

# Platos Preparados

(Noviembre 2023 – 16ª 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 las **35 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	GBFoods	Marfrío
Bofrost	Congalsa	Grupo Interl	Nestlé
Cabezuelo Foods	Dr. Oetker	Grupo Línea Verde	Ñaming
Campofrío	Elaborados Naturales	Grupo Maheso	PCS
Carloteña de Asados	Eurofrits	Grupo Nueva Pescanova	Pepsico
Casa Mas Alimentación	Findus	Grupo Palacios	Platos Tradicionales
Casa Tarradellas	Foods for Tomorrow	IAN	Procsa
Clavo Food Factory	Frigolouro	J. García Carrión	Ta-Tung
	Fripozo	La Sirena	Virto Group

## Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2022		El valor del mercado creció por encima del 10% en 2022
□ Número de empresas	586	Tras caer ligeramente en 2020, el valor de las <b>ventas</b> de platos preparados en <b>España</b> registró un comportamiento muy positivo en <b>2021 y 2022</b> , ante la fuerte <b>recuperación</b> de la demanda del <b>canal de hostelería</b> tras el fin de las medidas de confinamiento, la <b>creciente tendencia de los hogares</b> hacia la adquisición de este tipo de productos y el <b>aumento de los precios</b> . En este escenario, el valor del mercado se situó en <b>3.575 millones de euros</b> al cierre de 2022, tras crecer un 6,9% en 2021 y un <b>12,6% en 2022</b> .
□ Mercado (mill. euros)	3.575	
- Refrigerados	1.640	
- Congelados	1.315	
- Otros platos	620	
□ Crecimiento del mercado (%)	+12,6	
- Refrigerados	+13,9	
- Congelados	+13,4	El segmento de platos preparados <b>refrigerados</b> acapara la mayor parte del mercado, con un valor de <b>1.640 millones</b> de euros en 2022, lo que supuso en torno a un <b>14% más</b> que en el ejercicio anterior. El buen comportamiento de algunos productos como las tortillas y los gazpachos/salmorejos reforzaron el crecimiento de las ventas.
- Otros platos	+7,8	
□ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	22,5	
		Por su parte, el negocio de platos preparados <b>congelados</b> experimentó un incremento del <b>13,4%</b> , hasta situarse en <b>1.315 millones</b> de euros, impulsado por una <b>oferta creciente de productos</b> tanto para hogares como para hostelería. El segmento de <b>otros platos preparados</b> , que se cifró en <b>620 millones</b> de euros, experimentó un incremento del <b>7,8%</b> .

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimosexta edición del estudio **Sectores** de DBK “Platos Preparados” cuenta con una extensión de 134 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2022.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del valor del mercado de platos preparados en el mundo, 2021-2022. Previsión 2030.

Tabla 3. Distribución de la facturación del Grupo Nestlé por segmentos y países, 2022.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 4. Distribución geográfica de las empresas, 2022.

Tabla 5. Distribución de las empresas en función del número de empleados, 2022.

Tabla 6. Grado de concentración de la oferta, 2022.

Tabla 7. Grado de concentración de la oferta por segmentos de actividad, 2022.

##### 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 8. Fuerzas competitivas relevantes, 2023.

Tabla 9. Factores clave de éxito, 2023.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 10. Evolución del mercado, 2004-2022.

Tabla 11. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2016-2022.

##### 1.5. La demanda

Tabla 12. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2022. Previsión 2023-2024.

Tabla 13. Distribución del gasto de los hogares en alimentación y bebidas por tipo de producto, 2020 y 2022.

Tabla 14. Variación del gasto de los hogares en alimentación y bebidas por tipo de producto, 2022/2021.

Tabla 15. Distribución del consumo de platos preparados en hogares por comunidades autónomas, 2022.

Tabla 16. Consumo per cápita de platos preparados en hogares por comunidades autónomas, 2022.

Tabla 17. Evolución del consumo de platos preparados en hogares por tipo de producto, 2019-2022.

Tabla 18. Evolución del número de negocios de restaurantes, 2008-2022.

Tabla 19. Distribución geográfica de los restaurantes, 2022.

Tabla 20. Distribución del número de negocios y de establecimientos en el sector de restaurantes por tamaño de la plantilla, 2019-2022.

Tabla 21. Distribución del mercado en el sector de restaurantes por segmentos de actividad, 2022.

Tabla 22. Distribución del número total de establecimientos de restauración en España de las principales empresas por régimen de explotación, noviembre 2023.

##### 1.6. La distribución

Tabla 23. Distribución del consumo de platos preparados en hogares por lugar de compra, 2022.

Tabla 24. Evolución del número de hipermercados, supermercados y autoservicios, 2002-2022.

Tabla 25. Número de establecimientos de las principales empresas del sector de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, octubre 2023.

Tabla 26. Evolución del número de empresas mayoristas de alimentación, 2002-2022.

Tabla 27. Distribución geográfica de las empresas mayoristas de alimentación, 2022.

Tabla 28. Distribución de las empresas mayoristas de alimentación por número de asalariados, 2020 y 2022.

##### 1.7. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 29. Estructura media de costes y del balance, 2022. Tendencia 2023.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 30. Composición de los grupos analizados, 2022.

Tabla 31. Titularidad del capital de las principales empresas, 2022.

Tabla 32. Operaciones corporativas efectuadas por algunas de las principales empresas, 2020-noviembre 2023.

Tabla 33. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2020-2022.

Tabla 34. Plantas productivas de las principales empresas, octubre 2023.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 35. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2021-2022.

Tabla 36. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2022.

Tabla 37. Composición de la actividad en el sector de las principales empresas, 2022.

Tabla 38. Distribución de la facturación de las principales empresas por segmentos de actividad, 2022.

##### 2.3. Internacionalización

Tabla 39. Facturación en el sector en mercados exteriores de las principales empresas, 2022.

Tabla 40. Participación de la facturación en mercados exteriores sobre la facturación en el sector de las principales empresas, 2022.

Tabla 41. Distribución de las exportaciones de algunas de las principales empresas por zonas de destino, 2022.

##### 2.4. Marketing mix

Tabla 42. Principales marcas comercializadas por las principales empresas, noviembre 2023.

Tabla 43. Principales productos comercializados por las principales empresas, noviembre 2023.

Tabla 44. Nuevos productos lanzados por algunas de las principales empresas, 2022-noviembre 2023.

Tabla 45. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de demanda, 2022.

Tabla 46. Principales clientes de algunas de las principales empresas para los que elaboran productos con marca ajena, noviembre 2023.

Tabla 47. Principales acciones de marketing realizadas por algunas de las principales empresas, 2022-noviembre 2023.

Tabla 48. Certificados de sistemas de gestión de calidad, gestión medioambiental y otros certificados de algunas de las principales empresas, noviembre 2023.

##### 2.6. Cuotas y resultados

Tabla 49. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2020-2022.

Tabla 50. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2020-2022.

Tabla 51. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2021-2022.

Tabla 52. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de refrigerados, 2021-2022.

Tabla 53. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de congelados, 2021-2022.

Tabla 54. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de otros platos, 2021-2022.

Tabla 55. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2020-2022.

**3. Perspectivas**

**3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias**

Tabla 56. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2023.

**3.2. Previsiones de crecimiento**

Tabla 57. Previsión de evolución del mercado por segmentos de actividad, 2023-2024.

**4. Perfiles de los principales competidores**