

contexto y tendencias en el sistema agroalimentario mundial

 **CAJAMAR
AGROFOOD
SCHOOL**

Dirección y Formación Empresarial
para el Sector Agroalimentario



Juan Carlos Pérez Mesa

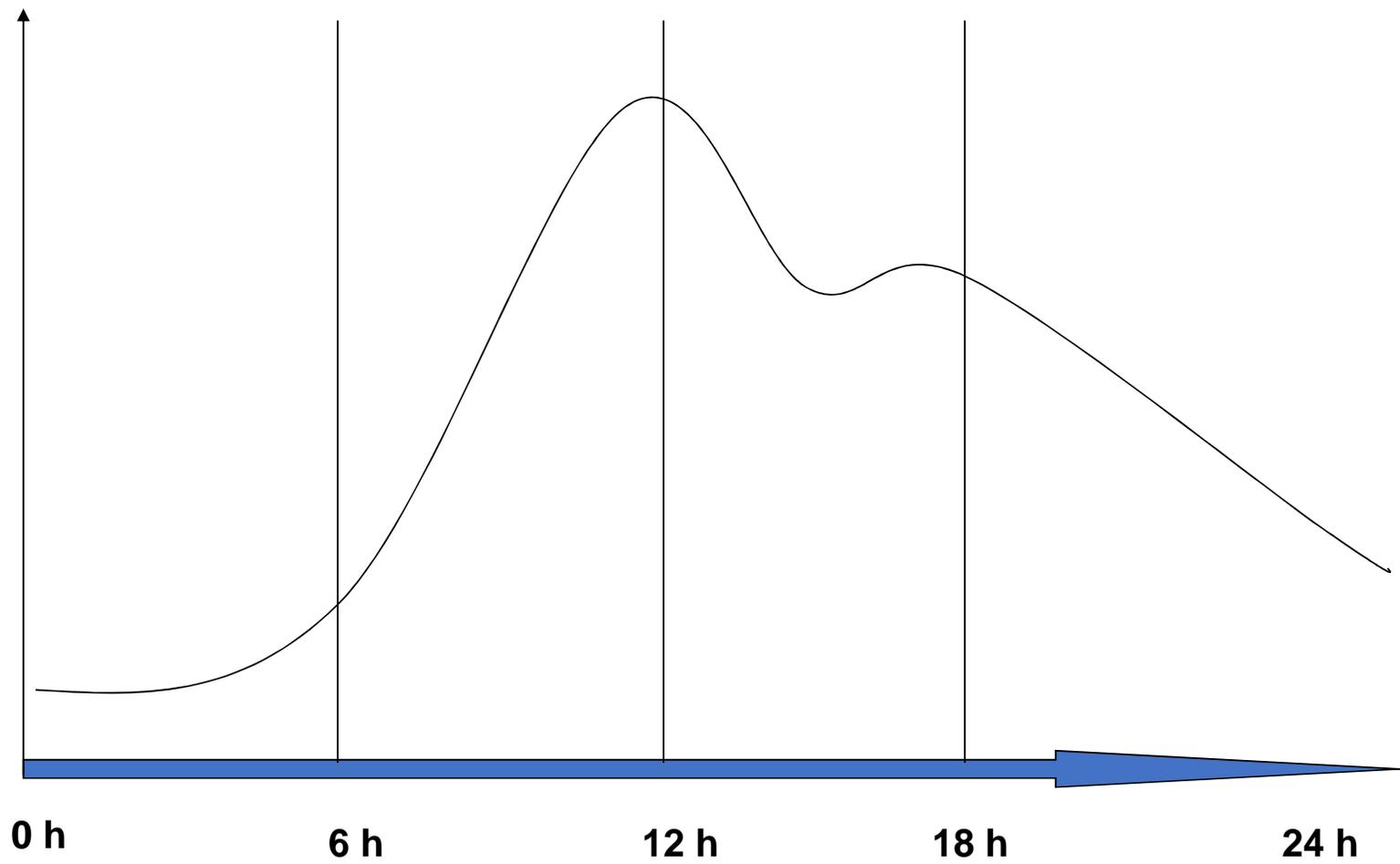


Cámara
Granada



APROA

Una introducción a Matrix



Actividad mental en función de las horas del día.



EXAMEN:

Situarse en el mundo está bien

¿Cuál es la empresa más grande del mundo?

FORTUNE 500



PREVIOUS RANK	REVENUES (\$M)	REV CHANGE	PROFITS (\$M)	PROFIT CHANGE	ASSETS (\$M)	EMPLOYEES
1	\$482,130	-0.7%	\$14,694	-10.2%	\$199,581	2,300,000

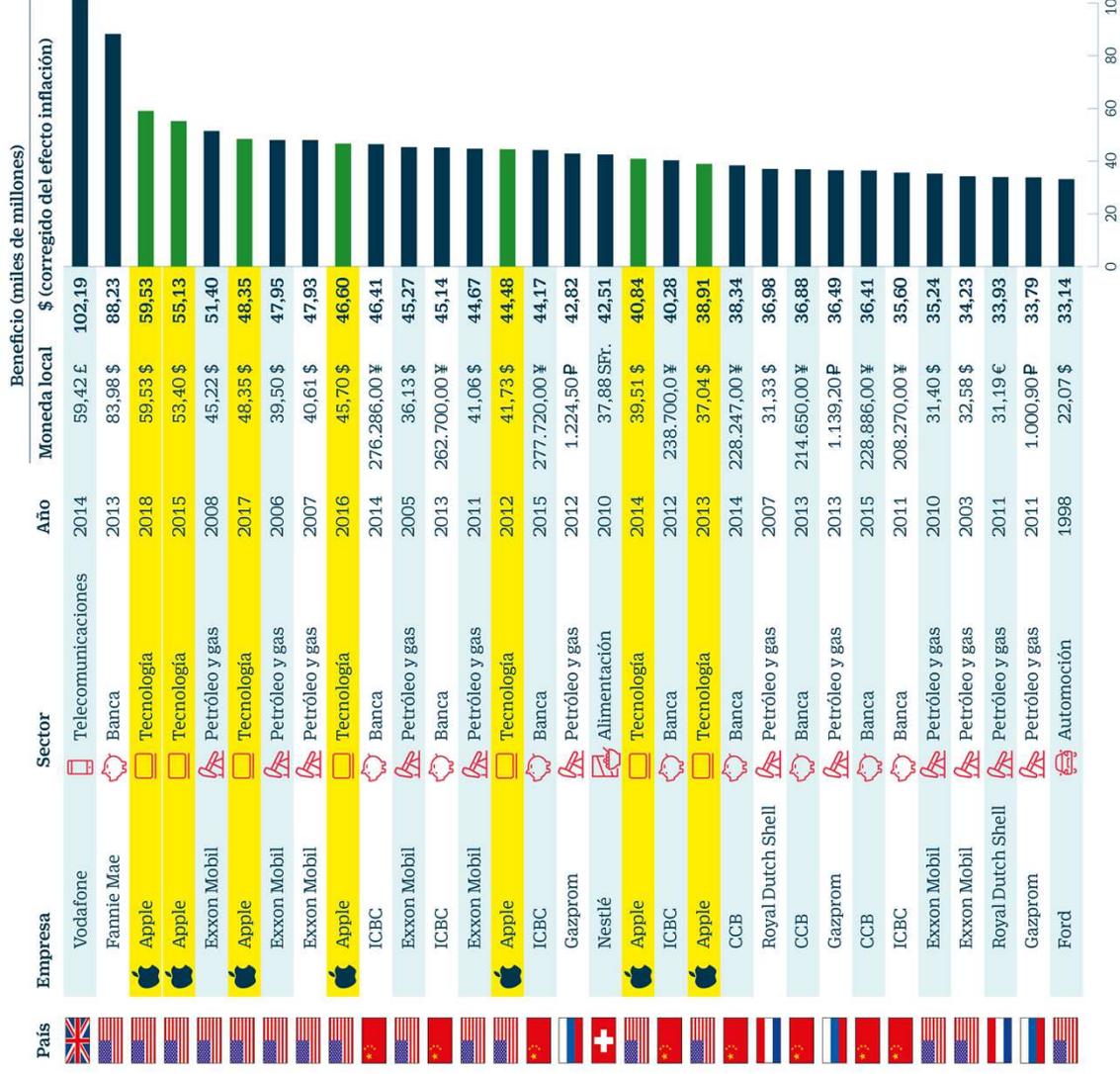
THE TOP 10		REVENUES (\$M)
1	Walmart	\$482,130
2	State Grid	\$329,601
3	China National Petroleum	\$299,271
4	Sinopec Group	\$294,344
5	Royal Dutch Shell	\$272,156
6	Exxon Mobil	\$246,204
7	Volkswagen	\$236,600
8	Toyota Motor	\$236,592
9	Apple	\$233,715
10	BP	\$225,982

<http://beta.fortune.com/global500>

MOST PROFITABLE

RANK	COMPANY	PROFITS (\$M)
11	Apple	\$48,351.0
453	British American Tobacco	\$48,327.8
10	Berkshire Hathaway	\$44,940.0
26	Industrial & Commercial Bank of China	\$42,323.7
12	Samsung Electronics	\$36,575.4
31	China Construction Bank	\$35,845.2
37	Verizon	\$30,101.0
20	AT&T	\$29,450.0
40	Agricultural Bank of China	\$28,550.4
46	Bank of China	\$25,509.2
47	JPMorgan Chase & Co.	\$24,441.0

Los mayores beneficios empresariales de la historia

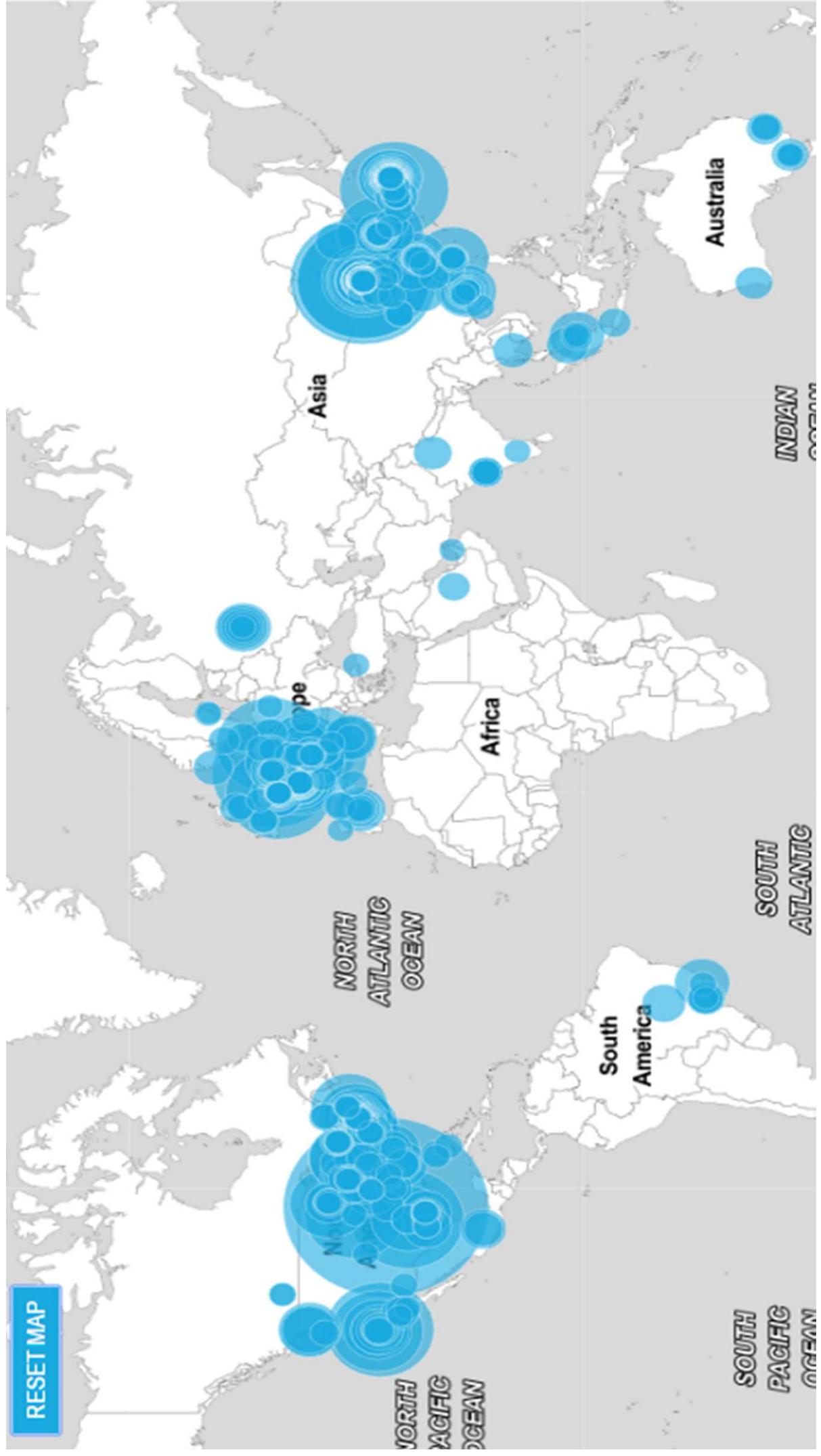


Fuente: Wikipedia y Bloomberg

A. MERAVIGLIA / CINCO DIAS

POR ACTIVO

RANK	COMPANY	ASSETS (\$M)
26	Industrial & Commercial Bank of China	\$4,005,995.5
31	China Construction Bank	\$3,397,479
48	Fannie Mae	\$3,345,529
40	Agricultural Bank of China	\$3,233,013.2
46	Bank of China	\$2,989,469.3
177	Mitsubishi UFJ Financial Group	\$2,886,649.3
45	Japan Post Holdings	\$2,733,378.7
47	JPMorgan Chase & Co.	\$2,533,600
90	HSBC Holdings	\$2,521,771
44	BNP Paribas	\$2,353,808.8
60	Bank of America Corp.	\$2,281,234
106	Freddie Mac	\$2,049,776
62	Wells Fargo	\$1,951,757





