

## Informe Sectorial 2014 de CESCE

### **La distribución alimentaria incrementará su facturación un 3% en 2014**

- *El gasto alimentario total creció un 0,6%, hasta los 101.250 millones de euros, en 2013*
- *El gasto medio de la cesta de la compra ha sido de 4.553 euros durante el pasado ejercicio*

**Madrid, 25 de agosto de 2014**— El leve aumento de la renta familiar registrado en 2014 propiciará una suave recuperación del sector de la distribución alimentaria, según indica el Informe Sectorial 2014 de CESCE. Un repunte que se reflejará en el crecimiento de la facturación en 2014 y 2015, donde se prevé un alza del 3% y del 4%, respectivamente.

Si bien el sector experimentó un ajuste de márgenes, fruto de la guerra de precios, ya se comenzaron a percibir los primeros síntomas de una recuperación del consumo tanto dentro como fuera de los hogares. En este sentido, el gasto alimentario total se ha incrementado un 0,6%, hasta los 101.250 millones de euros en 2013, rompiendo con la tendencia negativa registrada durante los dos años anteriores.

El informe Sectorial 2014 de CESCE apunta que, en 2013, la cesta de compra experimentó un aumento del 0,4%, lo que se traduce en que cada hogar tuvo un gasto medio de 4.553 euros.

Con respecto a la concentración del sector, España cuenta con una tasa intermedia. Es decir, las tres principales compañías del sector (Mercadona, DIA y Carrefour) disponen de una cuota de mercado del 46% en ventas. Un porcentaje muy inferior al registrado en Irlanda, Dinamarca o Suecia, en los que los tres distribuidores principales abarcan el 70% del mercado, y superior al de Italia (24%), Alemania (35%) y Francia (38%).

Las franquicias han consolidado su posicionamiento dentro del sector durante 2013, ya que el número de locales ha aumentado un 6,5% a nivel global y un 6,9% en términos de superficie. De esta manera, el franquiciado representa el 10,8% de la sala de ventas y el 24% de la red. Si se suman otros tipos asociativos (como los desarrollados por Unide o Covirán), la cifra aumenta hasta el 45% en la red y el 16,3% en la superficie.

CESCE destaca que la estrategia de crecimiento a través de franquicias, para mantener la cuota de mercado, se está convirtiendo en un motor de afianzamiento de la cuenta de resultados de los distribuidores que la practican, puntualizando el éxito obtenido, por ejemplo, por DIA con el tránsito de las tiendas Coco (propias) a Cofo (propias cedidas a franquiciados).

El Informe Sectorial 2014 precisa que el canal *online* también está ganando importantes adeptos, como consecuencia de los cambios en los hábitos de consumo y el acceso a

las nuevas tecnologías, como el *e-commerce*. Este canal está en vías de expansión y a través de él se genera un gasto de alimentación de unos 600 millones de euros.

### **Acerca de CESCE**

CESCE es una compañía especializada en la Gestión Integral del Riesgo Comercial y en Servicios de Crédito que ofrece a sus clientes un servicio que abarca todas las fases del negocio. Es la cabecera del Grupo CESCE, integrado por ocho Compañías de seguro de crédito y de caución con presencia en diez países, INFORMA D&B (información financiera, comercial, y de marketing), y CTI (tecnología y gestión). El objetivo del grupo es aportar seguridad a los intercambios comerciales favoreciendo al mismo tiempo el desarrollo de las empresas.

Para obtener más información sobre CESCE, visite [www.cesce.es](http://www.cesce.es)

### **Más información:**

Manuel G. Vila  
Kreab Gavin Anderson  
Tfno.: 91 702 71 70  
[mgvila@kreabgavinanderson.com](mailto:mgvila@kreabgavinanderson.com)