

Distribución y Comercialización

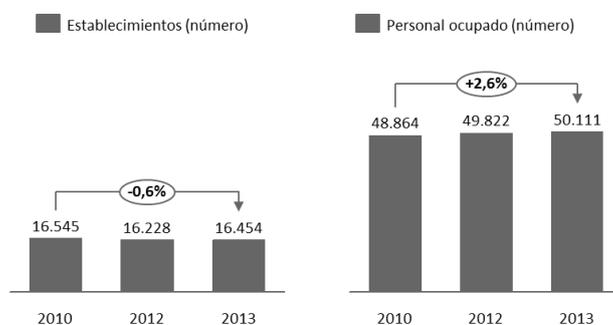
Las actividades económicas que intervienen en la comercialización y distribución de alimentos y bebidas hacia los hogares y otros establecimientos en Euskadi agrupan tanto el comercio al por mayor de productos alimentarios, bebidas y tabaco, como el comercio al por menor en establecimientos no especializados (con predominio en productos alimentarios, bebidas y tabaco) y el comercio al por menor de productos alimentarios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados.

Adicionalmente, se incluyen otras actividades como las relacionadas con los intermediarios del comercio de productos alimentarios, bebidas y tabaco o el comercio al por menor de productos alimentarios, bebidas y tabaco en puestos de venta y en mercadillos.

En conjunto, las actividades de comercialización y distribución de alimentación, bebidas y tabaco de Euskadi cuentan con más de 16.000 establecimientos que generan 50.111 puestos de trabajo.

Figura 34

Evolución del número de establecimientos y personal ocupado por el sector de la comercialización y la distribución de alimentos y bebidas en Euskadi (2010-2013; Nº)



Fuente: Eustat

Concretamente, entre los comercios, destacan los vinculados al comercio al por menor de productos alimentarios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados, que, con más de 7.000 establecimientos representan el 43% del número total de establecimientos en Euskadi, y el 26% del empleo generado, seguido de los establecimientos de comercio al por menor de productos alimentarios, bebidas y tabaco en establecimientos no especializados, que representan el 17% de los establecimientos (2.870 establecimientos en 2013) y el mayor número de empleos generados (44,5% sobre el total).

Figura 35

Evolución del número de establecimientos y personal ocupado por el sector de la comercialización y la distribución de alimentos y bebidas en Euskadi, por tipología (2010-2013; Nº)

		2010	2012	2013
461 Intermediarios del comercio	Establecimientos	3.658	3.820	3.895
	Personal ocupado	5.178	5.010	4.945
463 Comercio al POR MAYOR de productos alimenticios, bebidas y tabaco	Establecimientos	2.040	1.913	1.916
	Personal ocupado	9.935	9.046	8.967
471 Comercio al POR MENOR en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimenticios, bebidas y tabaco	Establecimientos	2.801	2.789	2.870
	Personal ocupado	19.983	22.013	22.308
472 Comercio al POR MENOR de productos alimenticios, bebidas y tabaco en establecimientos especializados	Establecimientos	7.179	7.017	7.093
	Personal ocupado	12.816	12.858	13.047
478 Comercio al POR MENOR en puestos de venta y mercadillos	Establecimientos	867	689	680
	Personal ocupado	952	895	844
TOTAL	Establecimientos	16.545	16.228	16.454
	Personal ocupado	48.864	49.822	50.111

Fuente: Eustat

La mayor parte de los socios del Cluster de Alimentación relacionados con el ámbito de la comercialización y distribución de alimentos y bebidas se enmarcan bajo las actividades de *comercio al por menor en establecimientos no especializados, con predominio en productos alimentarios, bebidas y tabaco*, y otras empresas con establecimientos como supermercados, hipermercados y grandes superficies. Concretamente, en este ámbito existen en Euskadi 1.204 empresas (un 4,5% más que en 2011), con una mayor concentración en Bizkaia.

Comparativamente, Euskadi cuenta con el 4,7% de las licencias de alimentación y el 3,3% de la superficie de alimentación a nivel estatal. Más concretamente, Euskadi representa el 6,3% de los hipermercados a nivel estatal, el 6,3% de las licencias de comercio ambulante y mercadillos o el 4,8% de los supermercados pequeños. En conjunto, Euskadi cuenta con 863 supermercados y 30 hipermercados, según datos de 2013.