RANK	TITLE	REVENUES (\$M)
75	Banco Santander	\$84,885
137	Telefónica	\$60,917
219	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	\$42,968
250	Repsol	\$39,419
255	ACS	\$38,741
295	Iberdrola	\$34,852
365	Gas Natural Fenosa	\$28,858
434	Mapfre Group	\$24,795
463	Inditex	\$23,053



MOST PROFITABLE

RANK	COMPANY	PROFITS (\$M)
77	Banco Santander	\$7,461.0
224	Banco Bilbao Vizcaya Argentaria	\$3,966.7
408	Inditex	\$3,840.1
164	Telefonica	\$3,530.4
330	Iberdrola	\$3,160.7
262	Repsol	\$2,390.8
429	Gas Natural Fenosa	\$1,533.0
284	ACS	\$904.0
439	Mapfre Group	\$789.6



	Nombre	Código NIF	Localidad	País	consolida	disponible	Ult. año disp.
1.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ENDESA GENERACION SA (Sevillana?)	A82434697	SEVILLA	ESPANA	U1	31/12/2017	4.572.566
2.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> GRUPO BIDAFARMA SOC COOP DE SEGUNDO GRADO	F18647891	SANTA FE	ESPANA	U1	31/12/2017	2.238.385
3.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ATLANTIC COPPER, S.L.U. Cobre (Freeport-McMoRan)	B79110482	HUELVA	ESPANA	U1	31/12/2017	1.790.595
4.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> VALEO ILUMINACION SOCIEDAD ANONIMA	A08085235	MARTOS	ESPANA	U1	31/12/2017	1.114.768
5.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> CECOFAR CENTRO COOPERATIVO FARMACEUTICO SOCIEDAD COOP...	F41001405	SEVILLA	ESPANA	U1	31/12/2015	1.088.510
6.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> DCOOP S.C. AND	F29249018	ANTEQUERA	ESPANA	U1	31/12/2017	1.083.620
7.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> HEINEKEN ESPAÑA SA (fusión Cruz campo)	A28006013	SEVILLA	ESPANA	U2	31/12/2017	1.015.370
8.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> MIGASA ACEITES SL (Ibarra, Familia Gallego)	B91950253	DOS HERMANAS	ESPANA	U1	31/12/2017	879.455
9.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SOVENA ESPAÑA SA sovena 1er envasador del mundo 'holding' Nutrinveste: Mercado, Carrefour,...		BRENES Sevilla	ESPANA	U1	31/12/2017	784.296
10.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> UNICORP VIDA COMPAÑIA DE SEGUROS Y REASEGUROS SA Unicaja	804390	MALAGA	ESPANA	U1	31/12/2017	763.666
11.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> LACTALIS PULEVA SOCIEDAD LIMITADA.	B18975599	GRANADA	ESPANA	U1	31/12/2017	651.199
12.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ACEITES DEL SUR-COOSUR SOCIEDAD ANONIMA	A80245129	VILCHES Jaén	ESPANA	U1	31/12/2017	600.441
13.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> INDORAMA VENTURES QUIMICA SL. Petroquímica,, poliéster	B87314241	SAN ROQUE Cádiz	ESPANA	U1	31/12/2017	592.664
14.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> REFRESCOS ENVASADOS DEL SUR SL Coca Cola	B41809559	LA RINCONADA Sevilla	ESPANA	U2	31/12/2017	569.306
15.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> COSENTINO SAU	A04117297	CANTORIA	ESPANA	U1	31/12/2018	548.316
16.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> COVIRAN SOCIEDAD COOPERATIVA ANDALUZA	F18004937	ATARFE	ESPANA	U2	31/12/2017	545.543
17.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> MINAS DE AGUAS TEÑIDAS SA Yacimiento de sulfuro y cobre	A81336877	ALMONASTER LA REAL Huelva	ESPANA	U1	30/09/2017	516.162
18.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> PENINSULA PETROLEUM SL	B11905163	LOS BARRIOS Sevilla	ESPANA	U1	31/12/2017	486.692
19.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SCA GANADERA DEL VALLE DE LOS PEDROCHES	F14014245	POZOBLANCO	ESPANA	U2	31/12/2017	444.328
20.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> DEOLEO SA	A48012009	CORDOBA	ESPANA	U2	31/12/2018	444.085
21.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> COBRE LAS CRUCES SA	A28814135	GERENA Sevilla	ESPANA	U1	31/12/2017	412.452
22.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> HELVETIA COMPAÑIA SUIZA, SOCIEDAD ANONIMA DE SEGUROS Y...	A41003864	SEVILLA	ESPANA	U1	31/12/2017	406.413

LAS 10 EMPRESAS DE ALIMENTACIÓN MÁS IMPORTANTES



NESTLÉ

SABER MÁS

1. Nestlé

- Ingresos en 2013: 103,5 mil millones de dólares.
- Margen de Beneficio en 2013: 11,2 mil millones de dólares.

UNILEVER

SABER MÁS

2. Unilever Group

- Ingresos en 2013: 68,5 mil millones de dólares.
- Margen de Beneficio en 2013: 6,7 mil millones de dólares.

PEPSICO

SABER MÁS

3. Pepsi

- Ingresos en 2013: 66,4 mil millones de dólares.
- Margen de Beneficio en 2013: 6,7 mil millones de dólares.

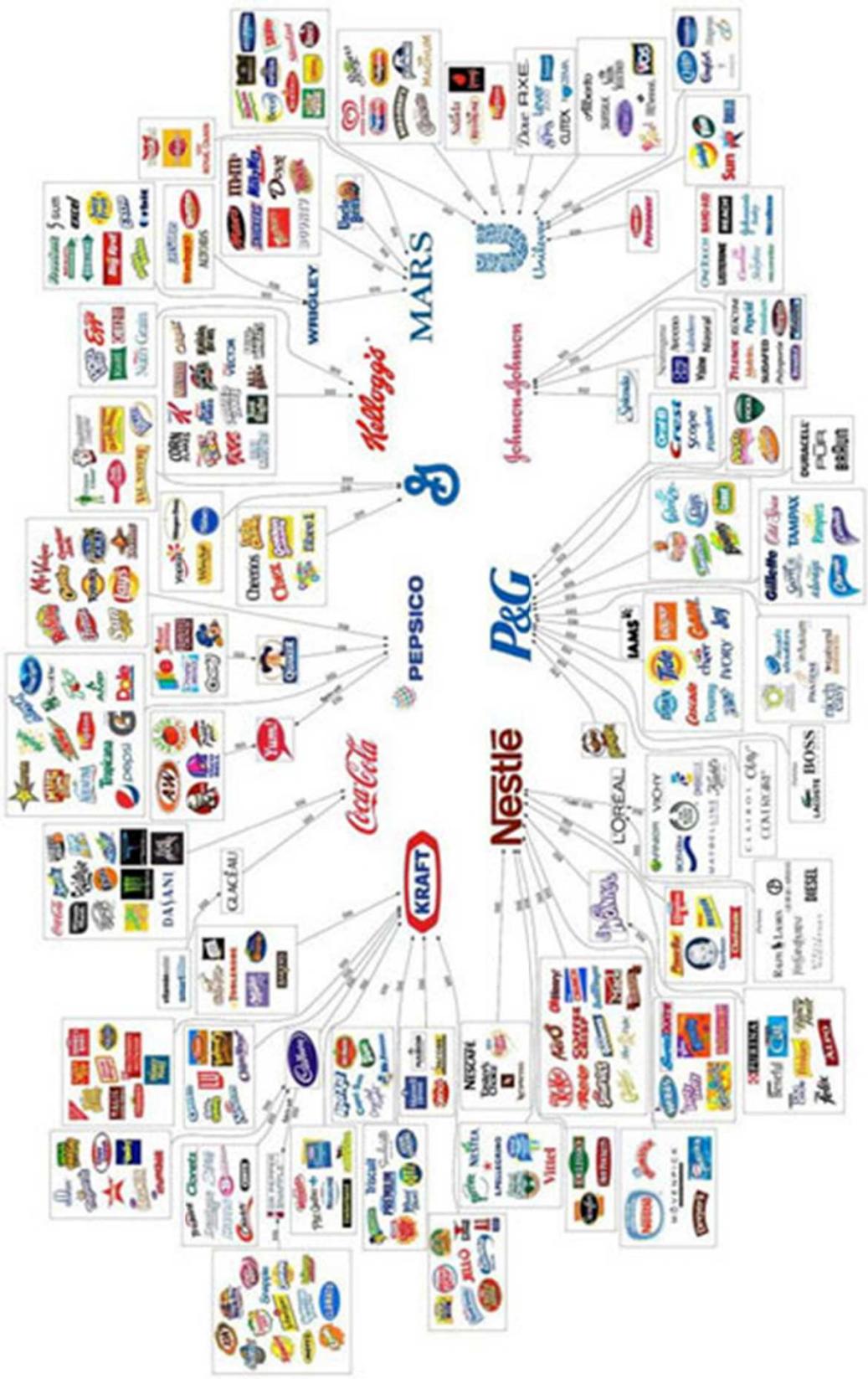
COCA-COLA

SABER MÁS

4. Coca-Cola

- Ingresos en 2013: 46,9 mil millones de dólares.
- Margen de Beneficio en 2013: 8,6 mil millones de dólares.

