



ASEDAS



# II informe de la distribución alimentaria de proximidad en España

# Contenido del Informe

## **Bloque I: Evolución global de la red comercial**

- Aperturas y reformas, motor económico (2020-2022).
- Superficie y establecimientos, al alza (2020-2022).

## **Bloque II: La distribución de proximidad en España**

- Proximidad y comercio franquiciado-asociativo. Fórmulas Comerciales.
- Peculiaridades de la distribución en España: líderes regionales y pequeñas empresas.
- Mayoristas, red estable y cobertura completa.

## **Bloque III: Generación de empleo y rentabilidad**

- Número de empleados del sector. Empleo directo e indirecto y tipo de operadores.
- Evolución de la Rentabilidad Media.

## **Bloque IV: La distribución de proximidad en la España rural**

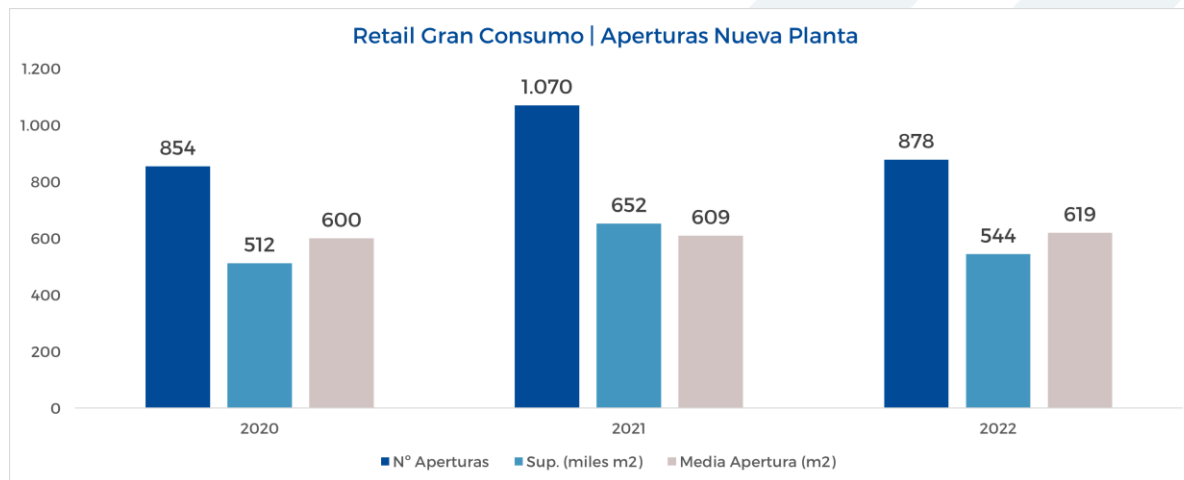
- Cobertura territorial.
- Actividad de los socios de ASEDAS en el entorno rural.

## **Bloque V: Representatividad de las empresas de ASEDAS**

# Bloque I: Evolución global de la red comercial

## Nuevas aperturas, mayor sala media y menor ritmo

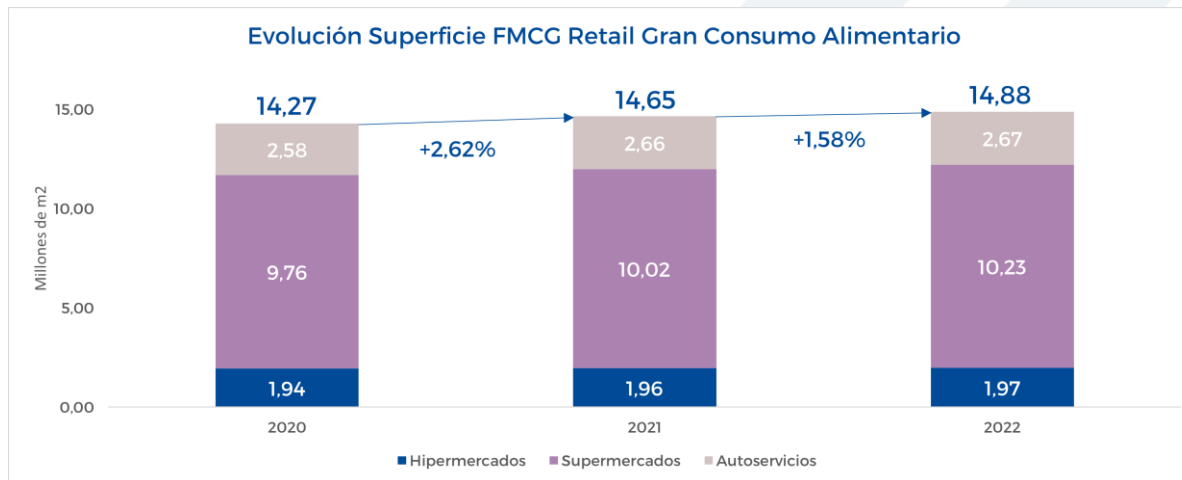
- Las aperturas de nueva planta sumaron 878 unidades en 2022, un 18% menos que un inusual 2021, pero por encima de 2020. La nueva superficie superó los 540.000 m<sup>2</sup>. (sala media de 619 m<sup>2</sup>) ratio que se va elevando en los últimos años.
- Se calcula la inversión en obra nueva en una horquilla entre los 1.300-1.400 M€ y una generación de empleo cercana a los 14.000 trabajadores.
- En el periodo enero-mayo 2023, se han contabilizado 251 aperturas, lo que proyectaría alrededor de 780 a cierre de año.



