ASEDAS

Asociación Española de Distribuidores, Autoservicios y Supermercados

XIII Jornadas SERAGRO

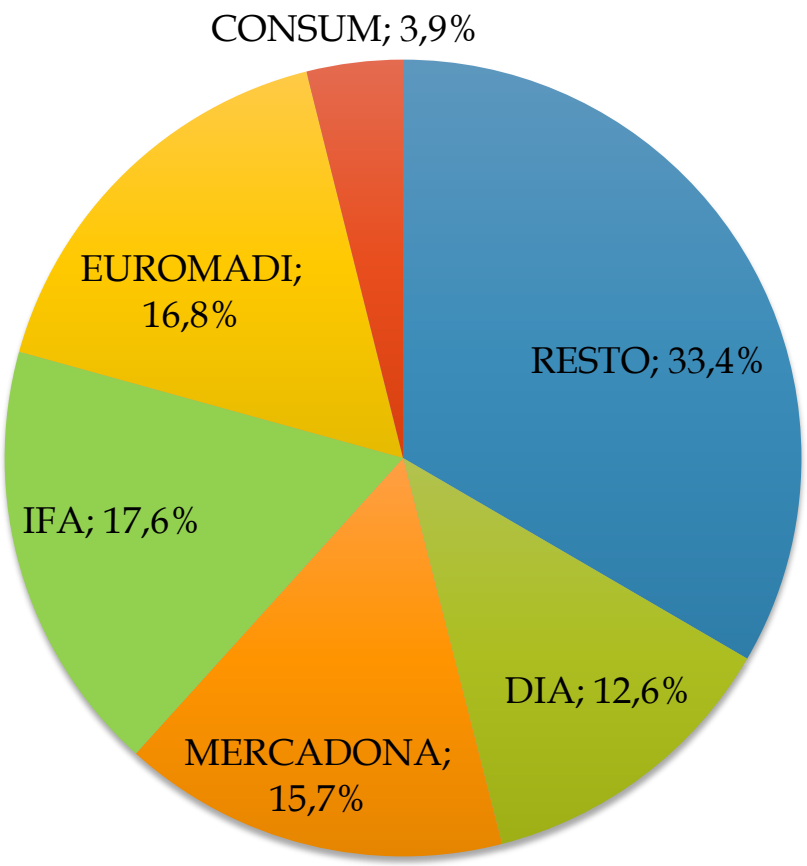
Vacún de leite

Felipe Medina Martín
@felipemedmar

Lugo – 13 de noviembre de 2015

Empresas de ASEDAS

LIDERAZGO DE LAS EMPRESAS DE ASEDAS EN LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA



ASEDAS representa el **66,7%** de la superficie de venta de alimentación en distribución moderna

4 de cada 5 tiendas de distribución alimentaria organizada

Fuente: Alimarket, 2015

Características de las empresas de ASEDAS

Formato supermercado

Muy intensivas en empleo

Empresas familiares y cooperativas, centrales de compra y cotizadas

Proximidad a los clientes

Negocio: la alimentación

Muy regionalizadas

DATOS DE LAS EMPRESAS DE ASEDAS 2014/2015

18.000 tiendas

10 millones de m^2

50.000 millones de € en ventas

260.000 trabajador@s

75% de empleo femenino

Cadena Alimentaria

HORECA
300.000
locales

HORECA
32.025 mill. €
(32%)

Balanza
comercial
+ 9.500 mill. €

21.385
tiendas
Distribución
moderna

32.300
Comercio
tradicional

Moderna
48.832 mill €
72%

Tradicional
18.802 mill €
28%

Gasto hogar
69.225 mill. €
(68%)