LAS 10 EMPRESAS QUE CONTROLAN (CASI) TODO LO QUE CONSUMES DIARIAMENTE



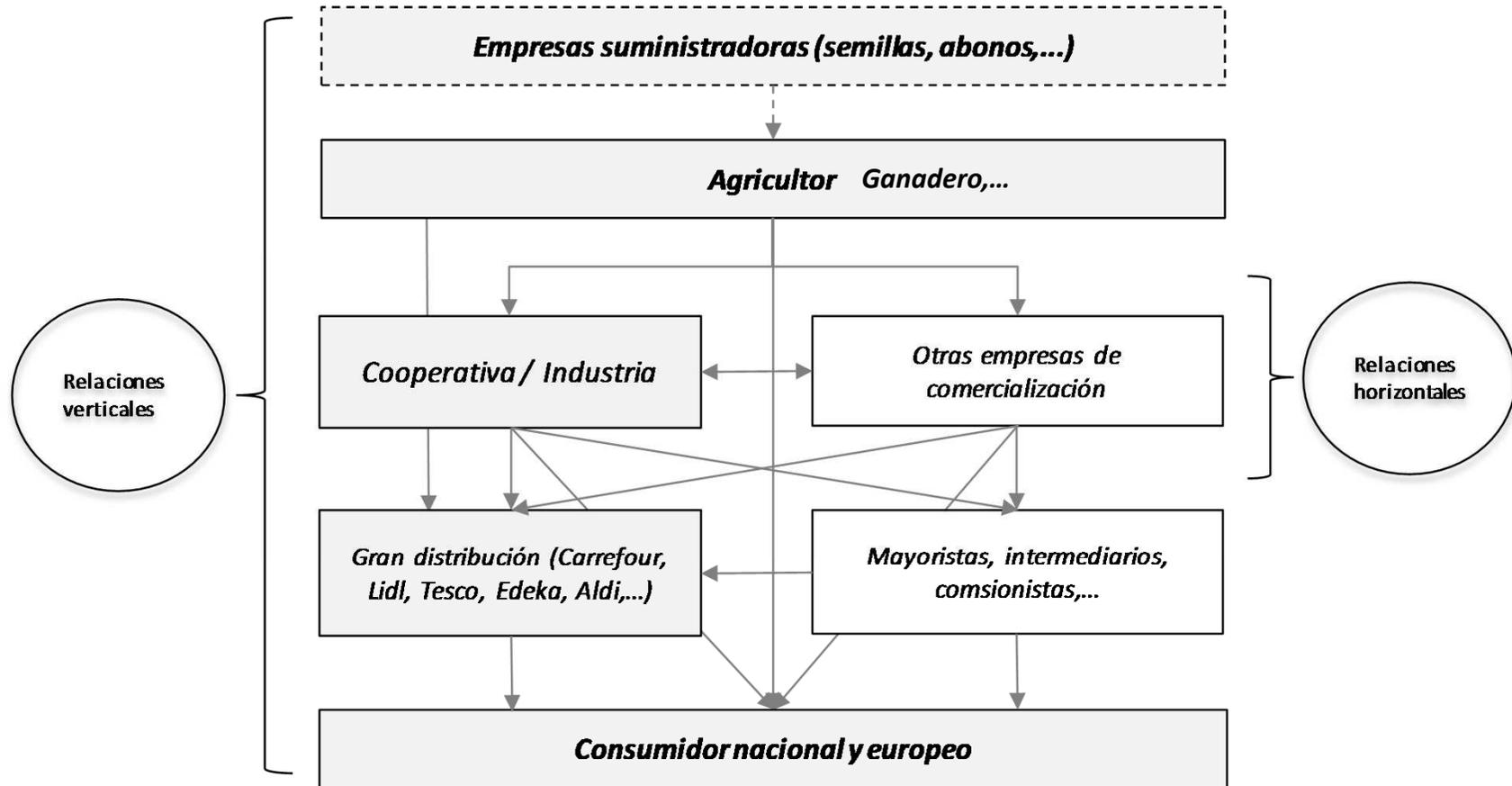


Posicionamiento de las marcas más elegidas por el consumidor

1 =		11 ↓		21 ↓		31 ↓		41 ↓	
2 =		12 ↑		22 =		32 ↑		42 ↑	
3 =		13 =		23 ↑		33 ↑		43 =	
4 =		14 =		24 ↑		34 ↓		44 =	
5 ↑		15 ↑		25 ↓		35 ↑		45 ↑	
6 ↑		16 ↓		26 ↓		36 ↑		46*	
7 ↓		17 ↑		27 ↑		37 ↑		47 =	
8 ↑		18 ↓		28 ↑		38 ↑		48*	
9 ↑		19 ↑		29 =		39 =		49 =	
10 ↑		20 ↓		30 ↓		40 ↓		50*	

* Entran este año en el ranking
Fuente: Brand Footprint 2019

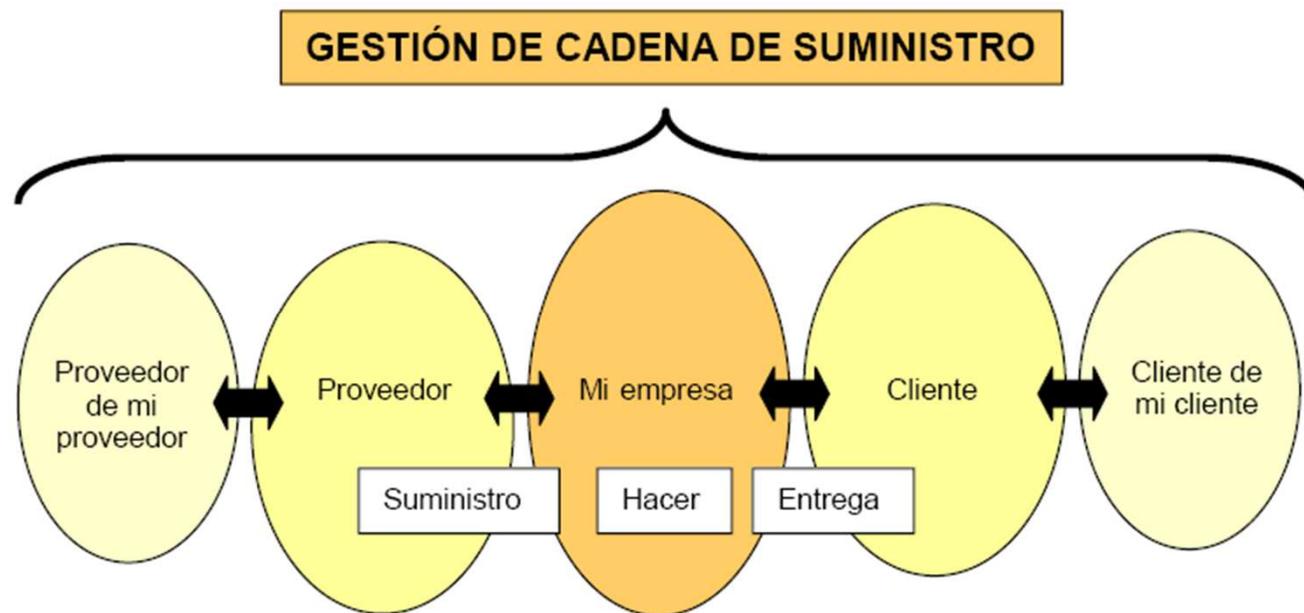
Cadena de suministro agroalimentaria.



"En el futuro, la competencia no se dará de empresa a empresa, sino más bien de cadena de suministros a cadena de suministros."

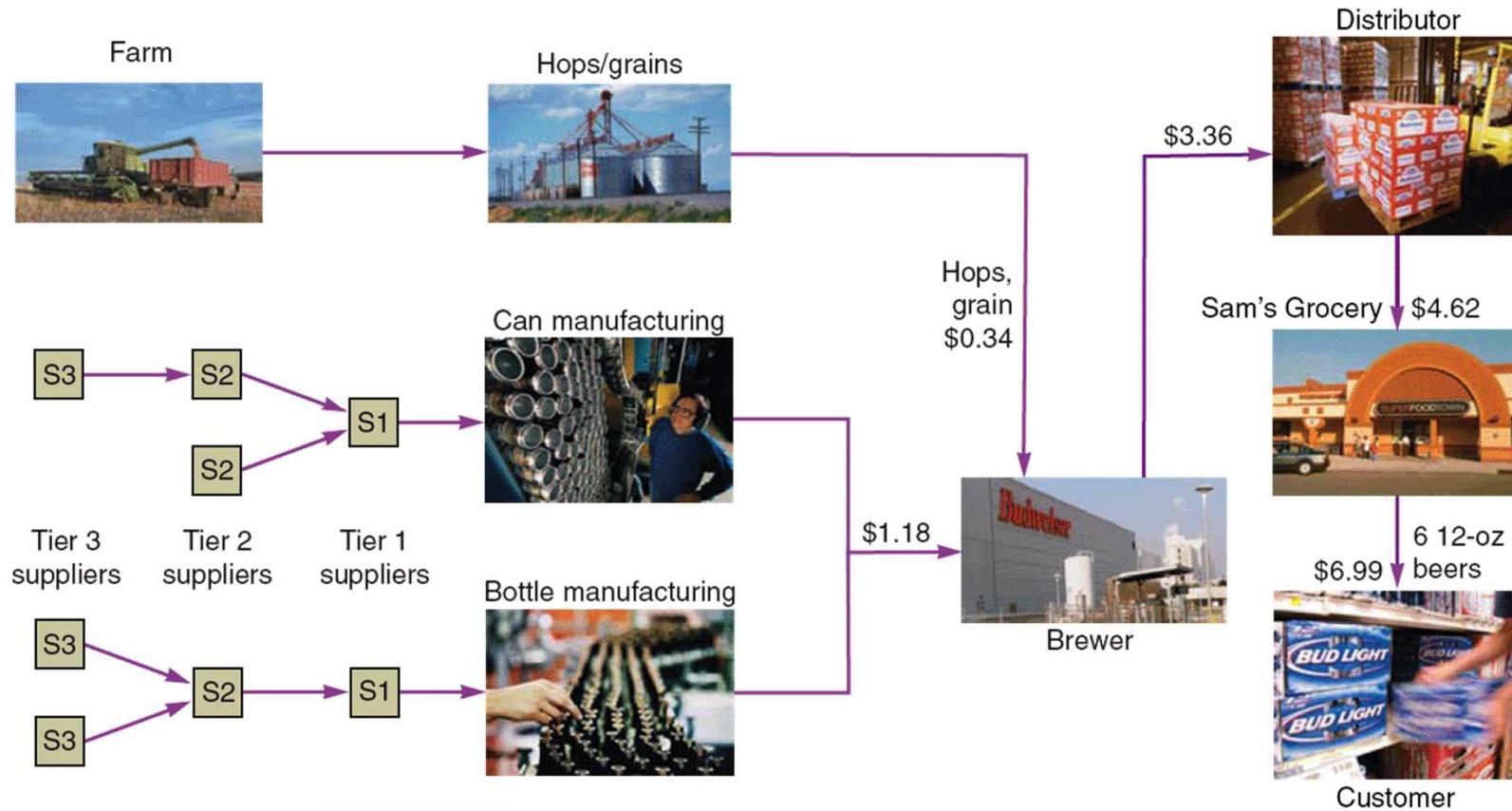
Michael Porter (Harvard University)

La cadena de suministro se extiende desde el cliente de tu cliente hasta el proveedor de tu proveedor

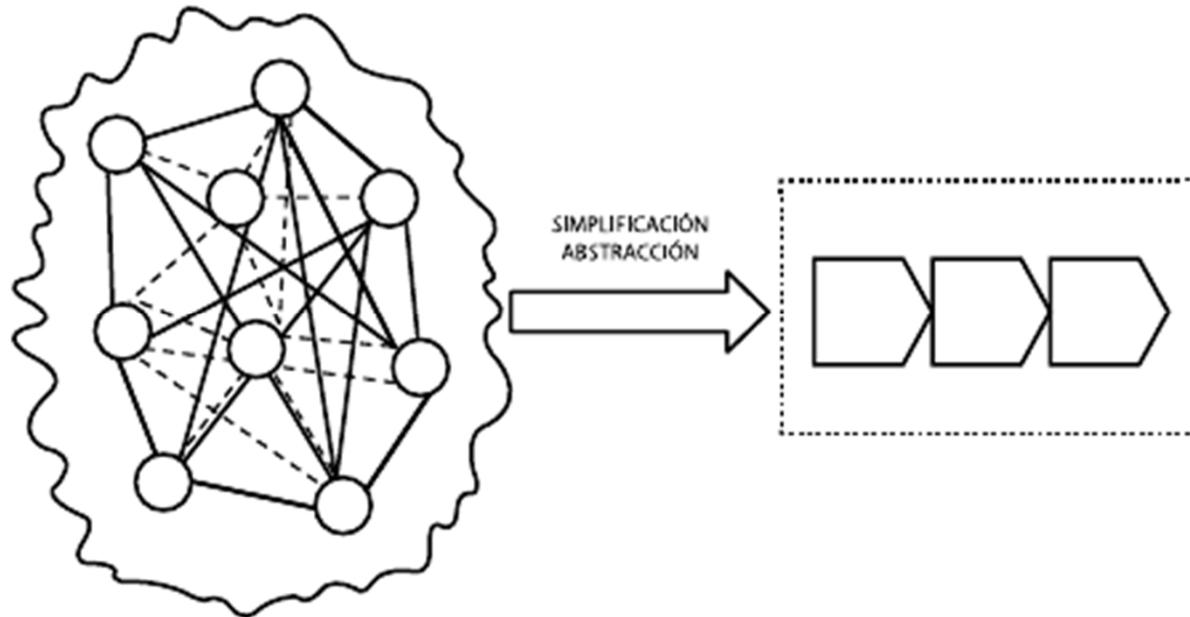


AFINAMIENTO DE TODOS LOS PROCESOS IMPLICADOS

A Supply Chain for Beer



A veces para simplificar utilizamos un modelo
simplista de una realidad compleja



ATENCIÓN

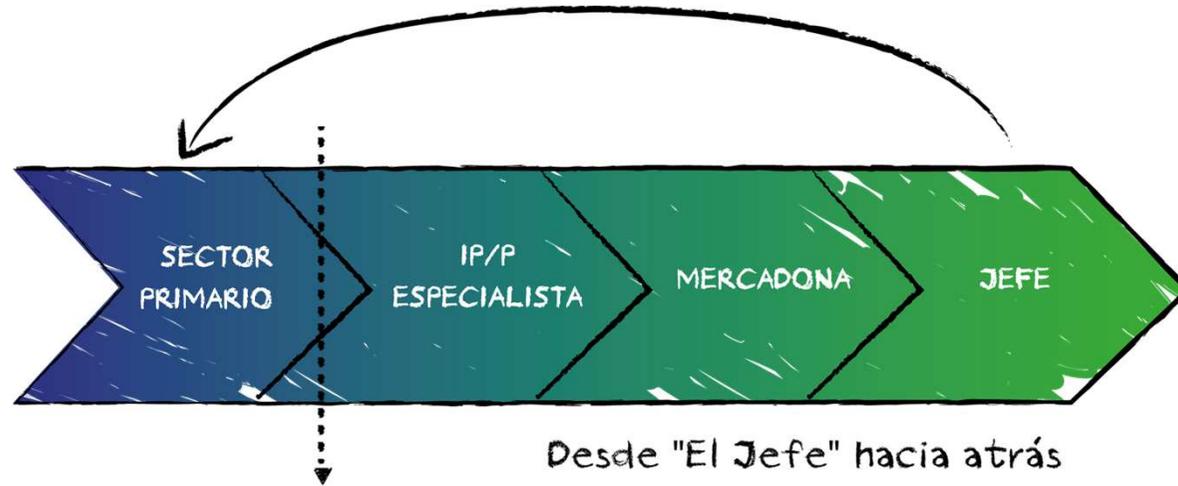
- ❑ En toda cadena suele haber un CHANNEL MASTER O EMPRESA HUB



- ❑ Esta empresa se convierte en el ALMA DE LA CADENA, “LA CADENA SOY YO”

¿¿‘Caspopdona’??