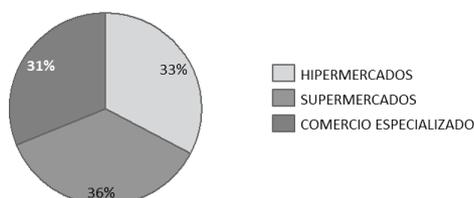
Figura 36
Distribución alimentaria en Euskadi (2013; Nº y %)

	Licencias de alimentación	Superficie alimentación (m ²)	Supermercados pequeños (<399 m ²)	Supermercados medianos (400-999 m ²)	Supermercados grandes (>1.000 m ²)	Hipermercados	Licencias de comercio ambulante y mercadillos
País Vasco	11.053	637.412	489	277	97	30	1.146
País Vasco / Estado (%)	4,7	3,3	4,8	4,4	2,9	6,3	6,4

Fuente: MERCASA. Gobierno Vasco en base a datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

En este sentido, **destaca el supermercado como formato comercial predominante en Euskadi**, que dedica la mayor parte de su superficie a la sección de alimentación.

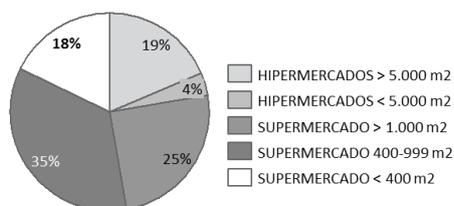
Figura 37
Superficie de alimentación por formatos comerciales en Euskadi (2013; %)



Fuente: MERCASA. Gobierno Vasco en base a datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

Por otro lado, los supermercados medianos (400-999 m²) son los que mayor presencia tienen en Euskadi en términos de superficie ocupada, suponiendo el 35% de la misma.

Figura 38
Superficie de los establecimientos alimentarios de Euskadi (2013; %)



Fuente: MERCASA. Gobierno Vasco en base a datos de Alimarket (2013), INE (2013), FEHR (2013) y Fundación La Caixa (2013).

No obstante y a pesar de que el gran consumo se realiza mayoritariamente en grandes superficies, la tienda tradicional continua siendo el lugar elegido por muchos consumidores para la adquisición de alimentos vinculados a los sectores cárnico, pesquero y panadero.

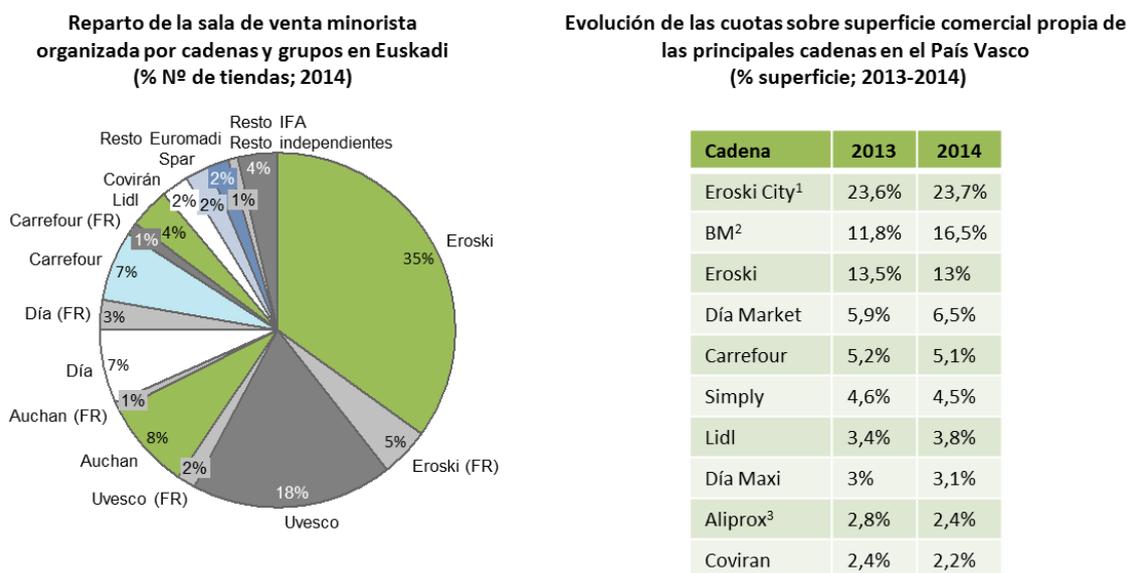
Adicionalmente, **destaca el ligero descenso en la concentración tradicional de los operadores vascos en el ámbito de la distribución minorista**, que aunque continua siendo muy alta con respecto a otros territorios, ha visto como las restricciones cada vez más livianas a nivel comercial por mandato europeo y la llegada de nuevos operadores han destensado levemente el peso de los principales actores vascos en este ámbito.