# Bloque I: Evolución global de la red comercial

## La planta comercial ralentiza su crecimiento

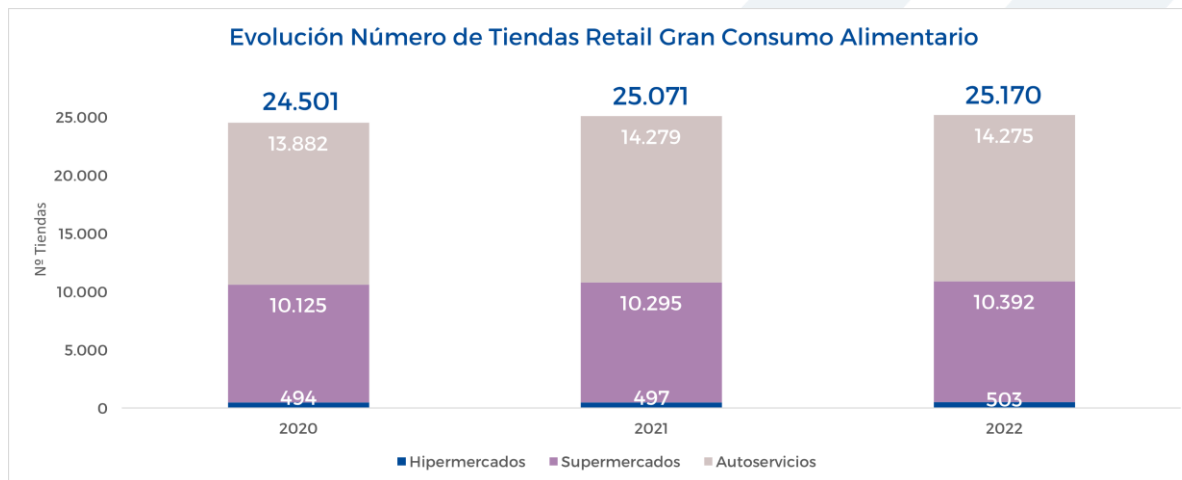
- El sector de la distribución de gran consumo terminó el año 2022 con 14,88 millones de m<sup>2</sup> de superficie comercial; un 86,7 correspondiente a la agregación de supermercados y autoservicios.
- La evolución de la superficie fue del 1,58% en el último año y acumulada del 4,2% respecto a 2020, ejercicio marcado por la pandemia.
- Durante los primeros 5 meses de 2023, se observa un ligero crecimiento (+0,2%) respecto al cierre de 2022.



# Bloque I: Evolución global de la red comercial

## El supermercado, formato con mayor resistencia

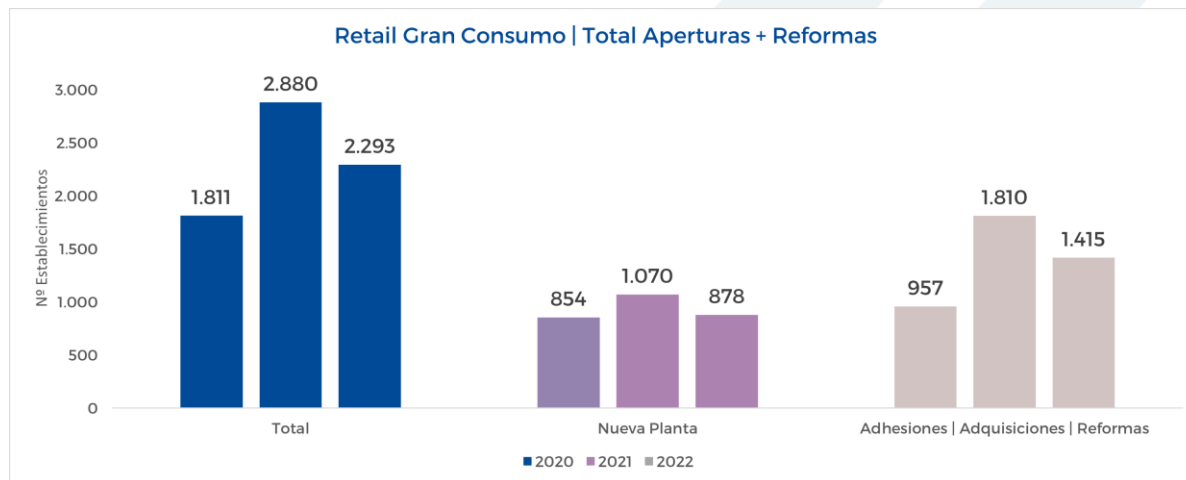
- El número de tiendas rondó 25.200 unidades en 2022 (+669 uds. vs. 2020). El súper presenta incrementos continuados, mientras el autoservicio bajó unidades respecto a 2021. El híper vive un ligero repunte basado en formatos más pequeños.
- Existe un establecimiento de distribución alimentaria por cada 1.886 hab. en España; en términos de densidad comercial, 2022 se cerró con un índice de 313,3 m<sup>2</sup>/1.000 hab. (309,6 m<sup>2</sup> en 2021).
- Hasta mayo-23, el balance de aperturas y cierres presenta un saldo positivo de 35 puntos de venta vs. FY 2022.



# Bloque I: Evolución global de la red comercial

## Apuesta por la renovación

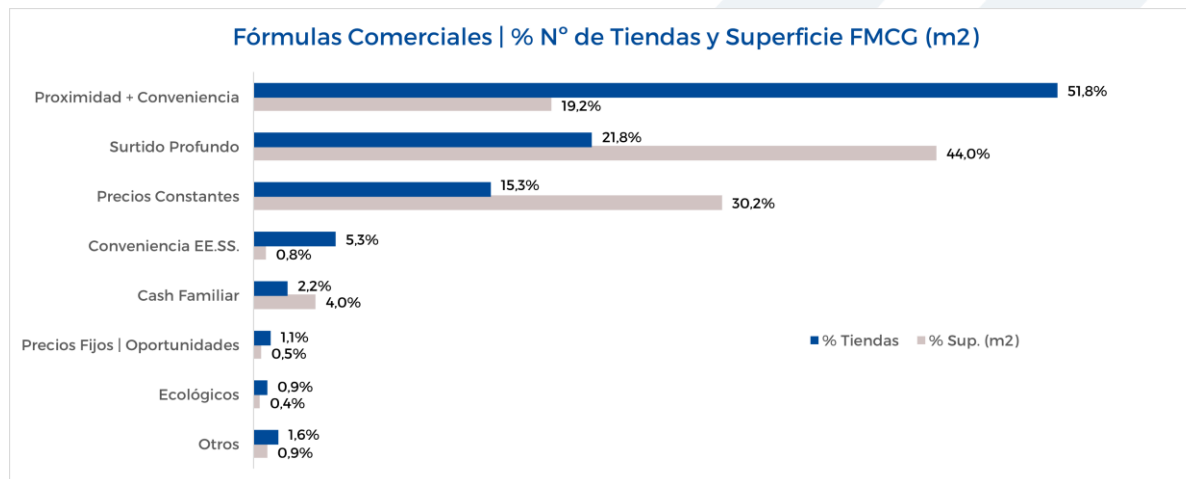
- Casi 7.000 establecimientos han sido puestos en marcha o reformados durante el último trienio (2020-2022); esto supone el 27,7% del total de las unidades de la red. Si extendemos la visión a 5 años (2018-2022), el porcentaje sube al 45%.
- Solo en el último año (2022) se alcanzaron los 2.293 puntos de venta. A las 878 aperturas de nueva planta se suman otras 1.415 inversiones menores entre adquisiciones, adhesiones a redes de franquicias, cambios de enseñas y reformas.
- En los primeros 5 meses de 2023 ya se registran más de 840 eventos de inversión, entre aperturas y reformas.