CADENA AGROALIMENTARIA SOSTENIBLE DE MERCADONA

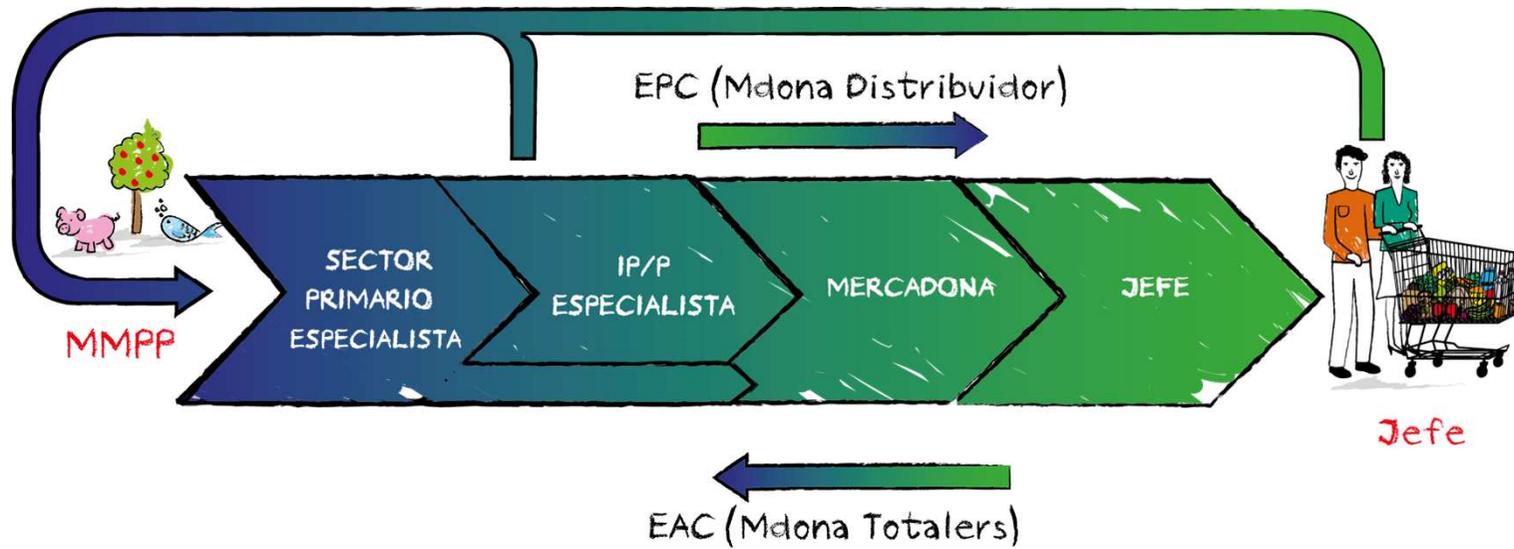


Sostenible: Satisfacer



de toda la cadena

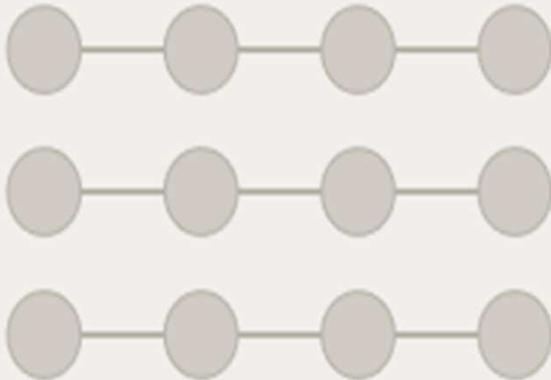
CADENA AGROALIMENTARIA SOSTENIBLE DE MERCADONA



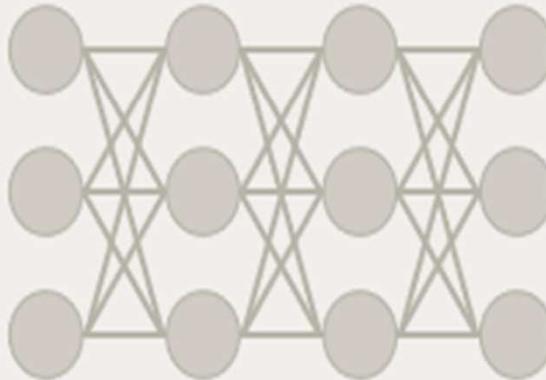
Aunque la situación se puede complicar. Hay competidores que comparten miembros de sus cadenas con otros suministradores

Categories of Supply Networks

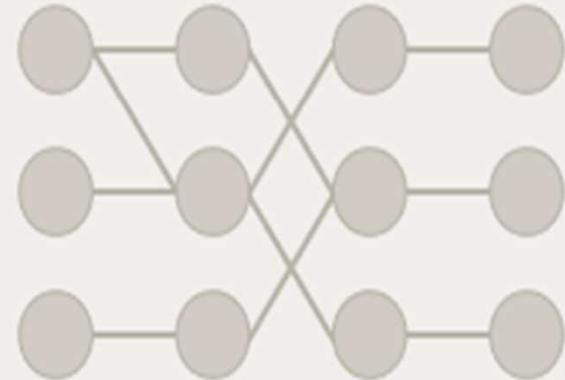
3.1 Completely Disconnected



3.2 Completely Overlapping



3.3 Partially Overlapping

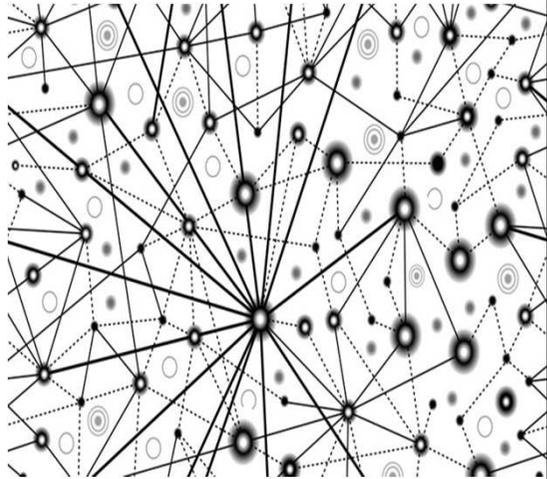


QUÉ ESTRATEGIA COMPETITIVA

“CADENA DE SUMINISTRO CONTRA CADENA DE SUMINISTRO”

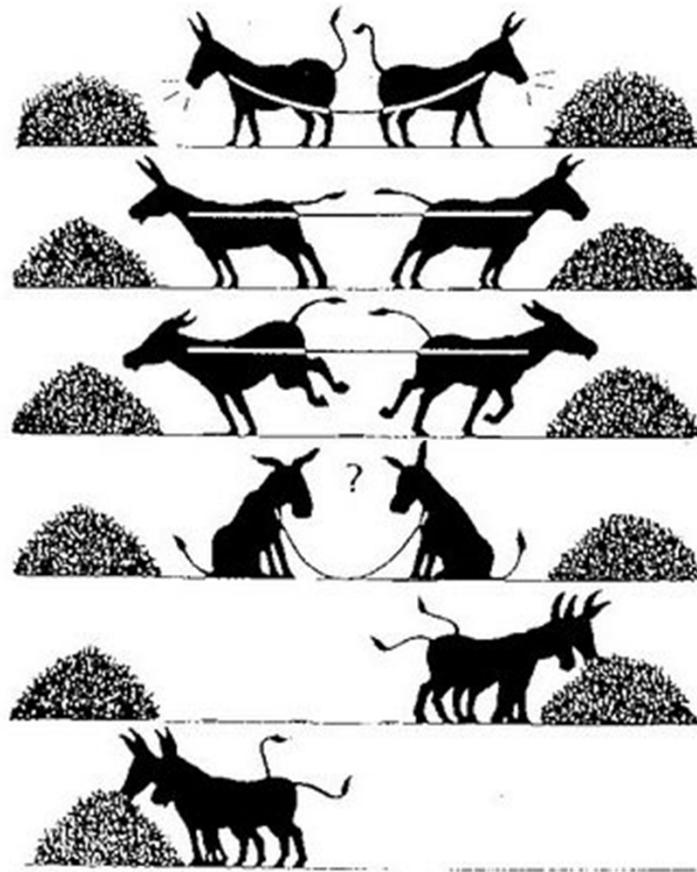


LA COMPLEJIDAD DE LA CADENA



Cooperar !!!

La clave es cooperar



La **"coopetición"**, una de las claves de la evolución, según un nuevo estudio científico

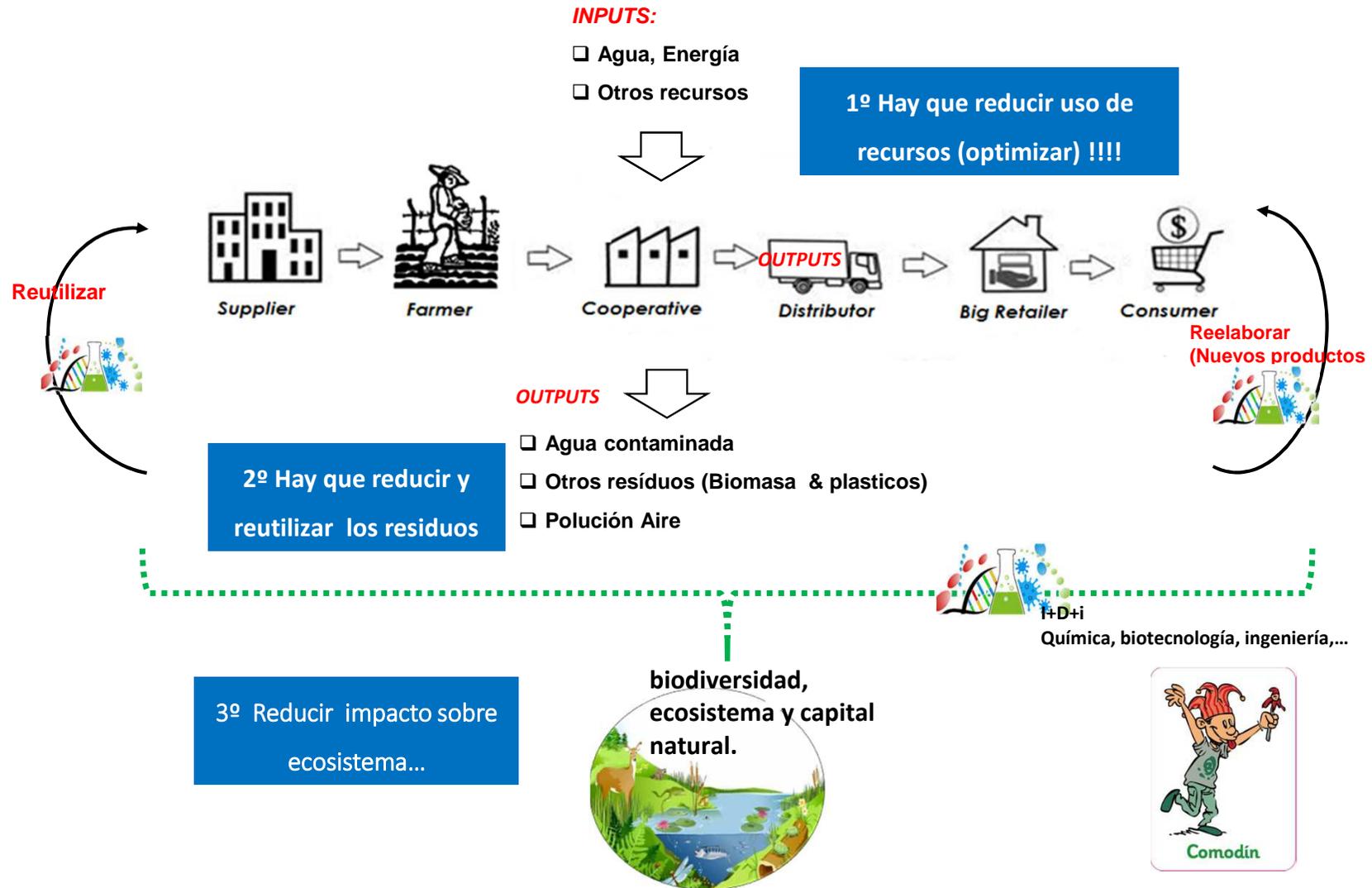
“Competir y cooperar a la vez parece algo difícil e improbable, pero unos investigadores de las universidades Carlos III y Complutense de Madrid han publicado un estudio científico que analiza estas interacciones, muy frecuentes y beneficiosas entre especies animales o en el mundo de los negocios”

ENCUESTA Businessweek: La información que realmente se comparte dentro del CS.