Concretamente, las cinco primeras cadenas y grupos en el País Vasco representan el 75% del número de establecimientos (85,2% si se incluyen las redes en régimen de franquicia). Considerando únicamente las tiendas en propiedad, Eroski se ha mantenido líder en 2014 en los tres territorios históricos y en el conjunto de Euskadi, absorbiendo el 34,9% del sector, seguido de Uvesco (18,3%) y Auchan (8%).

Por su parte, Mercadona se ha estrenado en Euskadi marcando un punto de inflexión al tratarse, por un lado, de un territorio históricamente muy restrictivo en términos comerciales y, por otro, de la única Comunidad donde no tenía representación hasta el momento. En 2014, Mercadona representó el 25,8% del total de nueva superficie creada en Euskadi, gracias a las tres inauguraciones realizadas en Vitoria, y ha impulsado a lo largo de 2015 la apertura de nuevos centros en Bizkaia. De cara a los próximos cinco años, Mercadona se ha marcado como objetivo la inversión por encima de los 50 Millones de Euros en el territorio, factor que modificará el panorama de la distribución en Euskadi, a pesar de que hasta el momento su representación en términos de cuota de mercado es testimonial.

Figura 39

Principales operadores en el ámbito de la distribución minorista en Euskadi



Nota: FR – Franquicia

¹ Incluye la línea Eroski City

² Incluye BM Urban y BM Complet

³ Incluye Franquicias

Fuente: Alimarket

Por su parte, **en el ámbito de la distribución al por mayor, destaca el crecimiento de la compañía catalana Miquel Alimentació Grup**, que está reforzando su proceso de expansión, convirtiéndose en el segundo distribuidor mayorista en Euskadi por superficie comercial, por detrás de Makro.

Figura 40

Principales distribuidores mayoristas (Cash & Carry) en Euskadi (2014)

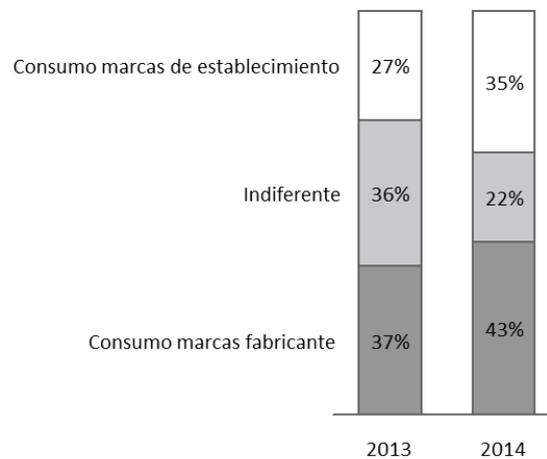
Grupo/Empresa	Localidad	Cadena	Establecimiento		Anagrama
			Nº	Sup. (m ²)	
MAKRO Autoservicio Mayorista, S.A. (*)	Varias	(I)	3	16.436	Makro
Miquel Alimentació Grup, S.A. (*)	Varias	Euromadi	2	5.460	Gros Merkat
Cash Basauri- Grupo	Basauri	(I)	4	5.000	Cash Basauri, Bilbocash
UVESCO, S.A.- Grupo	Irun	Grupo IFA	2	1.248	Norcash
ROMEN, S.L- Grupo	Donostia	Euromadi	1	1.150	Cash Romen
H.D. Covalco, S.A.-Grup (*)	Vitoria	Grupo IFA	1	890	Bonmerkat
TOTAL:			13	30.184	

(*) Central fuera de Euskadi

Fuente: Alimarket

Por último, se observan cambios relevantes en el comportamiento de compra del consumidor que tras los años de recesión económica, ha modificado sus costumbres. En 2014 **se observa un incremento tanto del porcentaje de consumidores que adquieren marcas de fabricante, como del porcentaje de consumidores que prefiere la marca de distribuidor**. En 2013 sin embargo, sólo el 26% de los consumidores adquiriría marcas propias del establecimiento.

Figura 41

Preferencias de consumo por tipo de marca a nivel estatal (2013-2014; %)

Fuente: TNS, Estudio Fabricante y Distribuidor 2014