## Bloque II: La distribución de proximidad en España

### La diversidad de fórmulas aporta más competencia

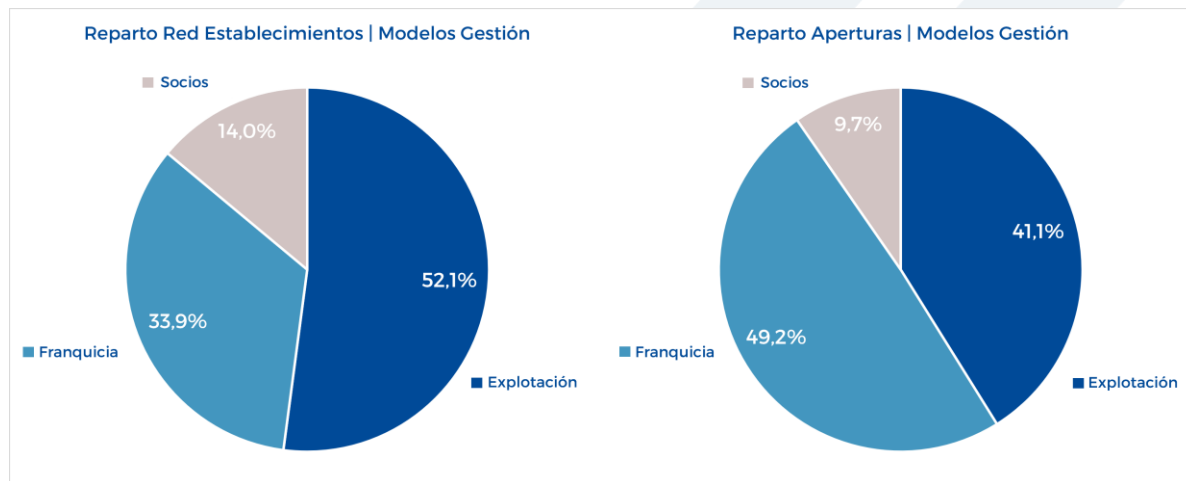
- Las enseñas encuadradas en las fórmulas de *Proximidad y Conveniencia* son las más representativas en número de establecimientos (51,8%) del total, lo que favorece la compra sin grandes desplazamientos y la sostenibilidad.
- Son muy diversas las fórmulas comerciales ofrecidas al consumidor. Se han desarrollado, además, alternativas concretas como el *Cash Familiar* o los *Precios Fijos | Oportunidades*, que ofrecen capacidad de elección al consumidor.
- Los grandes aportadores de superficie son los formatos de carga, *Surtido Profundo* o *Precios Constantes*.



# Bloque II: La distribución de proximidad en España

## La franquicia supera las 12.000 unidades

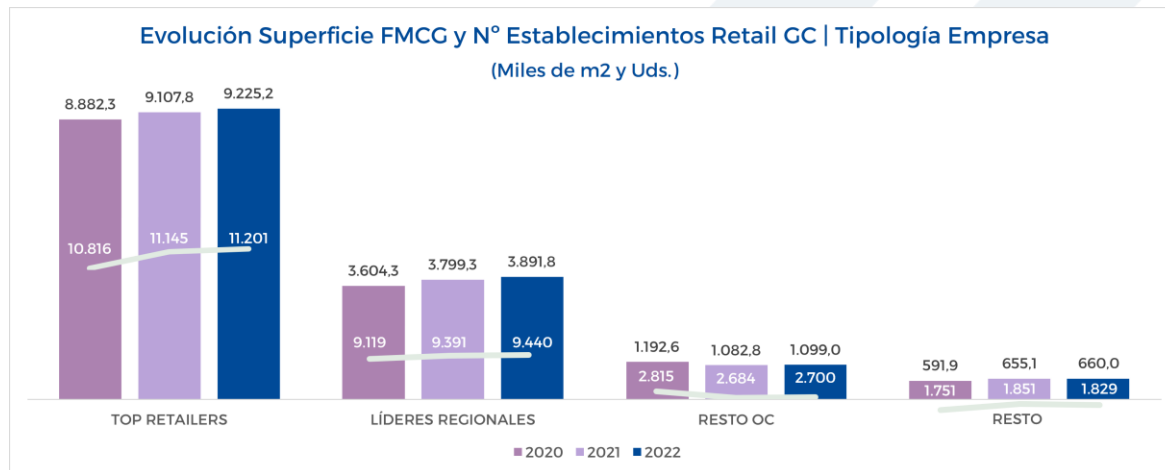
- La solidez en el ritmo de aperturas de tiendas franquiciadas o cooperativistas ya situó en 12.058 unidades la suma de estos modelos a finales de 2022, casi el 48% del total de la red. La media supera las 700 uds./año en el último lustro.
- Las nuevas franquicias generaron más de 2.000 empleos en 2022 en un gran porcentaje ocupados por mujeres, además de una amplia diversidad de nuevos emprendedores.
- Franquicia-Asociación siguen apostando por las zonas rurales; el 20% de las aperturas en 2022 ha sido en municipios de <10.000 hab.