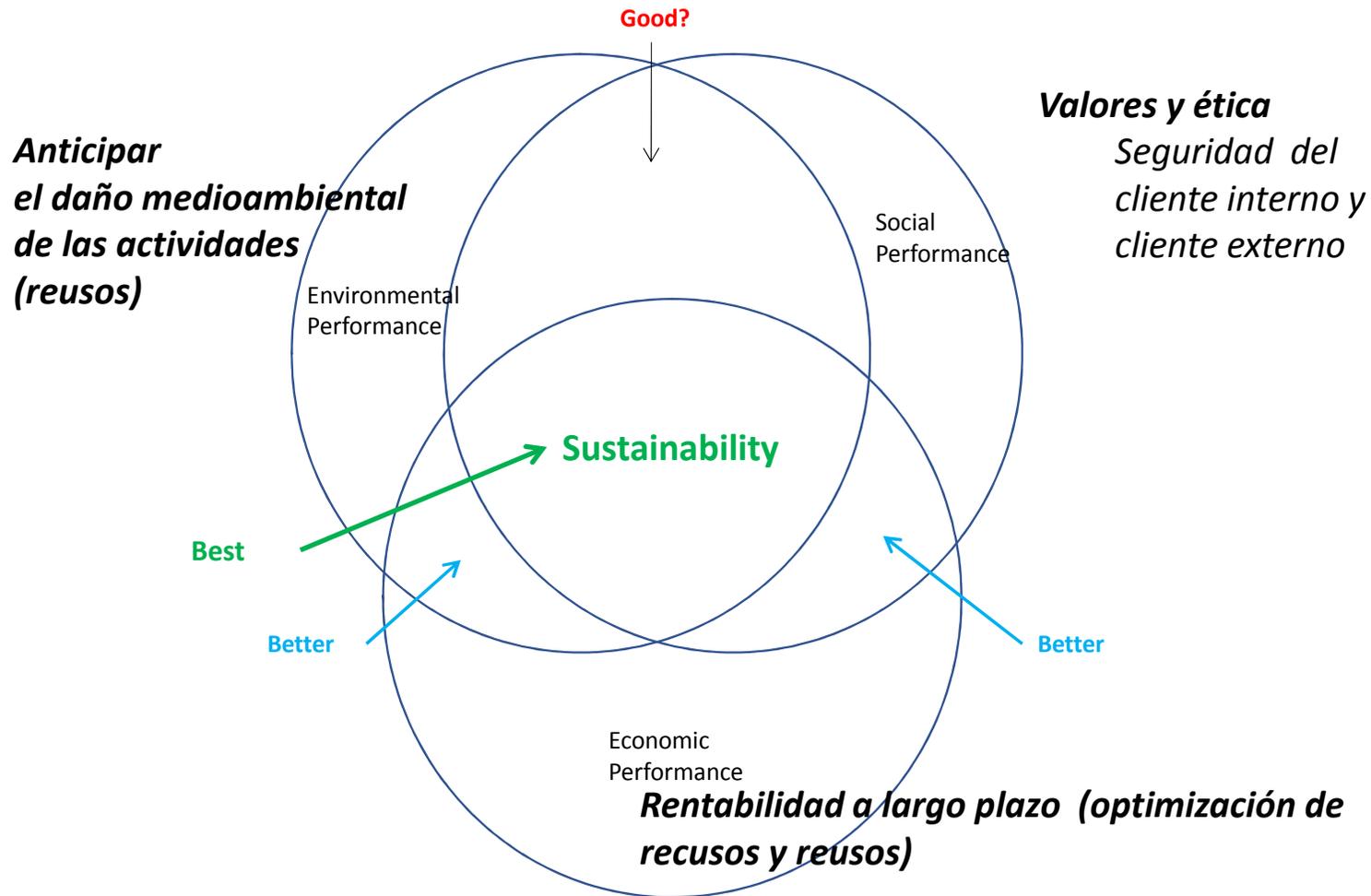
Informaciones compartidas

Informaciones compartidas	Porcentaje (%)
Planes promocionales	56
Objetivos de los negocios	48
Planes de producción/ reabastecimiento	47
Posición del <i>stock</i>	38
Previsión de ventas	38
Sobre el punto de ventas	25
Sobre el desarrollo de productos	21
Todas las anteriores	2
Otras no citadas	6

Bioeconomía = Cadena de suministro sostenible



Bioeconomía = Cadena de suministro sostenible



Si nos fijamos en la INVESTIGACIÓN

BIOECONOMÍA ESTANDAR:



Solution for waste water in bioplastics and food additives

- Las aguas residuales de la industria contienen moléculas valiosas que también podrían extraerse y recibir una segunda vida



Joining forces to fight agricultural runoff

- Mitigar los efectos de la contaminación del agua por la agricultura intensiva: eliminación de nitratos y pesticidas



Use compost as a rich source of bio-product innovation

- Por ejemplo, creando pesticidas naturales



Eco-friendly replacement for plastic bags

- alternativa al plástico respetuosa con el medio ambiente para bolsas de transporte y ciertos envases de plástico.

BIOECONOMÍA “EXPANDIDA”:



Buy locally, buy quality: sustainability in public food procurement

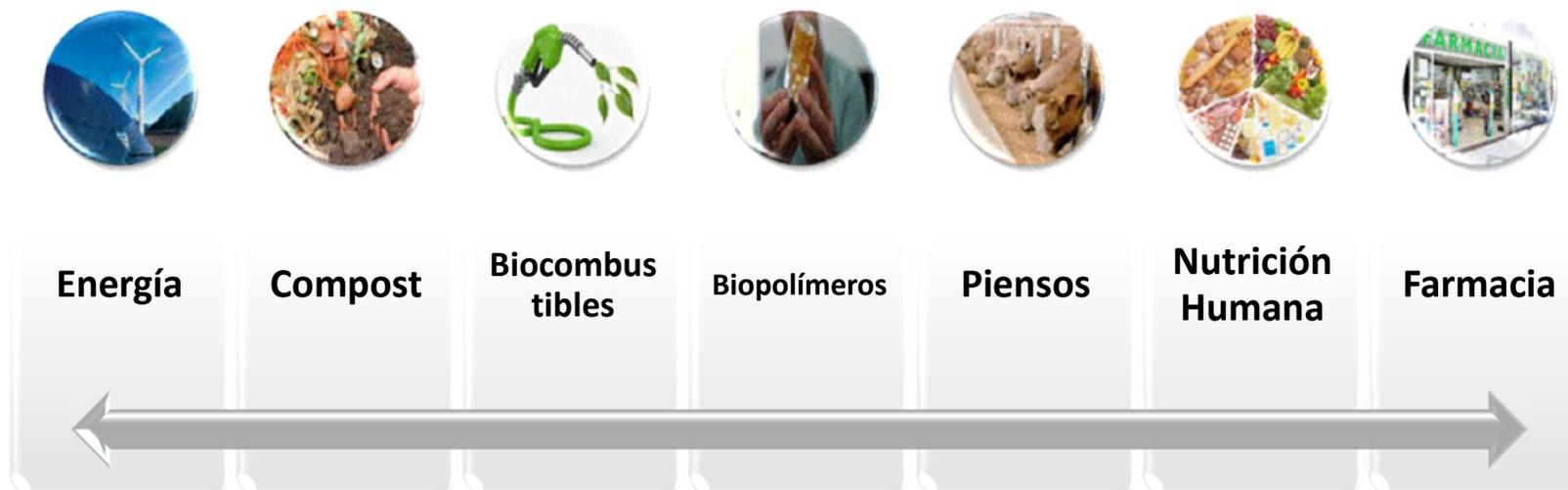
- analizar el apalancamiento de la calidad y la política de adquisiciones para la creación de cadenas de suministro de alimentos más cortas y sostenibles.



Big data solutions for big farming challenges

- Datos, análisis y recursos computacionales para monitorear la salud del suelo y los cultivos, optimizar el consumo de recursos, aumentar los rendimientos agrícolas y administrar de manera sostenible la tierra

EL CASO DE ALMERIA	ton/Año
Plásticos	50.000
Productos de protección vegetal y contenedores de fertilizantes	3 Mill. Envases
Biomasa de plantas	1.350.000
Biomasa de productos no comercializados FyH	480.000

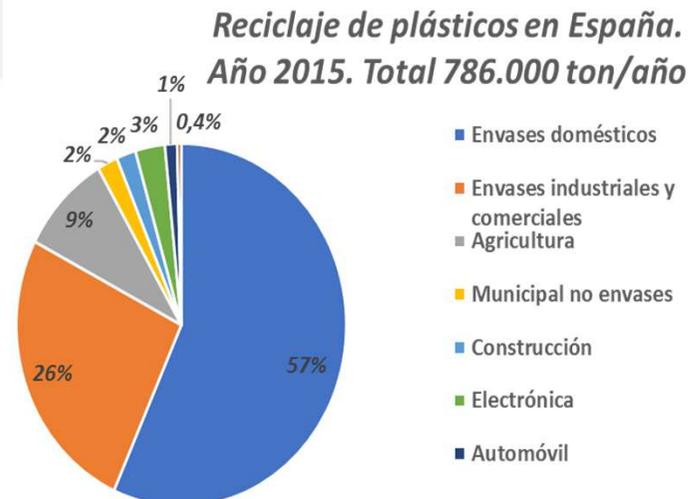


Economía circular en el reciclado de plásticos

Consumo de plástico en España. Total 2,1 Mill. ton/año (año 2015)

34% reciclado, 17 revalorizado energéticamente, y 39% a vertedero o exportación

En términos absolutos y teniendo en cuenta el volumen total de plásticos generados por la agricultura en España (147.000 toneladas anuales), se puede concluir que este sector recicla más del 40% del total.





Importaciones Chinas de Residuos plásticos (72% de las importaciones mundiales) . Fin en 2018

The Chinese import ban and its impact on global plastic waste trade

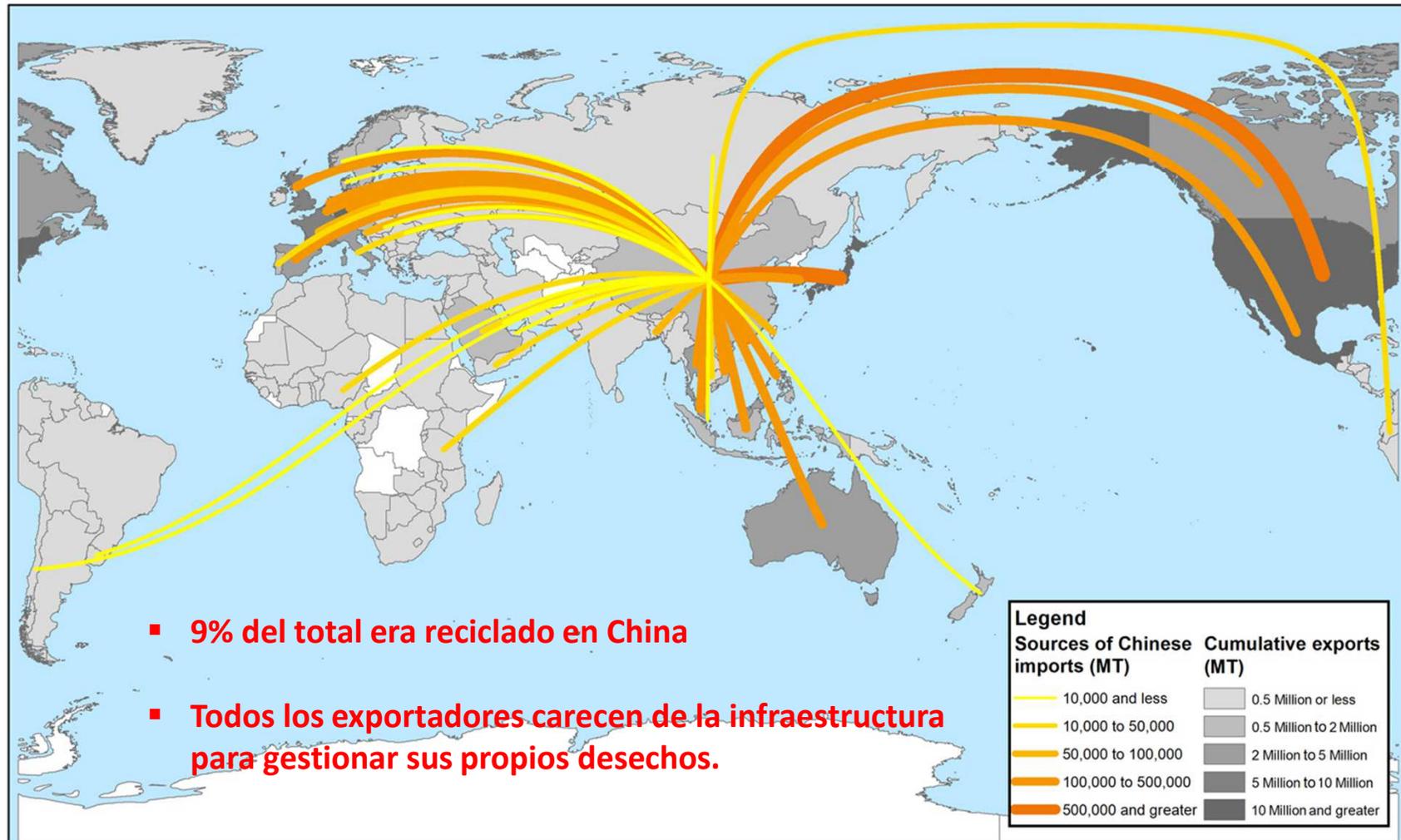
Amy L. Brooks, Shunli Wang and Jenna R. Jambeck*

