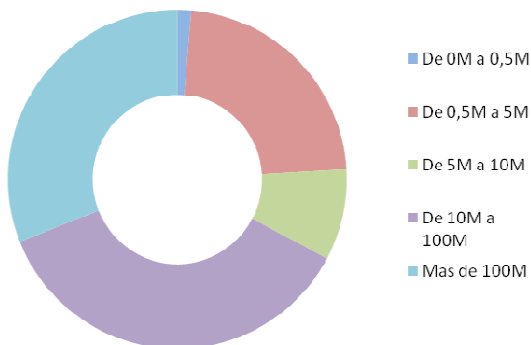


INFORME SECTORIAL

Analistas: Xavier Lucea / Pau Vidal
Tel. + 34 93 494 01 31
Correo: info@escuraconsulting.com

www.escuraconsulting.com



*Porcentaje de repartición de los segmentos del sector de distribución alimentaria en función de su cifra de negocios en millones de €.

La evolución de las cadenas de distribución comercial está afectando de forma directa a las empresas exportadoras de productos agrarios.

La gran distribución se comporta como un mercado oligopolístico, donde la rivalidad es muy intensa y empuja a las empresas a realizar grandes ofertas para atraer al consumidor y entonces sus competidores se ven obligados a ponerse a la altura de estas ofertas, lo que provoca una bajada del precio del producto.

info@escuraconsulting.com

Sector Distribución Alimentaria

Facturación total sector: 91,207 miles de millones de €
Endeudamiento total sector: 17,746 miles de millones de €
Resultado total sector: 794,6 millones de €

*Ratios totales del sector (18.442 empresas analizadas)

La distribución alimentaria aguanta en valores positivos

◆ **La gran distribución en España**

En España alrededor del 80% de las compras de alimentos se realizan a través de los llamados “canales dinámicos”, es decir, la distribución autoservicio (súper, híper y discount), y solamente el 2,7% en la tienda tradicional y el 11,2% en tiendas especializadas.

◆ **Gran concentración**

La superficie de venta minorista predominante es la de los supermercados y grandes supermercados que abarcan un 68,5% de la superficie de venta minorista. Los autoservicios representan el 16,4% y los hipermercados el 15,1%.

◆ **Crecimiento segmentado**

Las cinco primeras compañías del sector de distribución alimentaria consiguieron crecer un 1,9% en el último ejercicio. El resto de compañías, no pudieron salvar la crisis de consumo que atraviesa el sector y mantuvieron o decrecieron en ventas.

◆ **La plantilla bajo más del 2%**

Con el debate abierto a la liberalización de los horarios e incluso de número de festivos abiertos, la media de las plantilla de las compañías volvió a contraerse, concretamente en un 2,1%.

◆ **Se abrirán más hipermercados**

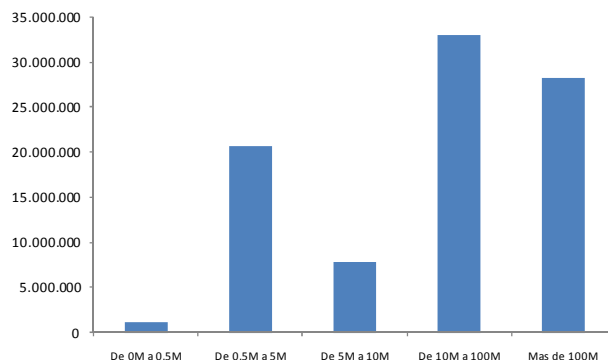
Desde el punto inversor, para 2013 se espera un aumento en las aperturas de hipermercados, lo cual revitalizará a buen seguro el formato, castigado especialmente por la bajada de consumo de la no alimentación.



