados Lupa, Supersol, Unide, Uvesco

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

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2020		La pandemia favoreció el crecimiento de la facturación en 2020
✓ Número de establecimientos	37.201	Las ventas del sector ibérico de distribución alimentaria se elevaron en 2020 a 115.810 millones de euros , impulsadas por las medidas aplicadas para hacer frente a la pandemia COVID-19. Dicha cifra de ventas supuso un ascenso del 6,3% respecto al ejercicio anterior.
– España	31.743	
– Portugal	5.458	
✓ Facturación (mill. euros)	115.810	La facturación agregada en España se cifró en 98.570 millones de euros , un 6,7% más , mientras que en el mercado portugués registró un menor crecimiento (+3,8%) , situándose en 17.240 millones .
– España	98.570	
– Portugal	17.240	
✓ Crecimiento de la facturación (%)	+6,3	La creciente valoración por parte de la población de la cercanía de los puntos de venta y de la calidad y la amplitud de la oferta de productos frescos continuaron favoreciendo el negocio de los supermercados y autoservicios . Así, los ingresos agregados de este tipo de establecimientos experimentaron en 2020 una variación en el conjunto del mercado ibérico del 7,8% , hasta los 93.500 millones de euros.
– España	+6,7	
– Portugal	+3,8	
✓ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas (%)		En el sector se observa una elevada concentración de la oferta , especialmente en Portugal , donde las cinco primeras empresas reunieron en 2020 una cuota de mercado conjunta del 77% . En España , los cinco primeros operadores concentraron ese año en torno al 47% de las ventas totales.
– España	47,4	
– Portugal	77,0	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimotercera edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución Alimentaria (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 212 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 consumo final de los hogares en los países de la Unión Europea, 2018-2020. Previsión 2021-2022.
- Tablas 3-4. Distribución del consumo final de los hogares en el conjunto de la UE y por países por categorías de bienes y servicios, 2019.
- Tabla 5. Evolución de la cuota de mercado de las marcas de la distribución en algunos países europeos, 2018-2020.
- Tabla 6. Facturación de los 20 principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2019.
- Tabla 7. Facturación de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo por zonas geográficas, 2019.
- Tabla 8. Distribución de los 250 principales grupos de distribución en el mundo y de su facturación agregada por países de origen, 2018.
- Tabla 9. Evolución del número de establecimientos de seis de los principales grupos de distribución alimentaria en el mundo, 2017-2021.

1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 10. Evolución del número de hipermercados, 2010-2020.
- Tabla 11. Evolución de la superficie total de venta en hipermercados, 2010-2020.
- Tabla 12. Evolución de la superficie media de venta por hipermercado, 2010-2020.
- Tabla 13. Distribución geográfica de los hipermercados en el mercado ibérico, 2020.
- Tabla 14. Evolución del número de supermercados y autoservicios, 2010-2020.
- Tabla 15. Distribución geográfica de los establecimientos *cash & carry* en el mercado ibérico, 2020.
- Tabla 16. Evolución del número de trabajadores afiliados al sistema de la Seguridad Social en el sector del comercio al por menor en España, 2010-2021.
- Tabla 17. Evolución del número de establecimientos franquiciados en España en el sector de alimentación, 2012-2019.
- Tabla 18. Grado de concentración de la oferta, 2020.
- Tabla 19. Grado de concentración de la oferta por tipo de establecimiento en el conjunto del mercado ibérico, 2020.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tablas 20-21. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2021.

1.4. Evolución de la actividad

- Tabla 22. Evolución de la facturación total, 2010-2020.
- Tabla 23. Distribución de la facturación total por países, 2018 y 2020.
- Tabla 24. Evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2017-2020.
- Tabla 25. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento, 2020.
- Tabla 26. Distribución de la facturación por tipo de establecimiento en el mercado ibérico, 2013-2020.
- Tabla 27. Evolución de la facturación media por hipermercado en el mercado ibérico, 2017-2020.
- Tabla 28. Evolución del volumen de negocio del comercio electrónico en hipermercados, supermercados y tiendas de alimentación en España, 2014-2020.