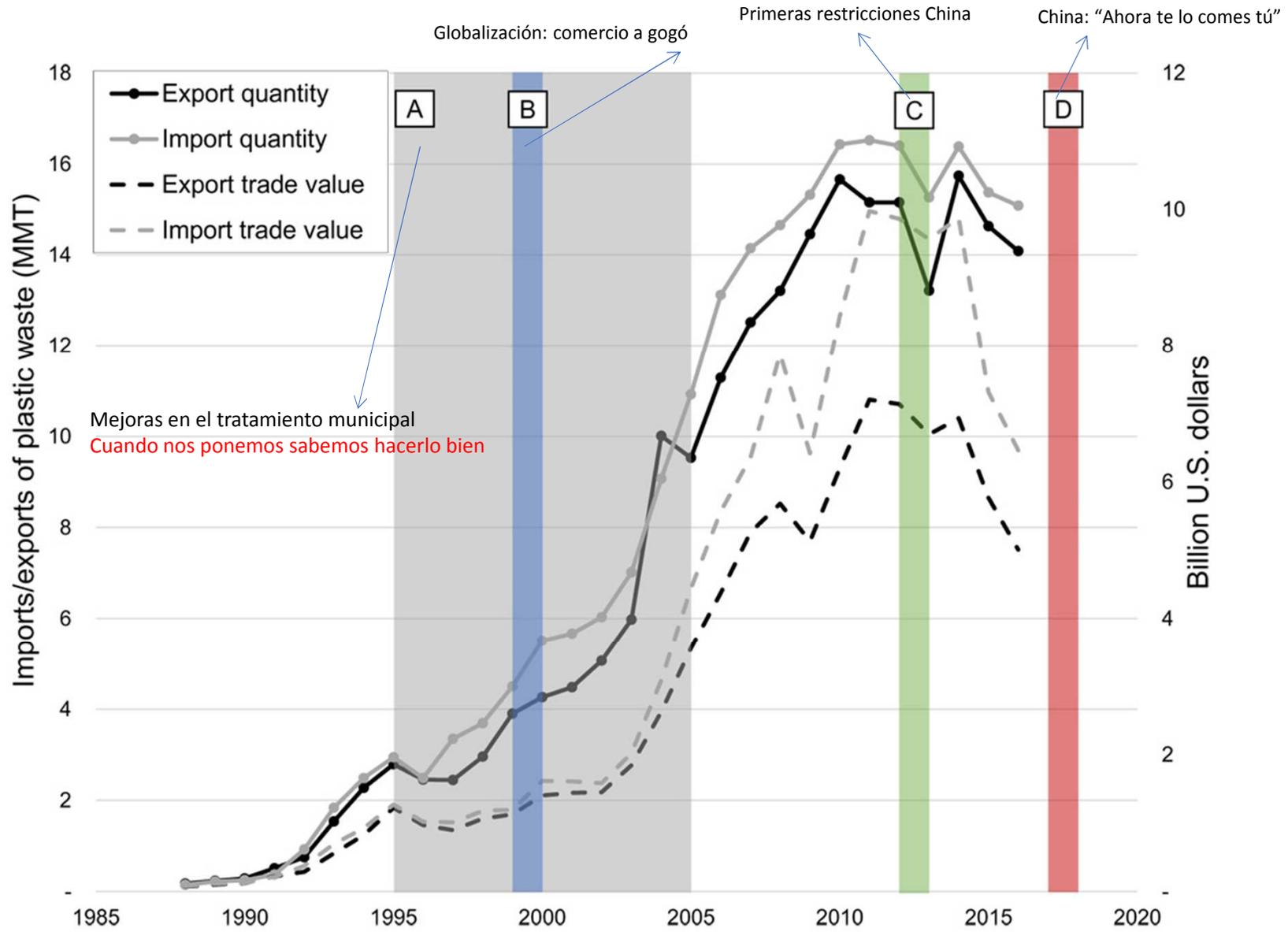
* See all authors and affiliations

Science Advances 20 Jun 2018:

Vol. 4, no. 6, eaat0131

DOI: 10.1126/sciadv.aat0131



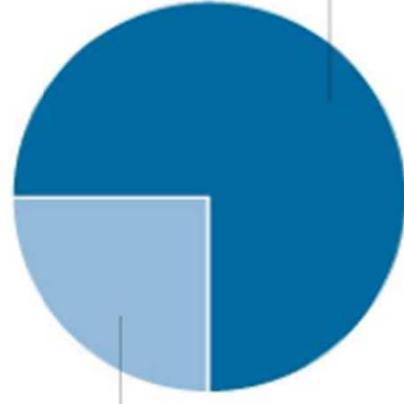


EXPORTADORES MUNDIALES DE RESIDUOS PLÁSTICOS

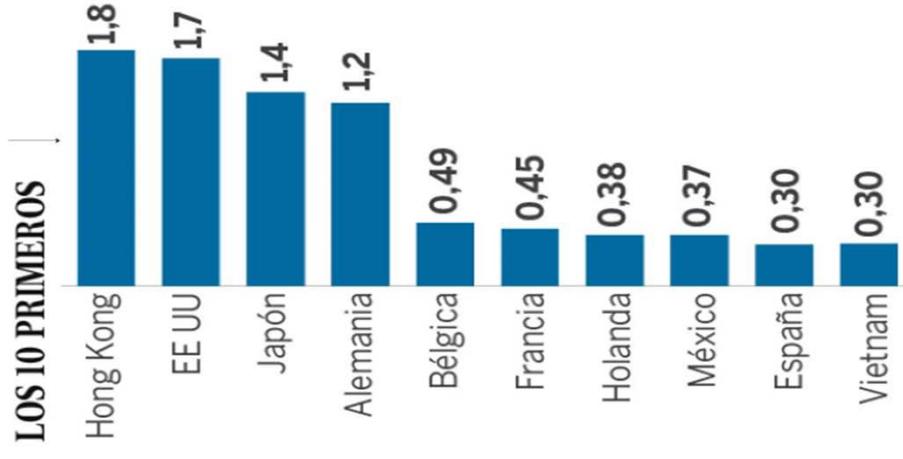
En millones de toneladas. 2017

TOTAL: 11,2 millones Tm.

**2,8 millones Tm.
25%**



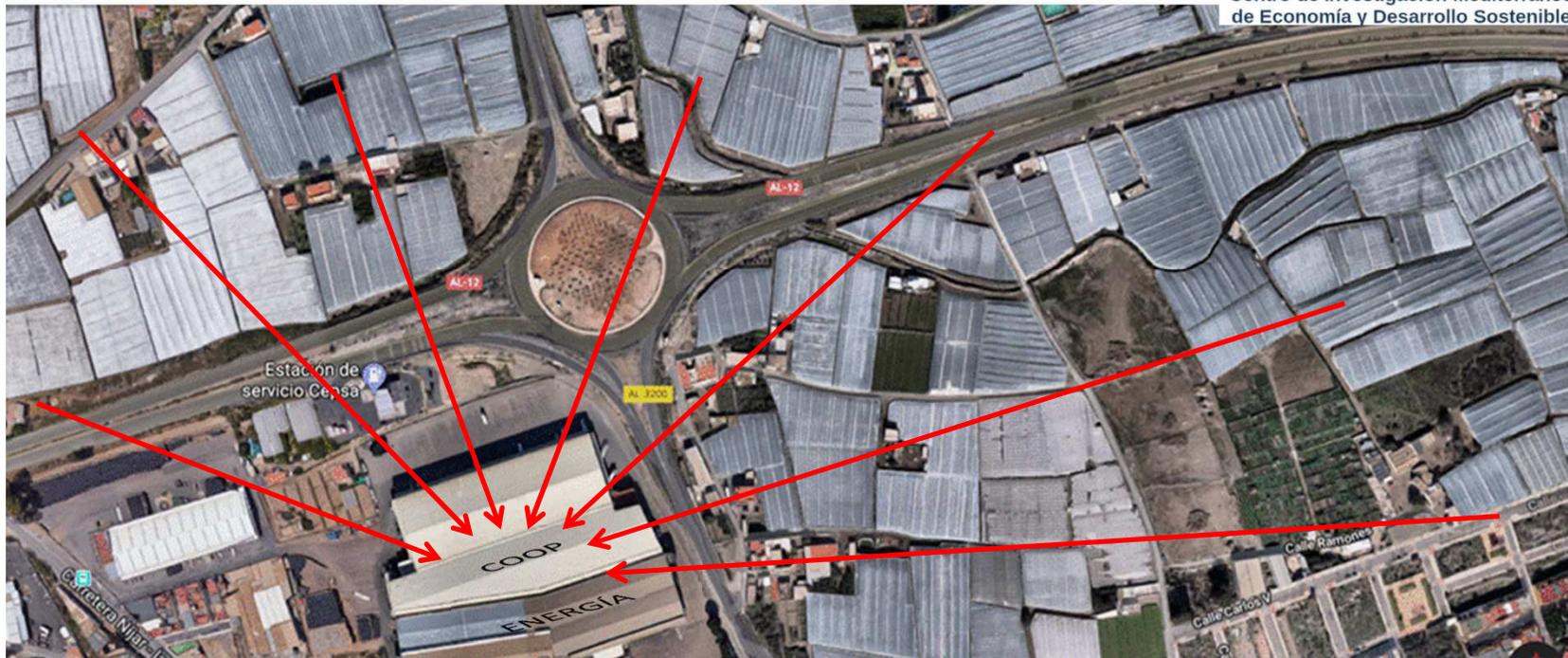
**8,4 millones Tm.
75%**



EL FUTURO Y LA ENERGÍA SOLAR



Cooperativas comercializadoras de hortalizas y energía



Autoconsumo y excedente
vendido

Producción diseminada

Los productores ya están
asociados

Growing tomato in the Australian desert with sunlight and seawater - the Sundrop Farms project

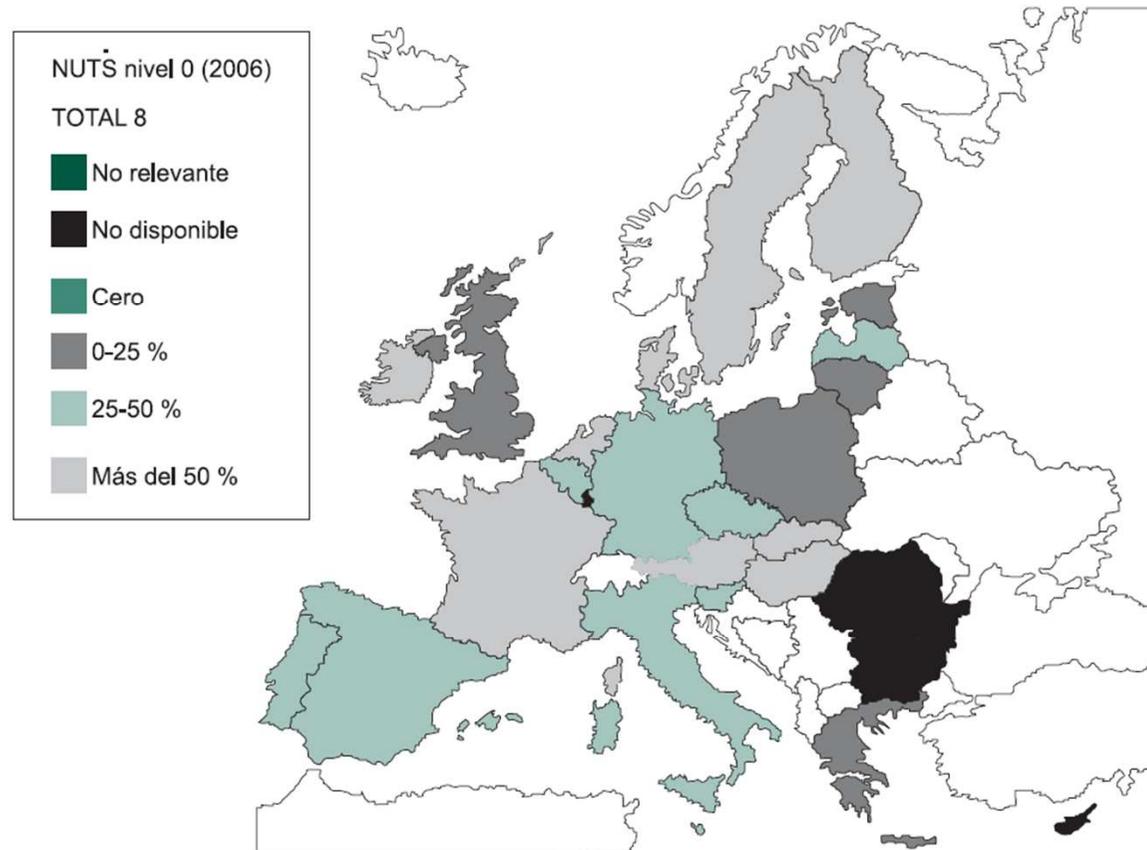


DESALACIÓN donde el coste energético es 50%

La producción y la industria agroalimentaria.