Principales indicadores económicos y financieros

El sector de la distribución alimentaria se ha analizado diferenciando 5 segmentos por facturación. (importes en miles de €)

<u>Rango Facturación</u>	<u>Cifra de negocios</u>
De 0M a 0,5M	1.201.942
De 0,5M a 5M	20.761.456
De 5M a 10M	7.894.795
De 10M a 100M	33.063.769
Más de 100M	28.284.754
Total sector	91.206.716



Se han analizado un total de 18.442 empresas; 3.958 están dentro del rango de 0M a 0,5M, 11.646 en 0,5M a 5M, 1.494 en el intervalo de 5M a 10M, 1.256 en 10M a 100M y 88 empresas constituyen en tramo de más de 100M.

A continuación detallamos algunos de los muchos indicadores financieros analizados en el estudio, estableciendo una relación entre cifras extractadas de los estados financieros y otros informes contables de las empresas con el propósito de reflejar en forma objetiva el comportamiento de las mismas y del sector en general.

EBITDA

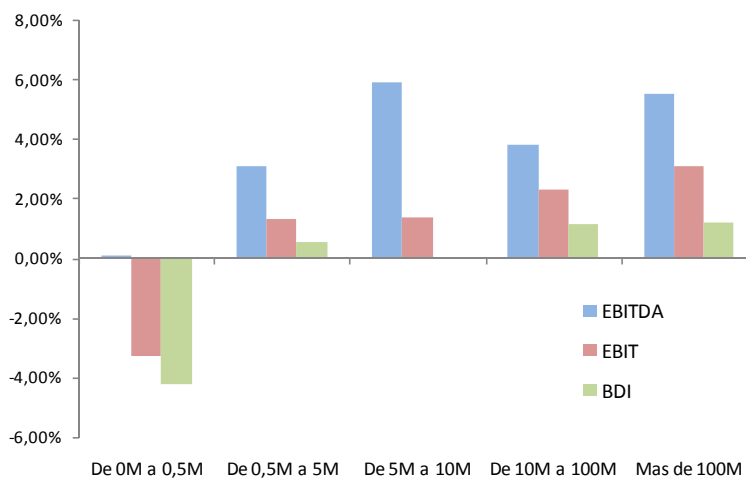
Indicador financiero que refleja el beneficio obtenido antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones.

EBIT

Indicador financiero que refleja el beneficio obtenido antes de intereses, impuestos.

BDI

Indicador financiero que refleja el beneficio obtenido después de impuestos.

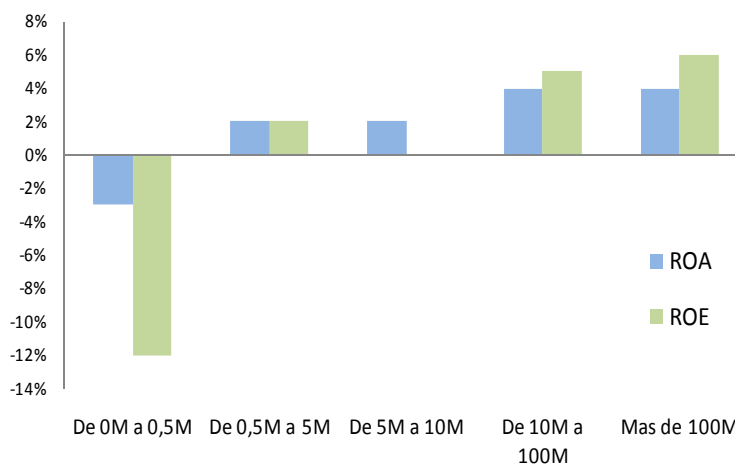


ROE (Return on equity)

Ratio que mide el rentabilidad que obtienen los accionistas de los fondos invertidos en la sociedad, es decir la capacidad de la empresa de remunerar a sus accionistas.

ROA (Return on assets):

Ratio de rentabilidad en función de los activos de la empresa. Se calcula como el cociente entre el beneficio de explotación y los activos de la entidad.





Tendencia del Sector

Se está produciendo una concentración de la distribución, al mismo tiempo también están apareciendo determinados acuerdos de colaboración en algunas áreas funcionales con la finalidad de abaratar costes como por ejemplo alcanzar acuerdos para tener un departamento de compras conjunto.