Consumo
alimentario

101.250
mill. €

29.196
industrias
alimentarias

Facturación: 86.298 mill. €

3.397
Cooperativas
agrarias

Facturación: 25.696 mill. €

760.000
agricultores,
pescadores…

Producción final agraria = 42.354 mill. €

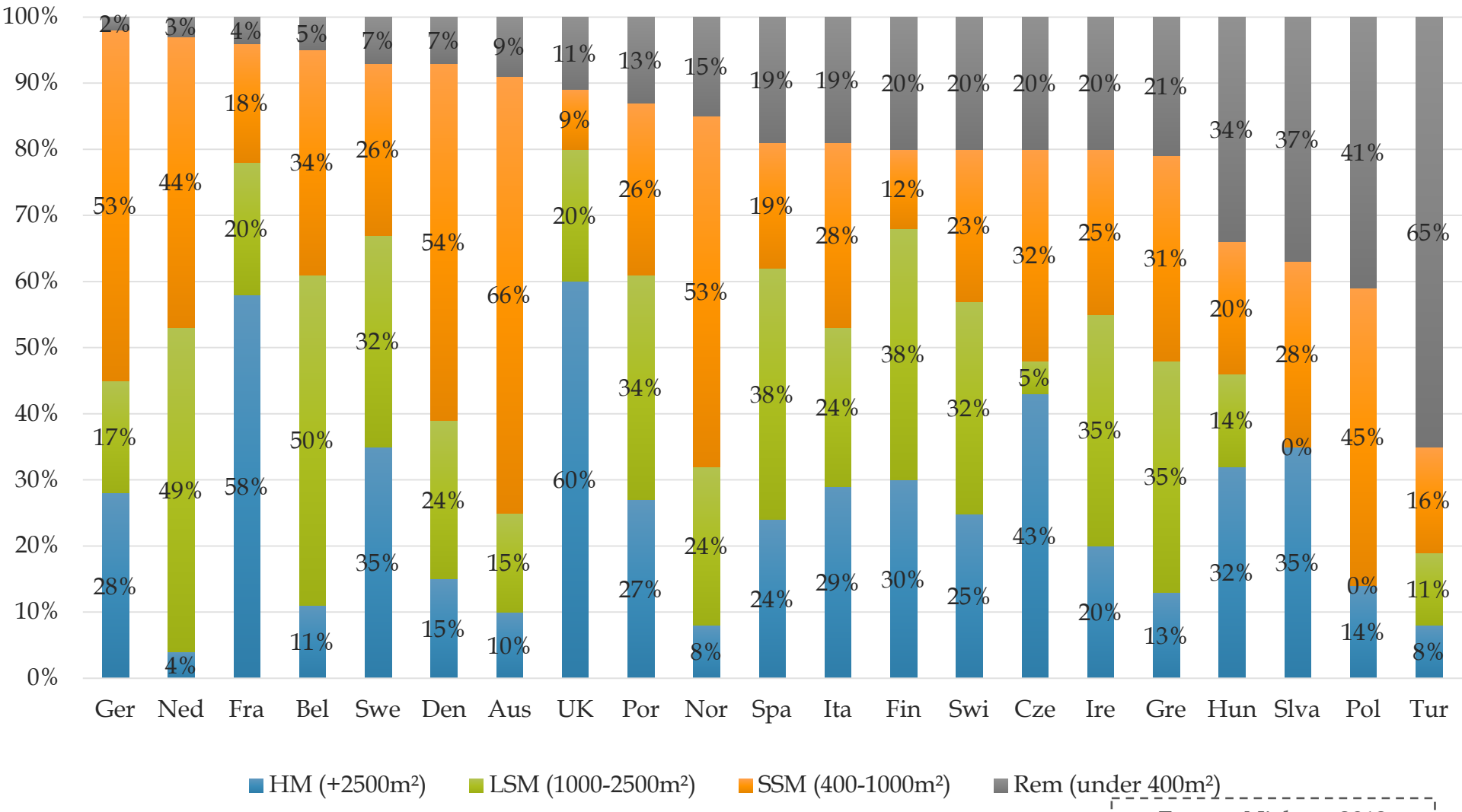
Contribución de la cadena agroalimentaria a la economía española

	VAB = 8,4% del PIB		2,3 millones de empleos	
Industrias de insumos y servicios	8.475 mill €	10%	39.800	2%
Producción Agraria	20.954 mill €	24%	742.000	32%
Industria Agroalimentaria	21.980 mill €	25%	432.000	19%
Transporte productos agroalimentarios	8.519 mill €	10%	209.000	9%
Distribución comercial	27.622 mill €	31%	915.000	39%

Rasgos de la distribución alimentaria en España

- Peso del **comercio tradicional** en frescos
- Más **diversidad de empresas y formatos** que en otros estados europeos
- **Menor concentración** y mayor número de operadores.
- Peso de **cadenas regionales**
- Importantes **diferencias entre zonas**
- **Competitividad en precio**