# Bloque II: La distribución de proximidad en España

## Líderes Regionales, fortaleza y alternativa

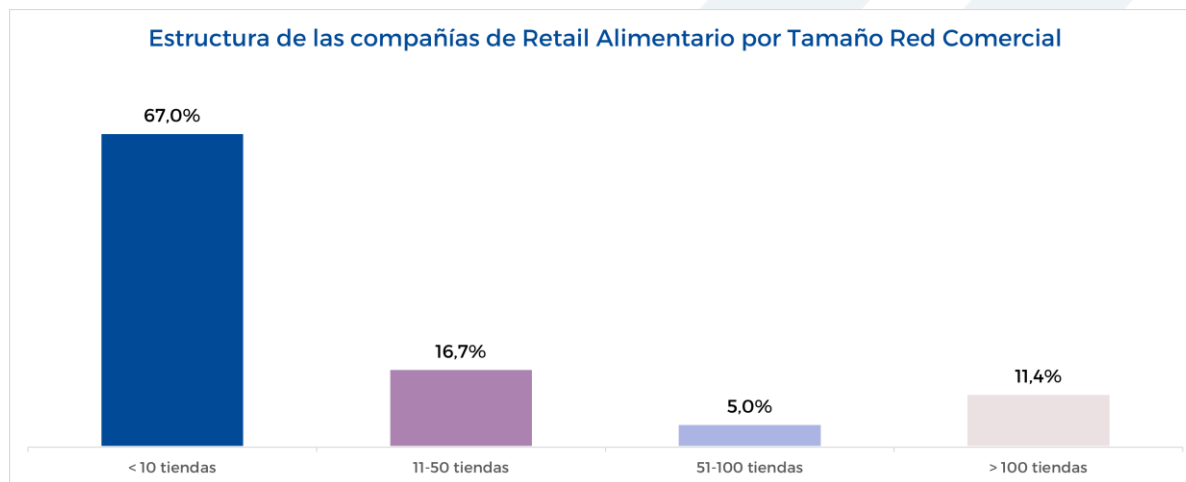
- Durante los dos últimos ejercicios los 25 principales líderes regionales han elevado su número de tiendas en la misma línea de los Top Retailers (+3,5%). Su crecimiento en superficie ha sido claramente superior (+8% vs. +3,9%).
- Los líderes regionales pueden considerarse mucho más que una particularidad del mercado español frente a otros países europeos. Se trata de empresas que lideran un gran número de mercados a nivel local, provincial y autonómico.
- Además de esto, varios líderes regionales surten a la mayoría de las franquicias y asociados repartidos por el mundo rural.



## Bloque II: La distribución de proximidad en España

### Las pequeñas empresas no pierden cuota

- Un total de 229 sobre las 342 empresas auditadas con actividad directa en Retail Alimentario gestionan una red de 10 ó menos tiendas y otras 57 se sitúan en la horquilla de 11-50.
- El grupo reúne 2.050 establecimientos y elevó su sala en cerca de 28.000 m2 en 2022; unos 3.000 m2 correspondieron al grupo de 10 tiendas o menos.
- Este tipo de empresas destacan por su presencia sostenida en el ámbito local y provincial; son firmas familiares que generan competitividad, equilibrio al sector y fomentan el consumo de productos locales.



## Bloque II: La distribución de proximidad en España

### Mayoristas, red estable y cobertura completa

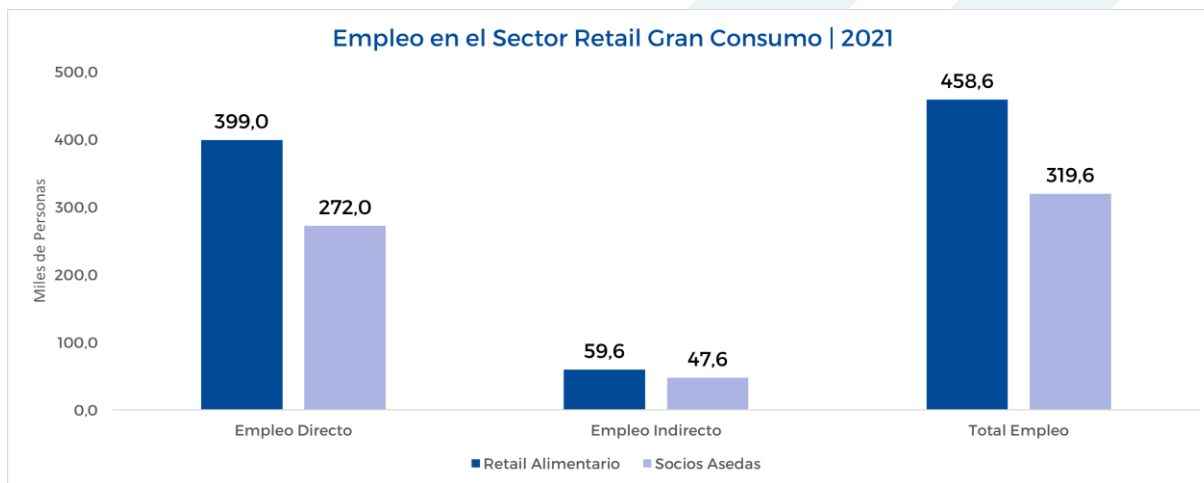
- Las compañías mayoristas extienden sus 615 cash & carry por todas las provincias del país, red muy estable en número durante los últimos ejercicios.
- Sus estructuras logísticas dan servicio a aproximadamente el 65% de las tiendas franquiciadas y asociadas del país, porcentaje que supera incluso el 70% en localidades por debajo de 10.000 habitantes.
- Además, el resto de comercio sin identificación corporativa es nutrido casi en exclusiva por mayoristas asociados a centrales de compra.



