

Cinco claves de la distribución alimentaria

CHARO REYES | 02/01/2017 | Distribución Base Alimentaria



La distribución alimentaria minorista ha conseguido romper con años de bajadas o crecimientos casi nulos y **avanzar por encima del 2% en facturación** en 2015. Los principales datos del sector, como cuotas de mercado, inversiones por operadores, ingresos por superficie y listado de las 450 primeras compañías pueden encontrarse en el último Informe 2016 del sector de la distribución alimentaria en España por ingresos, publicado por Alimarket. En este artículo aparecen resumidas las cinco claves principales.

1. Lidl, la distribuidora que más crece

La filial española del grupo alemán Lidl encabezó el crecimiento por facturación de las diez primeras compañías del sector. La cadena alcanzó unas **ventas netas de 3.048 M**, lo que supone un **incremento del 12,5%**. El avance ha ido asociado a su esfuerzo inversor en la mejora y expansión de su red de supermercados, con una cifra récord de 262 M en 2015

2. Mercadona refuerza su liderazgo sectorial

La cadena valenciana tiene una **cuota en gran consumo del 29,1%**, lo que supone un avance de tres décimas respecto al ejercicio anterior. **En el total del mercado**, incluidos productos duraderos -muebles, electrodomésticos o bazar- **su participación es del 26,9%**, frente al 26,7% de 2014. En gran consumo, Mercadona está seguida de lejos por Carrefour, DIA, Eroski, Auchan, Lidl y El Corte Inglés.

3. Los ingresos medios por m2 están en 4.778 €

Los veinte primeros grupos del sector (una vez descontado su negocio mayorista y las ventas de combustibles) alcanzaron unos ingresos medios de 4.856 por m2, lo que supone un **ascenso del 1,63%**. Por encima de esta cifra están compañías como **Mercadona**, que **casi multiplica por dos la cantidad** con 9.143 €, Lidl o Auchan;; muy cercanos a la media están los grupos regionales Bon Preu o Dinosol; mientras que cierran la lista cadenas como Supersol, DIA o Aldi.

4. Mercadona y Lidl, los grupos que más invierten

Mercadona también encabeza el ranking por inversiones realizadas, con **559,40 M**, seguida por Lidl, DIA y Consum. Los diez primeros grupos por inversiones destinaron 3.476 M a esta partida durante el pasado año, lo que supone un 5,6% más que el ejercicio anterior. Este porcentaje revela que las aperturas y las renovaciones de establecimientos se están reactivando.

5. Navarra y Cataluña, donde más se incrementan las ventas

Según los datos de Alimarket para este informe y obtenidos a partir de las compañías incluidas en nuestro anuario, las empresas de distribución con sede en la Comunidad de Navarra son las que más incrementaron sus ingresos en 2015, seguidas de las de **Cataluña, Castilla-La Mancha y Galicia**. Detacan por su bajada de ingresos de las empresas ubicadas en País Vasco y Extremadura.

Alimarket