

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 **52 de las principales empresas** que operan en el sector.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ **Evolución del mercado** total en valor
- ⇒ Evolución del **mercado en valor por segmentos** de producto: **pescado, platos preparados, vegetal, carne, patata prefrita**
- ⇒ Evolución de las **exportaciones** y de las **importaciones en valor**
- ⇒ **Facturación** total y en el sector de las **principales empresas**
- ⇒ **Distribución de la facturación** de las principales empresas **por segmentos de producto**
- ⇒ **Cuotas de mercado** y de **exportaciones** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas **por segmentos de producto**
- ⇒ **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

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2021

➤ Número de empresas	325
➤ Número de empleados	16.500
➤ Mercado (mill. euros)	4.850
– Pescado (a)	2.810
– Platos preparados	1.135
– Vegetal	555
– Carne	180
– Patata prefrita	170
➤ Crecimiento del mercado en valor (%)	+4,3
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	22,5

(a) incluye mariscos, moluscos y crustáceos.

El mercado de alimentos congelados supera el máximo prepandemia

El **valor del mercado** de alimentos congelados experimentó un **ascenso del 4,3%** en 2021, hasta los **4.850 millones** de euros. Esto supuso retomar la tendencia alcista, tras el efecto desfavorable de la pandemia de la COVID-19.

Las ventas en el **canal de distribución alimentaria** se **redujeron** después del notable ascenso registrado en 2020 a causa de las medidas decretadas para hacer frente a la crisis sanitaria. Por el contrario, la demanda en el canal de **hostelería y restauración aumentó significativamente**, aunque todavía se mantuvo **por debajo de la cifra prepandemia**. Destaca el buen comportamiento de las ventas de **patata prefrita y de carne congeladas**.

En cuanto a los intercambios con el exterior, **siguieron aumentando las exportaciones**, aunque un ritmo inferior al del bienio anterior. Las **importaciones crecieron un 15%**, compensando el sensible descenso de 2020.

De cara al cierre de 2022 cabe destacar el mantenimiento de la **favorable evolución de la demanda en hostelería y restauración**, si bien con una tasa de variación más moderada que en la primera mitad del año, en tanto que continúa el **debilitamiento del consumo en los hogares**. En el conjunto de este ejercicio se estima que se habrá superado la cifra prepandemia.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La vigesimoprimera edición del estudio **Sectores** de DBK “Alimentos Congelados” cuenta con una extensión de 174 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

Tabla 2. Evolución del consumo final de los hogares en los países de la Unión Europea, 2019-2021. Previsión 2022-2024.

Tabla 3. Evolución del mercado en Europa, 2018-2020. Previsión 2026.

Tabla 4. Evolución del mercado en Europa por países, 2018-2020. Previsión 2026.

Tabla 5. Distribución del mercado en Europa por países, 2018-2020. Previsión 2026.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 6. Distribución geográfica de las empresas, 2021.

Tablas 7-8. Grado de concentración de la oferta, total y por segmentos de actividad, 2021.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 9. Fuerzas competitivas relevantes, 2022.

Tabla 10. Evolución del mercado de platos preparados refrigerados, 2012-2021.

Tabla 11. Factores clave de éxito, 2022.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 12. Evolución del mercado, 2004-2021.

Tabla 13. Evolución del mercado por segmentos de producto, 2018-2021.

Tablas 14-15. Evolución del comercio exterior (2010-2021) y del saldo de la balanza comercial (2016-2021).

Tablas 16-17. Distribución de las exportaciones e importaciones por país de destino y origen, 2020-2021.

Tabla 18. Balanza comercial por países, 2021.

1.5. La demanda

Tabla 19. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2021. Previsión 2022-2024.

Tablas 20-23. Evolución del consumo de pescado, marisco y moluscos, platos preparados, vegetales y carne congelados en hogares por tipo de producto, 2018-2021.

Tablas 24-28. Consumo per cápita de pescado, marisco y moluscos, platos preparados, vegetales y carne congelados en hogares por comunidades autónomas, 2021.

Tabla 29. Distribución del número de negocios y de establecimientos de restauración por tamaño de la plantilla, 2018-2022.

Tabla 30. Distribución geográfica de los establecimientos de restauración, 2021.

Tabla 31. Distribución del número de establecimientos en España de las principales empresas de restauración por régimen de explotación, octubre 2021.

Tabla 32. Distribución del mercado del sector de restaurantes por segmentos de actividad, 2020.

1.6. La distribución

Tablas 33-37. Distribución del consumo de pescado, marisco y moluscos, platos preparados, vegetales y carne congelados en hogares por tipo de establecimiento, 2016 y 2021.

Tabla 38. Evolución del número de hipermercados y del número de supermercados y autoservicios, 1996-2021.

Tabla 39. Número de establecimientos de las principales empresas de distribución alimentaria por tipo de establecimiento, octubre 2022.

Tablas 40-41. Distribución de las empresas mayoristas de hostelería por número de asalariados y por zonas geográficas, 2021.

Tabla 42. Número de establecimientos de algunas de las principales cadenas de establecimientos especializados en la venta de congelados, diciembre 2022.

Tabla 43. Evolución de la participación de la venta a través de internet en el consumo en hogares por segmentos de producto, 2016-2021.

1.7. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 44. Estructura media de costes y del balance, 2021. Tendencia 2022.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 45. Composición de los grupos analizados, 2021.

Tabla 46. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2020-diciembre 2022.

Tabla 47. Titularidad del capital de las principales empresas, 2021.

Tabla 48. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 49. Plantas productivas en España de las principales empresas, diciembre 2022.

2.2. Diversificación

Tabla 50. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2020-2021.

Tabla 51. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2021.

Tablas 52-53. Distribución de la facturación de las principales empresas por mercados geográficos y segmentos de producto, 2021.

2.3. Internacionalización

Tabla 54. Facturación por venta de alimentos congelados en mercados exteriores de las principales empresas, 2021.

Tabla 55. Participación de la facturación en mercados exteriores sobre la facturación en el sector de alimentos congelados de las principales empresas, 2021.

Tablas 56-57. Plantas productivas y delegaciones de algunas de las principales empresas en el extranjero, diciembre 2022.

2.4. Marketing mix

Tabla 58. Productos y marcas de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 59. Productos de reciente lanzamiento de algunas de las principales empresas.

Tabla 60. Principales clientes para los que elaboran productos con marca ajena algunas de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 61. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por canales de distribución, 2021.

Tabla 62. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2021.

Tabla 63. Otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales empresas, 2021-2022.

Tabla 64. Certificados de sistemas de gestión de calidad, gestión medioambiental y otros certificados obtenidos por algunas de las principales empresas, noviembre 2022.

2.5. Clientes

Tabla 65. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de demanda, 2021.

Tabla 66. Oficinas y delegaciones en España de las principales empresas, diciembre 2022.

2.6. Cuotas y resultados

Tabla 67. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 68. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 69. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 70. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de pescado, 2021.

Tabla 71. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de platos preparados, 2021.

Tabla 72. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento vegetal, 2021.

Tabla 73. Cuotas de exportación de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 74. Indicadores de rentabilidad de las principales empresas, 2019-2021.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 75. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 76. Previsión de evolución del mercado por segmentos, 2022-2023.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 77. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas, diciembre 2022.

Tabla 78. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2022-2023.

4. Perfiles de los principales competidores