## Bloque III: Generación de empleo y rentabilidad

### Más de 465.000 personas trabajan en un sector al alza

- El Retail Alimentario contabilizó un total superior a los 458.600 empleos en 2021, a partir de la explotación de más de 25.000 establecimientos.
- Si tenemos en cuenta también el empleo generado por las empresas estrictamente mayoristas (cash & carry), habría que agregar otros 6.445 puestos de trabajo, lo que lleva el total por encima de los 465.000 empleos.
- Hay que distinguir entre los 399.000 puestos de trabajo de propios los operadores del sector y los más de 59.600 que trabajan para pymes vinculadas a través de contratos de franquicia o asociación a cooperativas.



## Bloque III: Generación de empleo y Rentabilidad

### Los asociados a centrales de compras generan 1 de cada 3 empleos

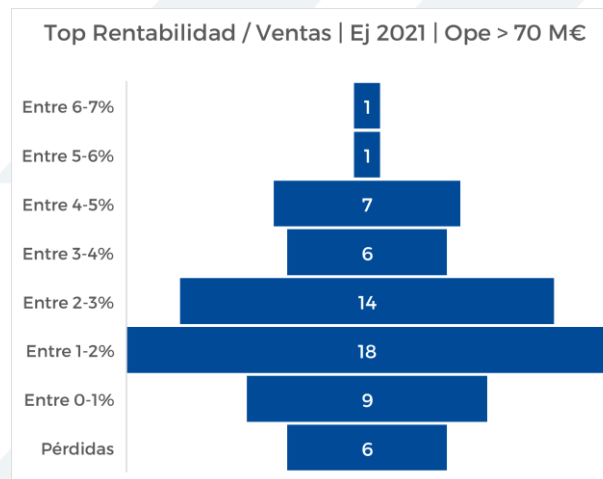
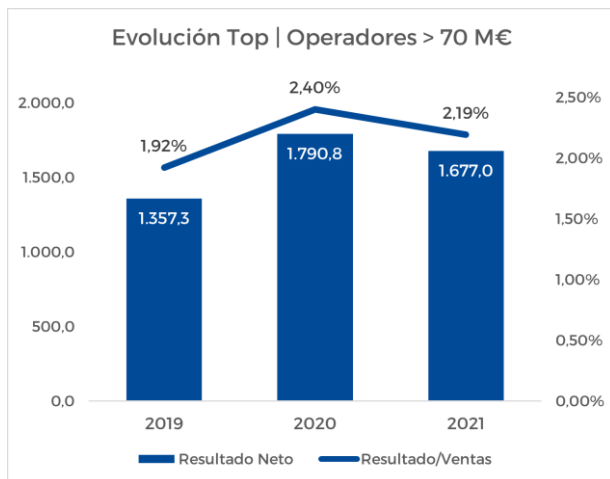
- Las compañías asociadas a centrales de compras (habitualmente negocios de capital familiar con ámbito de actuación autonómico o provincial) generan el 32,8% del empleo.
- Son más de 150.000 empleos generados, 114.000 directos y el resto a través de franquiciados o asociados diseminados por barrios de las ciudades o entorno rural.
- Los Top Retailers (9 principales operadores nacionales o suprarregionales) dan empleo al 63,8% de los trabajadores del sector. Seis de estos *players* cuentan con ramas de franquicias y solo tres gestionan establecimientos de forma directa.



# Bloque III: Generación de empleo y Rentabilidad

## La rentabilidad media del sector se sitúa entre el 2-3%

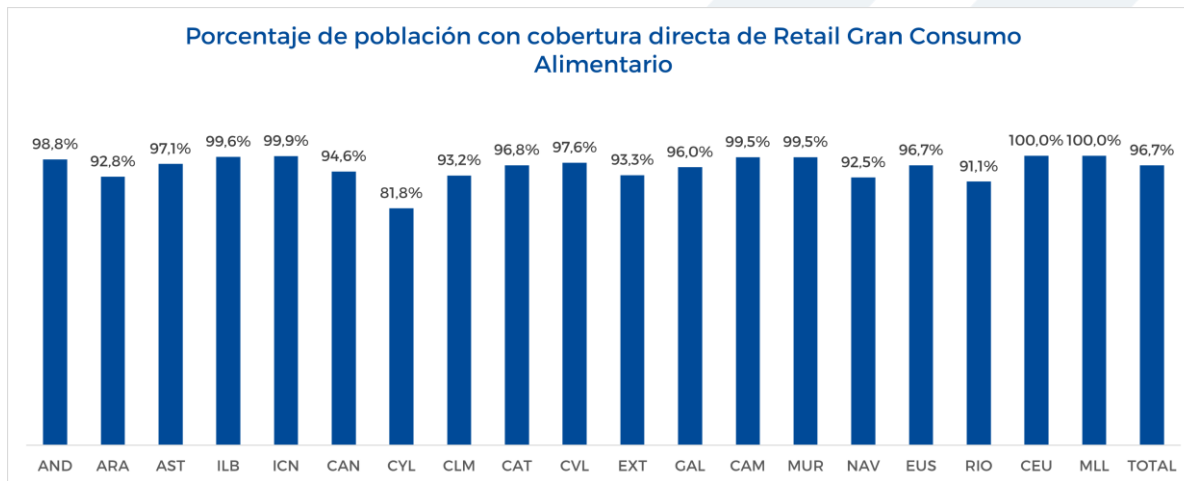
- El conjunto de las compañías más representativas del sector obtuvo un beneficio conjunto de 1.677 M€ en el último ejercicio auditado de forma completa (2021). La cifra representa un 2,19% de las ventas de esas empresas y supone un ligero descenso respecto al año anterior, cuando la ratio se situó en el 2,40%.
- La mayoría de los operadores se sitúan en la franja entre el 1-3% de rentabilidad sobre ventas; concretamente son 32 de los 62 auditados (ventas individuales >70 M€ y cuota superior al 92% en su conjunto).