Reparto entre formatos muy equilibrado



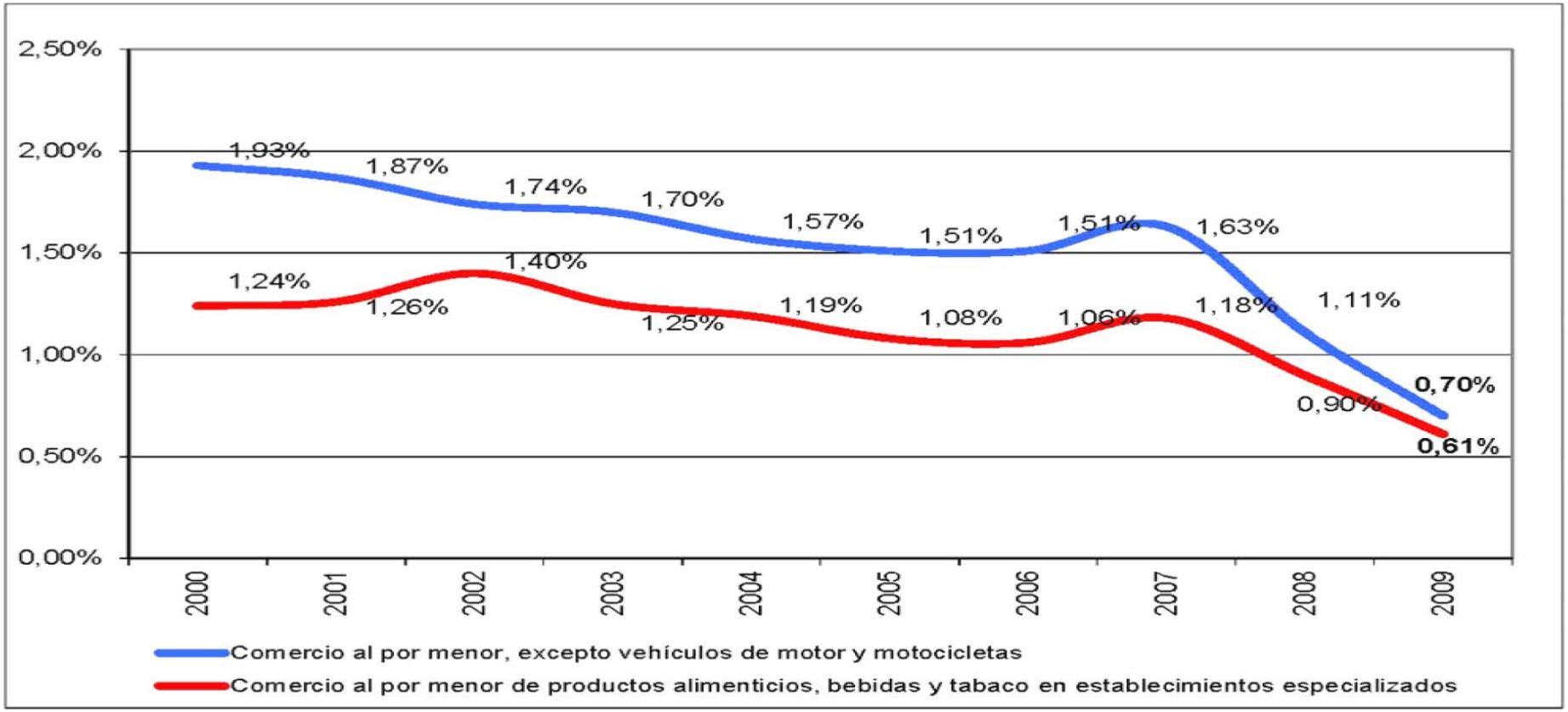
Fuente: Nielsen, 2013

Importante cambio en el rol de la distribución hacia la prescripción

- Nº de referencias en el mercado: 1.000.000 + 3000 nuevos/año
- Superficie supermercados: 400m^2 - 2500 m^2
- Surtido: 8.000/10.000 referencias

Ajuste de costes y márgenes

Gráfico 12. Comparación de la evolución del margen neto en el comercio minorista general y en el de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados, en porcentaje. 2000-2009



Notas: a) el margen neto se calcula como el resultado económico neto dividido entre la cifra neta de negocios, y se expresa en %; b) los datos de margen son datos medianos del sector.

Fuente: Banco de España, Central de Balances, Ratios sectoriales de las sociedades no financieras

¿Qué ... DISTRIBUCIÓN EL FUNCIONAMIENTO DE LA CADENA EN EL CONTEXTO QUE HEMOS DESCRITO?

- La Orientación al PRECIO de los consumidores (de *T/T/D a U/T/D)*
- Las condiciones de FUERTE COMPETENCIA con las que trabaja la distribución (*los consumidores votan con sus pies)*
- ▼ MÁRGENES ▲ ROTACIÓN
- La necesidad de CUMPLIR NORMAS cada vez más exigentes (*de la Seguridad Alimentaria a la "última frontera" de la Calidad)*

OBJETIVO: FIDELIZACIÓN

¿Qué pasa con la leche y los productos lácteos?

- Contexto internacional
- Contexto interno
- Acuerdo lácteo:

1. Banalización
2. Origen de la leche
3. Contratación