



Volumen de negocio y evolución del mercado

Número de empresas	470
Número de empleados	6.100
Número medio de empleados por empresa	13,0
Mercado, 2012 (mill. euros) (a)	1.895
• Frutos secos	690
• Snacks	635
• Patatas fritas	570
Evolución del mercado (% var. 2012/2011) (a)	+1,3
• Frutos secos	+0,7
• Snacks	+2,4
• Patatas fritas	+0,9
Concentración (cuota de mercado conjunta en valor), 2011	
• Cinco primeras empresas (%)	40,4
• Diez primeras empresas (%)	50,8

Fuente: DBK

Moderado crecimiento del mercado español de frutos secos y snaks en 2012

05-04-2013

Según un reciente estudio de la consultora, Dbk, el mercado de frutos secos y *snacks* aumentó su valor en 2012 un 1,3% hasta situarse en los 1.895 millones de euros. La innovación de productos, la diversificación de la oferta y la internacionalización han sido las principales estrategias adoptadas por los operadores líderes para hacer frente a la debilidad de la demanda interna.

El mercado de frutos secos y *snacks* cerró el ejercicio 2012 con un valor de 1.895 millones de euros, lo que supuso un incremento del 1,3% respecto a 2011, variación similar a la registrada en el último año.

El dinamismo en el lanzamiento de variedades de mayor valor unitario y el traslado a los precios finales de venta de parte del aumento del coste de las materias primas posibilitaron esta evolución, a pesar del moderado descenso del volumen de consumo.

Por segmentos, las ventas de *snacks* mostraron el mayor dinamismo, registrando un incremento del 2,4% en valor, hasta alcanzar los 635 millones de euros, lo que supuso el 33% del mercado total.

Los segmentos de frutos secos y patatas fritas, por su parte, se situaron en 690 y 570 millones de euros, respectivamente, contabilizándose en ambos casos tasas de variación inferiores al 1%.

El creciente poder de negociación de la distribución alimentaria organizada está intensificando la competencia en el sector, reflejándose en un progresivo aumento de la penetración en el mercado de las marcas de la distribución.

En el contexto descrito, las estrategias de los principales operadores marquistas se están apoyando principalmente en la innovación de productos, la diversificación de su oferta y la internacionalización de su actividad. Brasil, Rusia, India, China, norte de África y este de Europa son los mercados exteriores que presentan un mayor potencial de crecimiento para las empresas españolas.

Estructura de la oferta

El número de empresas dedicadas a la producción y comercialización de frutos secos y snacks se estima actualmente en unas 470, siendo de alrededor de 6.100 trabajadores el volumen de empleo generado por las mismas.

La tendencia hacia la concentración de la oferta en el sector se ha acentuado en los últimos años, como consecuencia del deterioro de la actividad económica, el cese de actividad de compañías de pequeña dimensión y las operaciones de compra y fusión de empresas acometidas por los operadores líderes.

Así, los principales grupos multinacionales y las grandes compañías españolas, con una imagen de marca consolidada y un ámbito de actuación nacional, están afianzando su posición en el sector. En 2012 los cinco primeros operadores reunieron de forma conjunta el 40% del mercado total, porcentaje que se situó en el 51% al considerar a los diez primeros.