## Bloque IV: La distribución de proximidad en la España rural

### El 97% de los habitantes tienen cobertura directa en su municipio

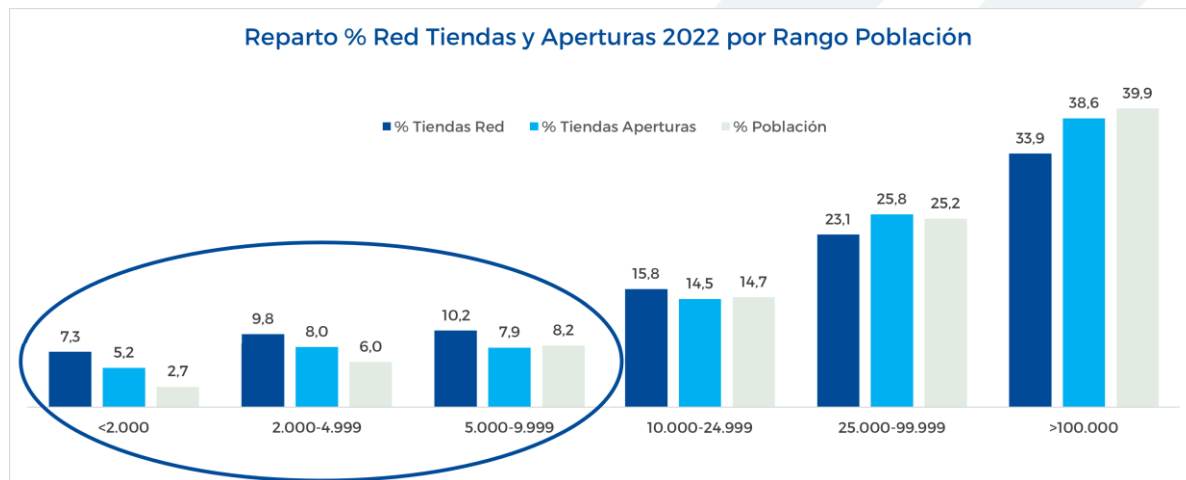
- El Retail Alimentario está presente en 3.490 municipios españoles, donde residen el 96,7% de los habitantes del país.
- La cobertura se mantiene y los cierres de establecimientos se compensan con las aperturas. Desde 2018 a 2022 se han cerrado 1.204 tiendas en municipios menores a los 10.000 habitantes y se han abierto 1.207, dato muy positivo en términos de vertebración.
- Si incluimos traspasos y reformas, los eventos recogidos en el entorno rural en el último lustro son más de 2.500.



# Bloque IV: La distribución de proximidad en la España rural

## Presencia superior a la población

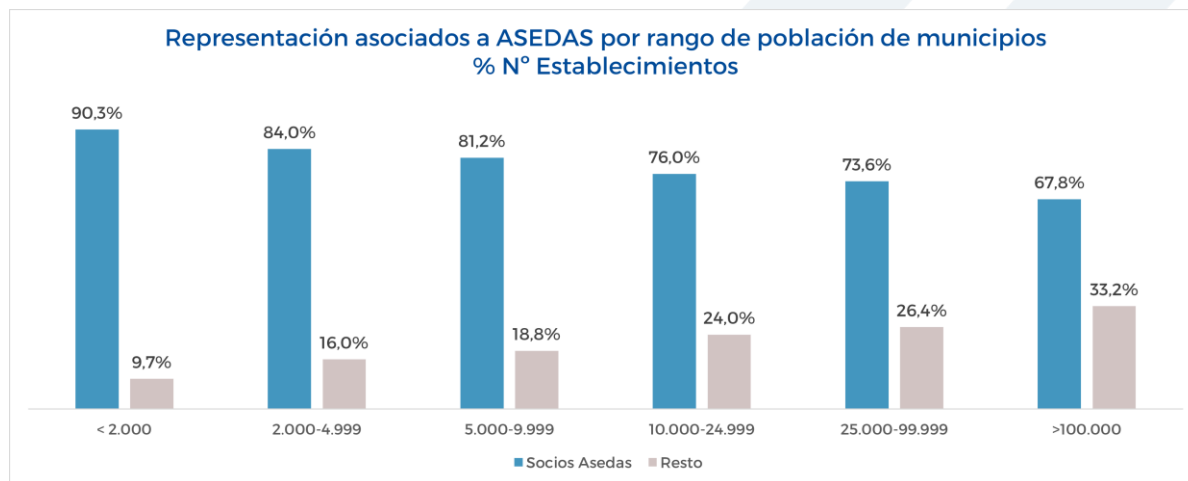
- El 27,3% de las tiendas activas a finales de 2022 por las empresas de Retail Alimentario se ubican en municipios menores a 10.000 hab., donde reside el 16,9% de la población.
- Esta desproporción vendría justificada por la dispersión de la población rural en varias de las comunidades autónomas del país.
- Un nada despreciable 21,1% de las aperturas del último ejercicio correspondieron a ese entorno de carácter rural.