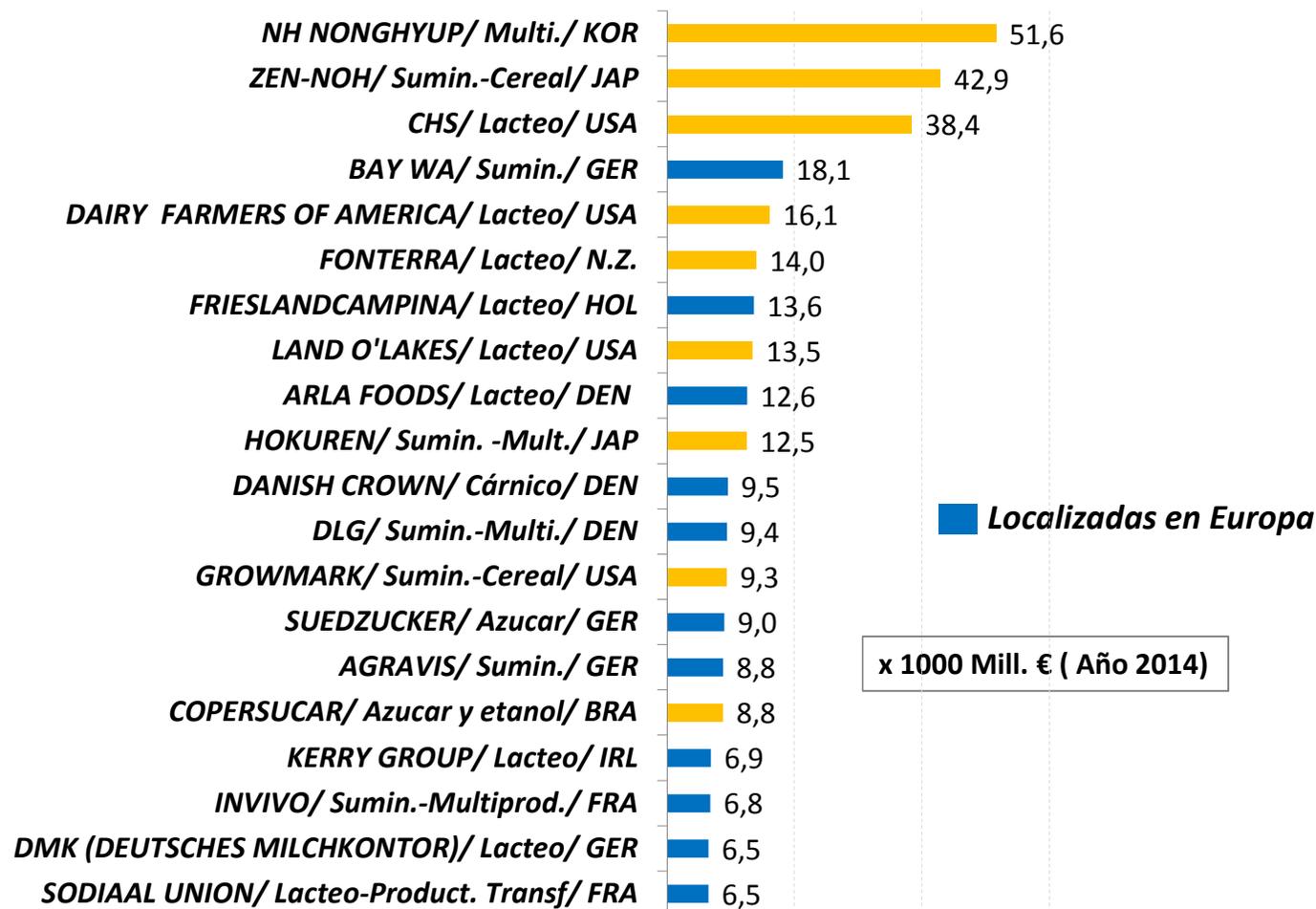
La cooperativa como elemento fundamental en la producción

Cuota de productos agrícolas comercializados a través de cooperativa



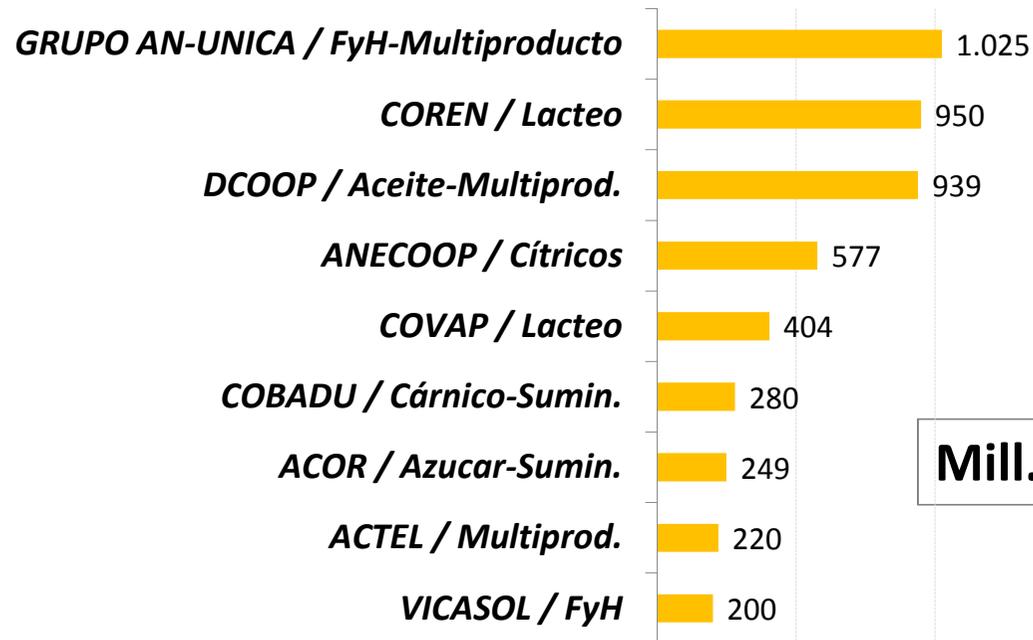
Fuente: SFC Project.

TOP 20 Cooperativas Agrarias en el mundo: NOMBRE / Sector/ País de origen

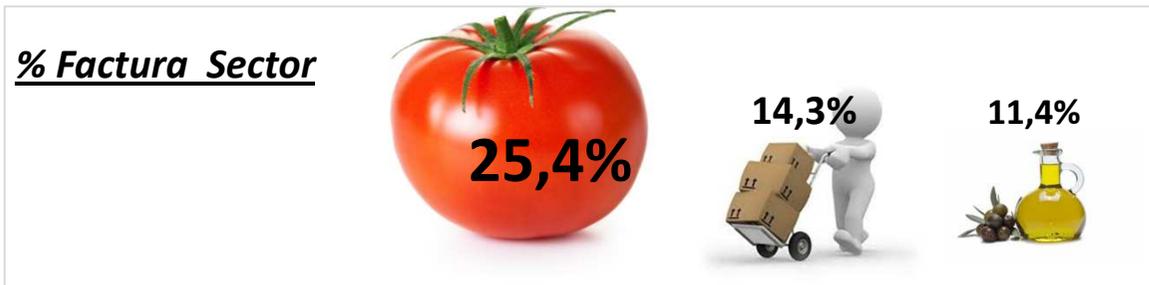


Fuente: World Cooperative Monitor 2016

TOP 10 Cooperativas Agrarias en España: **NOMBRE / Sector**



Mill. € (2015)



Fuente: Actualización propia de los datos de facturación a partir de OSCAE (2014)