Esta situación provoca una desaparición de compradores en el mercado, y los que quedan van aumentando su poder de negociación, volumen de negocio y nivel de exigencias. Estas prácticas conducen a la desaparición progresiva de proveedores, limitando la competencia en los mercados.

Todas estas tendencias de la distribución comercial, principalmente la concentración y la escasa competencia, así como el reducido poder negociador de los productores, genera una reducción de precios en origen sin ninguna contraprestación para los consumidores, aspecto que lleva inevitablemente a una reducción de los márgenes de beneficio obtenidos por el productor y una drástica disminución de su resultado final.

Es por ello que el sector está tomando unas determinadas líneas de negocio basándose principalmente en los siguientes pilares:

- Adaptación de la oferta
- Racionalización y reducción de los gastos
- Preferencia por la versatilidad de instalaciones
- Control de stocks por reducción de referencias
- Desarrollo y uso de TICs
- Procesos más eficientes para avanzar en aprovisionamiento y control de existencias



Lograr una posición competitiva en precio (no confundir con ser el más barato) es una necesidad consustancial a cualquier distribuidor alimentario que no tenga vocación de operar en un nicho de mercado.

Está en el código genético del sector, y por eso las enseñanzas se disputan entre sí esta imagen.

Datos para la confección del informe

El presente informe ha sido elaborado sobre la base de las 18.442 empresas activas en el sector de distribución alimentaria, cuyos registros públicos, contables y financieros, se encuentran depositados en los correspondientes Registros Mercantiles provinciales.

Todos los datos y gráficos del presente informe se han realizado utilizando los datos agregados del sector.

El presente informe elaborado por Escura Consulting, debido a su carácter genérico y limitaciones de espacio no constituye asesoramiento. Dada la naturaleza del informe, éste es necesariamente breve y debe tomarse como un conciso resumen de los Documentos Públicos consultados.

El presente Informe ha sido elaborado exclusivamente con propósito divulgativo y no debe usarse para ninguna otra finalidad. El análisis y presentación del Informe no está destinado a su circularización y/o publicación, ni es para ser reproducido o distribuido a terceros sin nuestro consentimiento previo por escrito.

“Nuestra Base de Datos de más de 15.000 empresas nos permite disponer de los ratios de los principales sectores económicos”

“Usted podrá comparar sus ratios con los de la competencia”

“Analice su situación e implante políticas de ahorro de costes”

Servicios

Escura Consulting tiene su origen en Bufete Escura, despacho de abogados y economistas desde 1905, desarrolla entre sus actividades la de consultoría empresarial.

La prestación de servicios en el área económica durante más de 40 años nos ha permitido disponer de una base de datos de más 15.000 empresas que, ordenadas por sectores, nos permiten conocer las características de cada uno de ellos, sus principales ratios, y en consecuencia determinar el posicionamiento de la empresa que asesoramos en relación con el mercado.

La metodología de Escura Consulting en el área de consultoría está basada en procedimientos ampliamente reconocidos, y que se estructuran en cuatro fases:

1. Iniciamos el proceso analizando detalladamente la situación económica de su empresa
2. Estudiamos su situación en el mercado y la comparamos con la del sector
3. En un breve plazo de tiempo, usted obtiene un informe que le permitirá conocer la salud financiera de su empresa y cuál es su situación respecto a la competencia.
4. Un analista experto comenta la información con usted

Este informe le proporcionará una sólida base para tomar decisiones, mejorar la gestión de su empresa o adoptar políticas de reducción de costes sin comprometer el resultado empresarial.

→ Este es el valor añadido que Escura Consulting le ofrece.



El Departamento de Consultoría de Escura Consulting le permite obtener:

- Análisis de la situación patrimonial y mercantil de la empresa
- Análisis de rentabilidad
- Análisis comparativo del sector y valoración de la sociedad
- Planes de viabilidad y planes sociales. Reestructuración de compañías
- Estudio de costes
- Reestructuración de deudas
- Gestión y compliance del riesgo empresarial
- Implementación y aproximación a los resultados