## Bloque IV: La distribución de proximidad en la España rural

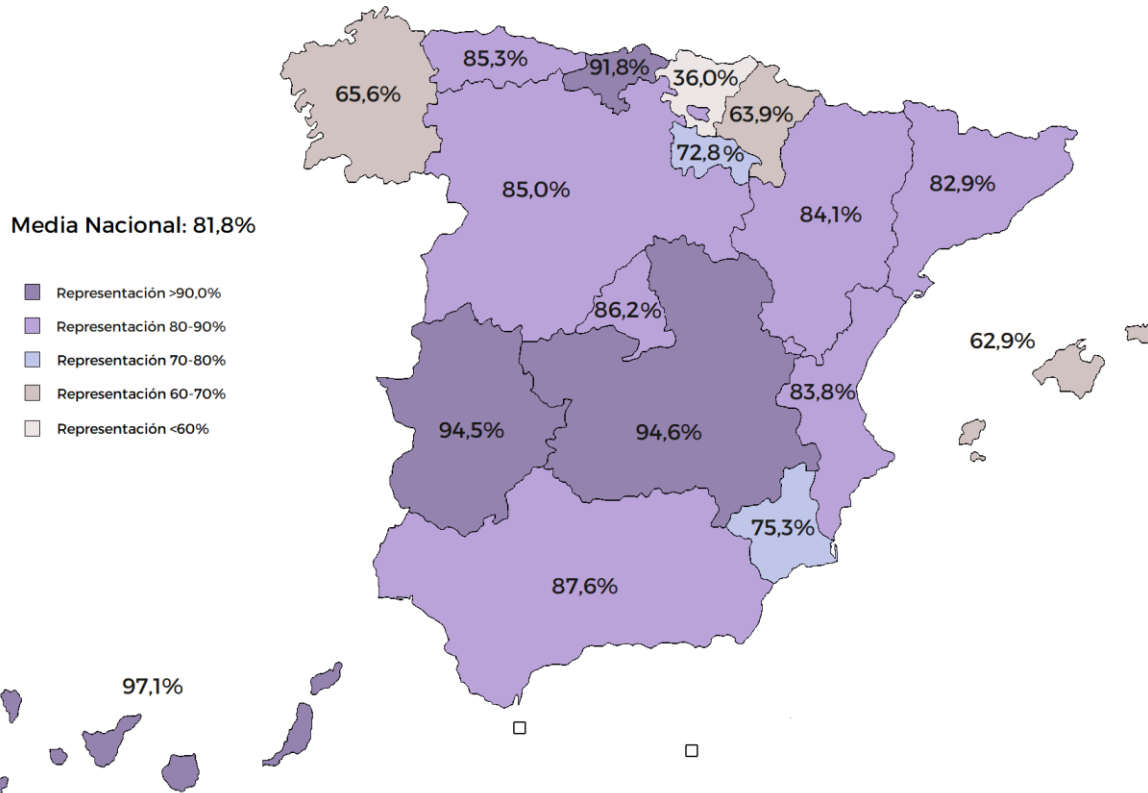
### Los socios de ASEDAS copan la atención al mundo rural

- Las compañías de supermercados y autoservicios asociadas a ASEDAS son más representativas en las localidades de menor tamaño, entornos rurales en los que el comercio ejerce una función vertebradora del territorio poniendo al alcance de sus habitantes los productos de primera necesidad.
- La media nacional de representación del 75% en número de establecimientos se eleva por encima del 90% en el caso de los municipios más pequeños (<2.000 hab) y roza el 85% en el conjunto de los menores a 10.000 hab.



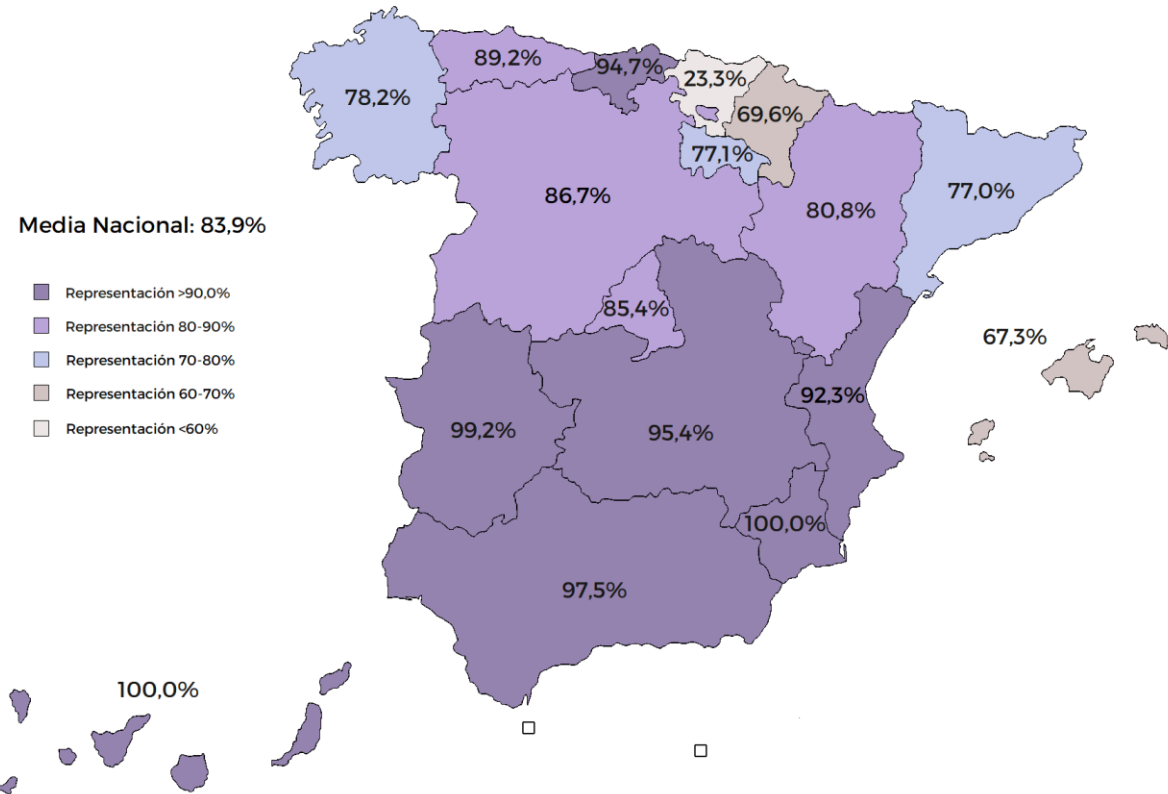
# Bloque IV: La distribución de proximidad en la España rural

Representación asociados de ASEDAS sobre superficie comercial por CCAA | FY 2022  
Entorno Rural | Municipios < 10.000 hab