1.5. La demanda

- Tabla 29. Evolución del consumo final de los hogares, 2007-2020. Previsión 2021-2023.
- Tabla 30. Distribución del consumo final de los hogares por categorías de bienes y servicios, 2019-2020.
- Tabla 31. Distribución de las compras de productos de alimentación de los hogares por tipo de establecimiento en España, 2018-2020.
- Tabla 32. Evolución de la penetración del canal de compra habitual, 2016-2019.
- Tabla 33. Penetración de las categorías de productos comprados online, 2019.
- Tablas 34-35. Evolución de la población total y extranjera en España y en Portugal, 2010-2021.
- Tablas 36-37. Evolución del número de hogares en España y Portugal, 2010-2020. Distribución por tamaños, 2020.
- Tabla 38. Evolución de la cuota de mercado en valor de las marcas de la distribución en España, 2015-2020.
- Tabla 39. Evolución de la cuota de mercado en volumen de las marcas de la distribución en España y Portugal, 2010-2020.
- Tablas 40-41. Distribución geográfica de los centros comerciales en España y Portugal, 2020.
- Tabla 42. Evolución del número de centros comerciales por tipo de centro, 2017 y 2020.
- Tabla 43. Evolución de la facturación del sector de restaurantes en España, 2010-2020.
- Tabla 44. Evolución de la facturación del sector de restaurantes en Portugal, 2010-2020.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

- Tablas 45-46. Estructura media de costes y del balance en los mercados español y portugués, 2020. Tendencia 2021.

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 2021.
Tablas 48-49. Facturación (2018-2020) y ámbito geográfico de actuación (octubre 2021) de los asociados del grupo SPAR en España.
Tabla 50. Titularidad del capital de las principales empresas, 2020.
Tabla 51. Central de compras a la que están asociadas las principales empresas, octubre 2021.
Tabla 52. Evolución de la plantilla de las principales empresas, 2017-2020.
Tabla 53. Plataformas logísticas de algunas de las principales empresas, octubre 2021.
Tabla 54. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2020.
Tabla 55. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, octubre 2021.
Tabla 56. Número de establecimientos propios y franquiciados de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2020.
Tablas 57-60. Enseñas, número de establecimientos y superficie de venta de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2020.
Tablas 61-64. Evolución del número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2018-octubre 2021.
Tablas 65-69. Número de establecimientos de las principales empresas por tipo de establecimiento y zonas geográficas, 2020.
Tabla 70. Compras y ventas de establecimientos y otras operaciones relevantes realizadas por algunas de las principales empresas en el período 2020-septiembre 2021.

2.2. Diversificación

Tabla 71. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2020.
Tabla 72. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2020.
Tabla 73. Distribución de la facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2020.
Tabla 74. Facturación en el sector de las principales empresas por tipo de establecimiento, 2020.
Tabla 75. Número y localización de las estaciones de servicio de algunas de las principales empresas, septiembre 2021.

2.3. Marketing mix

Tablas 76-78. Inversión publicitaria (2020), medios publicitarios empleados (2020) y otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas (2020-octubre 2021).
Tabla 79. Distribución de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas entre marcas propias y marcas de fabricantes, 2020.
Tabla 80. Marcas propias de algunas de las principales empresas, octubre 2021.
Tabla 81. Establecimientos de proximidad de algunas de las principales empresas, octubre 2021.

2.4. Cuotas y resultados

Tablas 82-83. Evolución de la facturación total y en el sector de las principales empresas, 2018-2020.
Tablas 84-86. Cuotas de mercado de las principales empresas: España, Portugal y total mercado ibérico, 2019-2020.
Tablas 87-98. Cuotas de mercado de las principales empresas en los segmentos de hipermercados, supermercados y autoservicios, establecimientos *discount* y *cash & carry*: España, Portugal y total mercado ibérico, 2019-2020.
Tabla 99. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2018-2020.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 100. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 101. Previsión de evolución de la facturación total, 2021-2022.
Tabla 102. Previsión de evolución de la facturación por tipo de establecimiento, 2021-2022.

3.3. Proyectos de las empresas

Tabla 103. Acciones y proyectos en el ámbito de la transformación digital de algunas de las principales empresas, octubre 2021.
Tabla 104. Otros proyectos de algunas de las principales empresas, octubre 2021.
Tabla 105. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

4. Perfiles de los principales competidores