# Bloque IV: La distribución de proximidad en la España rural

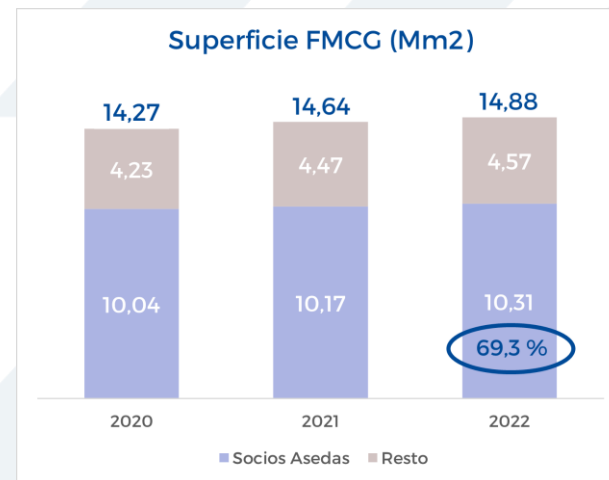
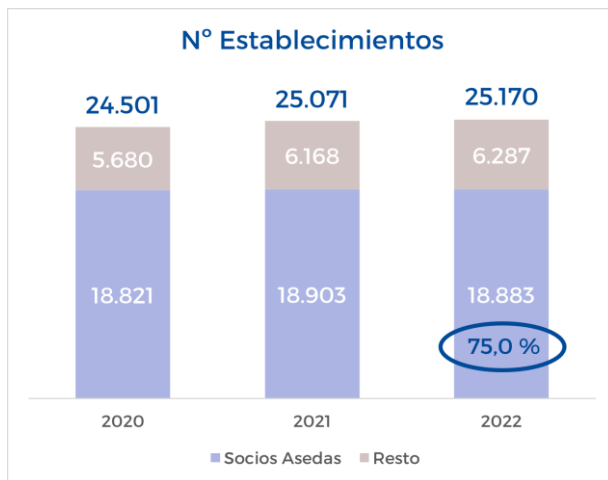
Representación asociados de ASEDAS sobre superficie comercial por CCAA | FY 2022  
Entorno Rural | Municipios < 2.000 hab



# Bloque V: Representatividad de los socios de ASEDAS

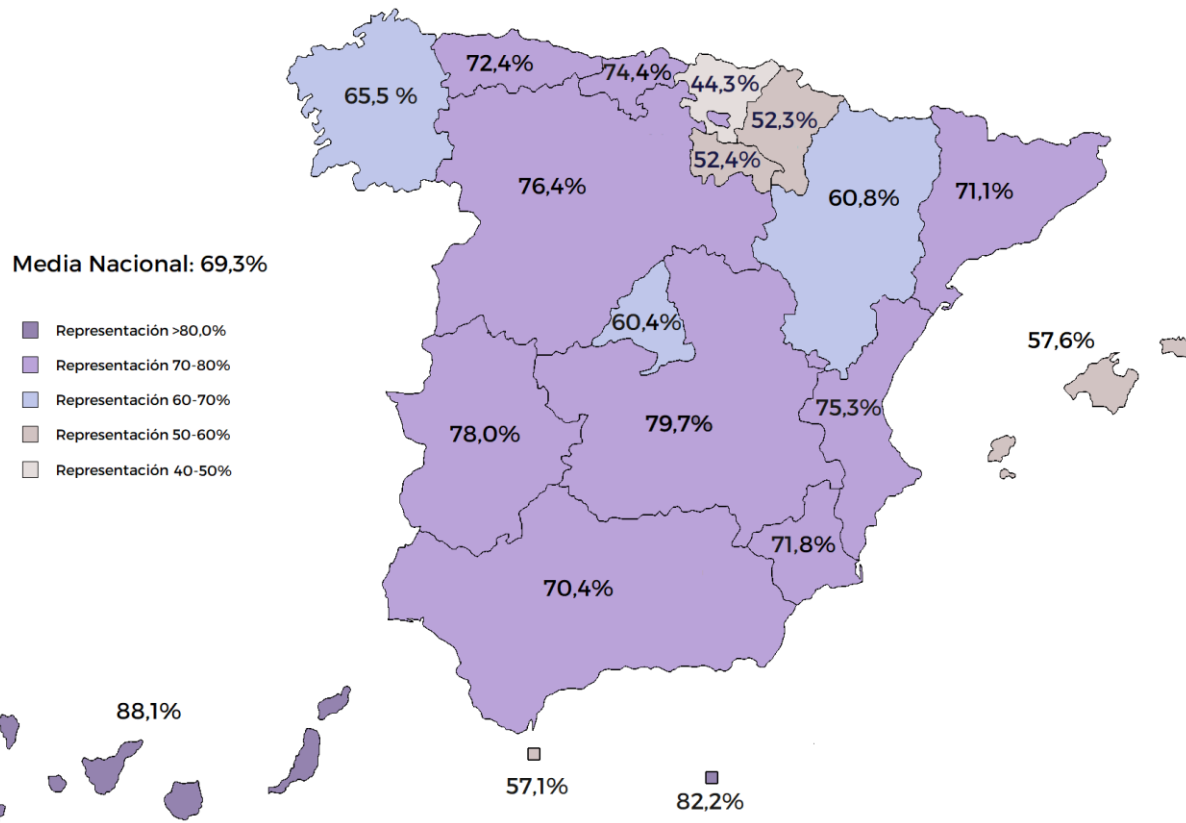
## Red Comercial

- Las empresas de ASEDAS representan el 70% de la superficie comercial de productos de alimentación y gran consumo, con más de 10,3 millones de m2 en su conjunto.
- Suman más de 320.000 trabajadores y reúnen cerca de 19.400 tiendas en formato supermercado, autoservicio y cash, además, de las dos principales centrales de compra en España.



# Bloque V: Representatividad de los socios de ASEDAS

Representación asociados de ASEDAS sobre superficie comercial por CCAA | FY 2022



# Ficha Técnica

## **Universo analizado: Retail Gran Consumo Organizado con base alimentaria**

Lo componen todos los establecimientos de las categorías Autoservicio, Supermercado e Hipermercado pertenecientes o dependientes de compañías que actúan de forma organizada e identificada bajo enseñas comerciales concretas. No se incluyen establecimientos tradicionales ni los que funcionan bajo denominaciones genéricas.

## **Periodo: Ejercicio 2022**

Datos a cierre del ejercicio 2022 e inmediatamente anteriores y hasta primer cuatrimestre 2023 como referencia evolutiva.

## **Autor: RETAIL DATA**

RETAIL DATA es una consultora especializada en el análisis del Retail de Gran Consumo en España y Portugal. Gestiona la mayor y más completa base de datos evolutiva sobre Retail, que permite el análisis en tiempo real y comparativo del sector en su conjunto, así como de operadores, enseñas, modelos de gestión, fórmulas comerciales o cualquier tendencia en particular.