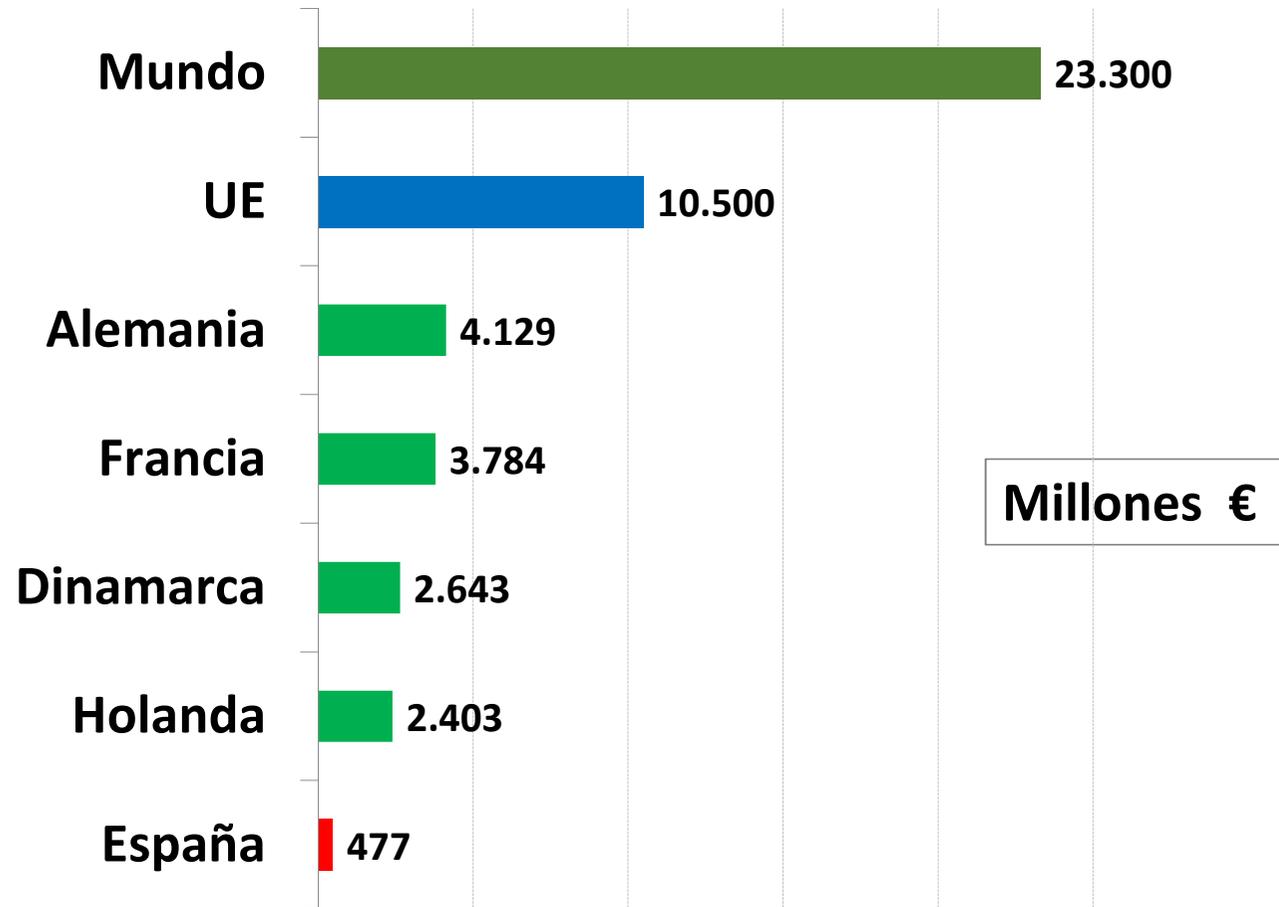


	Nombre	Código NIF	Localidad	País	consolida	disponible	Últ. año disp.
1.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> DCOOP S.C. AND	F29249018	ANTEQUERA	ESPANA	U1	31/12/2017	1.083.620
2.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SCA GANADERA DEL VALLE DE LOS PEDROCHES	F14014245	POZOBLANCO	ESPANA	U2	31/12/2017	444.328
3.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> UNICA GROUP S.C. ANDALUZA	F04657466	ALMERIA	ESPANA	U1	31/08/2017	317.144
4.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> COOP PROVINCIAL AGRICOLA GANADERA SAN ISIDRO SDAD COO...	F04001152	ALMERIA	ESPANA	U1	30/09/2017	212.334
5.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ONUBAFRUIT SCA	F21365630	HUELVA	ESPANA	U1	31/08/2017	194.705
6.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SUCA S. C. ANDALUZA	F04030672	EL EJIDO	ESPANA	U1	31/12/2016	189.579
7.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> 9662 AGROIRIS S.A.T.	F04210399	EL EJIDO	ESPANA	U2	31/08/2017	172.080
8.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> S.C. AND ALMAZARAS DE LA SUBBETICA	F14803241	CARCABUEY	ESPANA	U1	30/09/2017	164.220
9.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> MURGIVERDE S. C. AND 2. GRADO	F04532339	EL EJIDO	ESPANA	U1	31/08/2017	159.482
10.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> GRANADA LA PALMA S.C. AND	F18013748	MOTRIL	ESPANA	U1	31/12/2017	154.615
11.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> AGRO SEVILLA ACEITUNAS S. C. AND	F41114141	SEVILLA	ESPANA	U2	31/12/2017	129.607
12.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> S.C. ANDALUZA SANTA MARIA DE LA RABIDA	F21018114	PALOS DE LA FRONTERA	ESPANA	U1	31/12/2016	119.546
13.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> MOGUER CUNA DE PLATERO S. C. ANDALUZA	F21057039	MOGUER	ESPANA	U1	31/12/2017	100.295
14.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> OLEICOLA EL TEJAR NUESTRA SENORA DE ARACELI SOCIEDAD CO...	F14016729	BENAMEJI	ESPANA	U1	31/12/2017	88.307
15.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> CABASC S.C. AND	F04001780	BALANEGRA	ESPANA	U1	31/08/2017	88.296



	Nombre	Código NIF	Localidad	País	consolida	disponible	Últ. año disp.
1.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> DCOOP S.C. AND	F29249018	ANTEQUERA	ESPANA	U1	31/12/2017	1.083.620
2.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> ANECOOP S.C.	F46099222	VALENCIA	ESPANA	U2	30/09/2017	601.193
3.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> COOP OURENSANAS S. C. GALEGA COREN	F32001976	OURENSE	ESPANA	U2	31/12/2017	549.217
4.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> A. N. S. C.	F31097280	ARANGUREN	ESPANA	U2	30/06/2018	521.102
5.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> SCA GANADERA DEL VALLE DE LOS PEDROCHES	F14014245	POZOBLANCO	ESPANA	U2	31/12/2017	444.328
6.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> UNICA GROUP S.C. ANDALUZA	F04657466	ALMERIA	ESPANA	U1	31/08/2017	317.144
7.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> S.C. LTDA BAJO DUERO	F49006554	MORALEJA DEL VINO	ESPANA	U1	31/12/2017	279.655
8.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> FRIBIN S. A. T. N. 1269 R. L.	F22004311	BINEFAR	ESPANA	U1	31/12/2017	268.727
9.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> AGROPECUARIA DE GUISSONA S.C.L.	F25005398	GUISSONA	ESPANA	U2	31/12/2017	267.393
10.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> UNION DETALLISTAS ESPAÑOLES S. C. UNIDE	F28154946	MADRID	ESPANA	U2	31/12/2017	244.587
11.	<input checked="" type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> COOP PROVINCIAL AGRICOLA GANADERA SAN ISIDRO SDAD COO...	F04001152	ALMERIA	ESPANA	U1	30/09/2017	212.334

Media facturación TOP 10 cooperativas agroalimentarias



Fuente: COGECA (2014), datos de España actualización propia

MAYORES EMPRESAS ESPAÑA ALIMENTACIÓN



Lleida (1956)



Lérida (1961)
Integración total del
productor al
consumidor (retailer)

The Coca-Cola Company

2.900 M€

Ebro



Nestlé

Good Food, Good Life



Vall Companys

Guissona bonArea
AGRUPA

CORP. AGROLIMEN

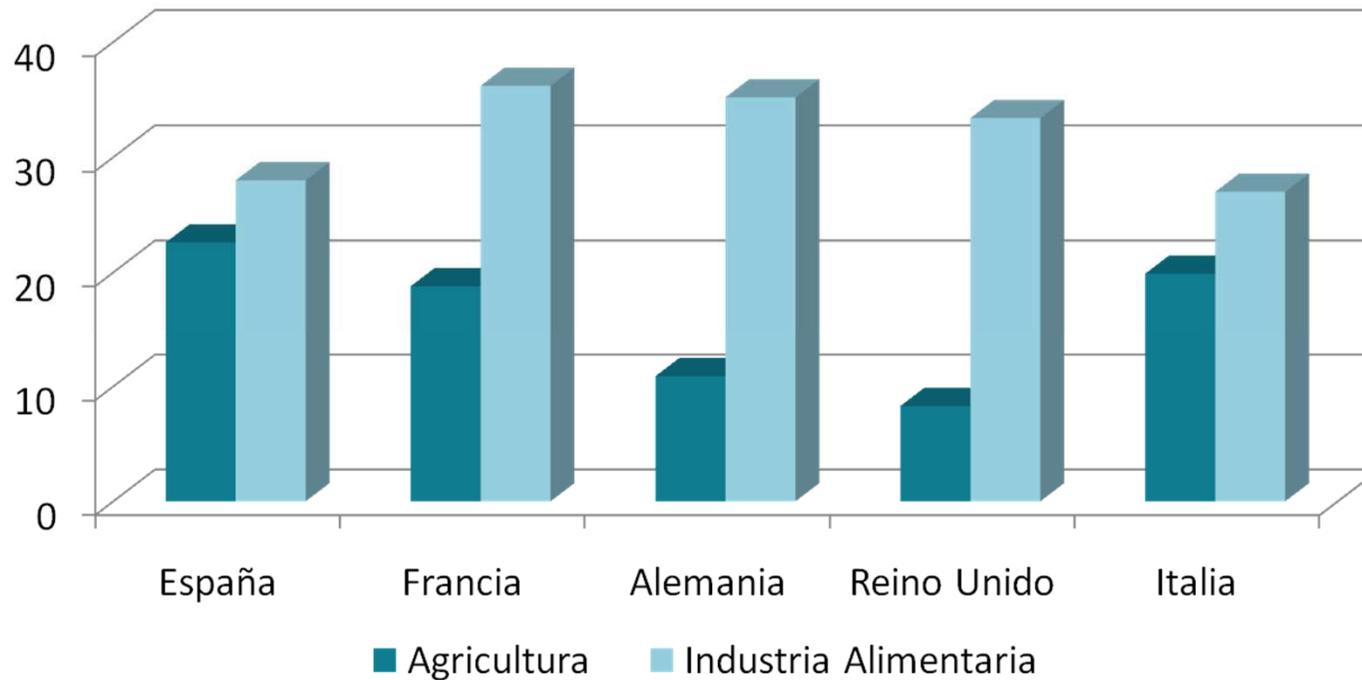
1.350 M€

Barcelona (1964)

Gallina Blanca, Affinity, Bocatta, Pans & Company, Frec Co, El Pavo, BioCentury,...

ESPAÑA: GRAN POTENCIA AGRARIA, MENOS INDUSTRIAL

Valor añadido generado en Agricultura e Industria Alimentaria. Miles millones €. 2017



VAB generado por la IAA por cada € de producción agraria



España
1,24



Alemania
3.23

REFERENTE AGRARIO MUNDIAL

NO HEMOS AVANZADO

SUFICIENTEMENTE EN APORTACION

DE VALOR

**¿LA INDUSTRIA ES MÁS INNOVADORA QUE
LA DISTRIBUCIÓN?**

INNOVACIÓN

MUCHO MÁS QUE TECNOLOGIA

Innovación social. Cómo se organizan las personas

Las innovaciones organizacionales son indispensables para que haya innovaciones técnicas

HACERSE PREGUNTAS

- ¿Cómo era nuestra cesta de la compra hace 10 años?

¿Cómo será dentro de 10 años?

- ¿Homogeneización o diferenciación de los mercados?

- ¿Dónde y cómo compraremos los alimentos?



VEGGIES

Embutidos con un 0% de carne, elaborados con clara de huevo de gallinas criadas en libertad y aceite de oliva virgen.



Mortadela Veggie 100g



Mortadela con aceitunas y pimiento Veggie 100g



Galantina con verduras Veggie 100g

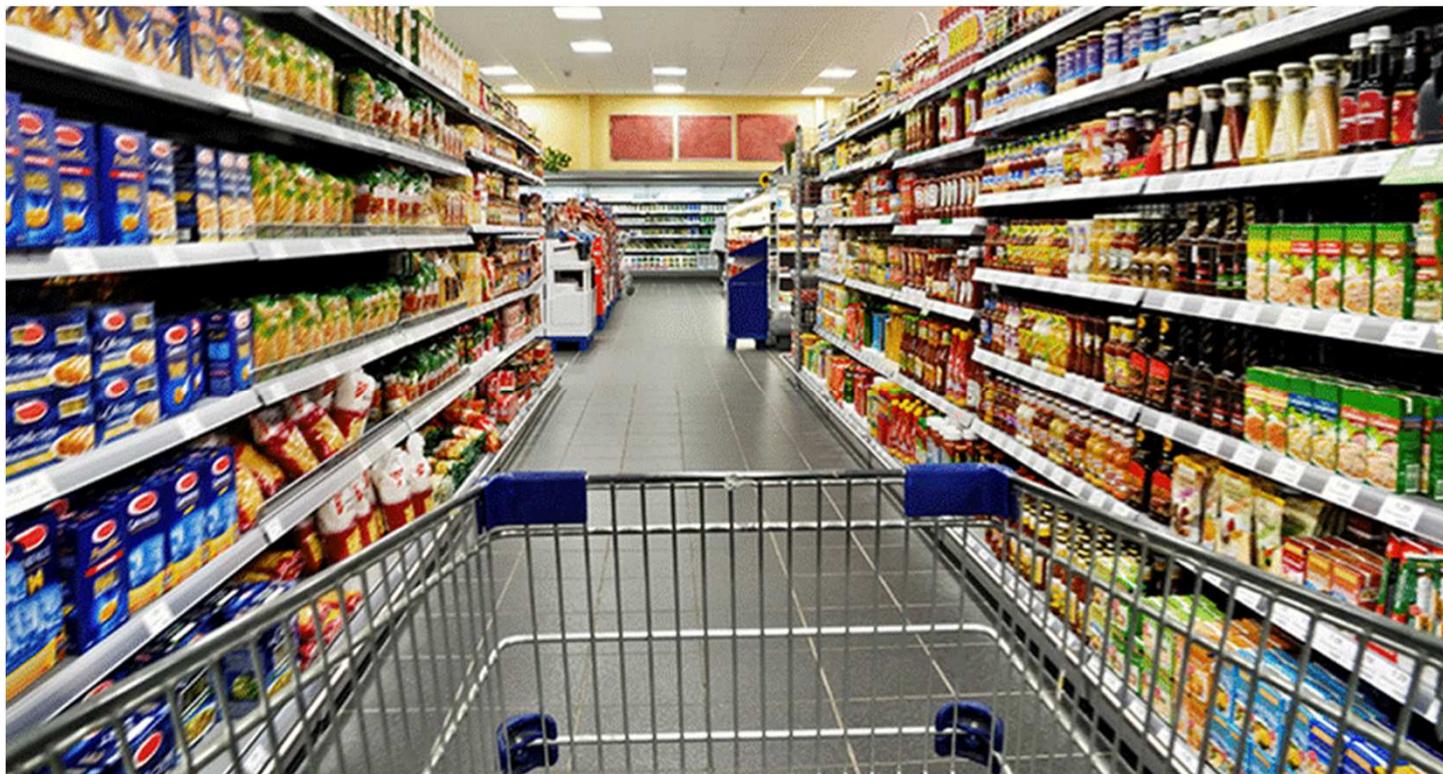


Snacks deshidratados

Una bolsita de BuenOh! equivale a 150 g de fruta



La gran distribución



Deloitte.

Global Powers of Retailing 2018

Transformative change, reinvigorated commerce

FY2001

1. Wal-Mart
2. Carrefour
3. Ahold
4. Home Depot
5. Kroger
6. Metro
7. Target
8. Albertson's
9. Kmart
10. Sears

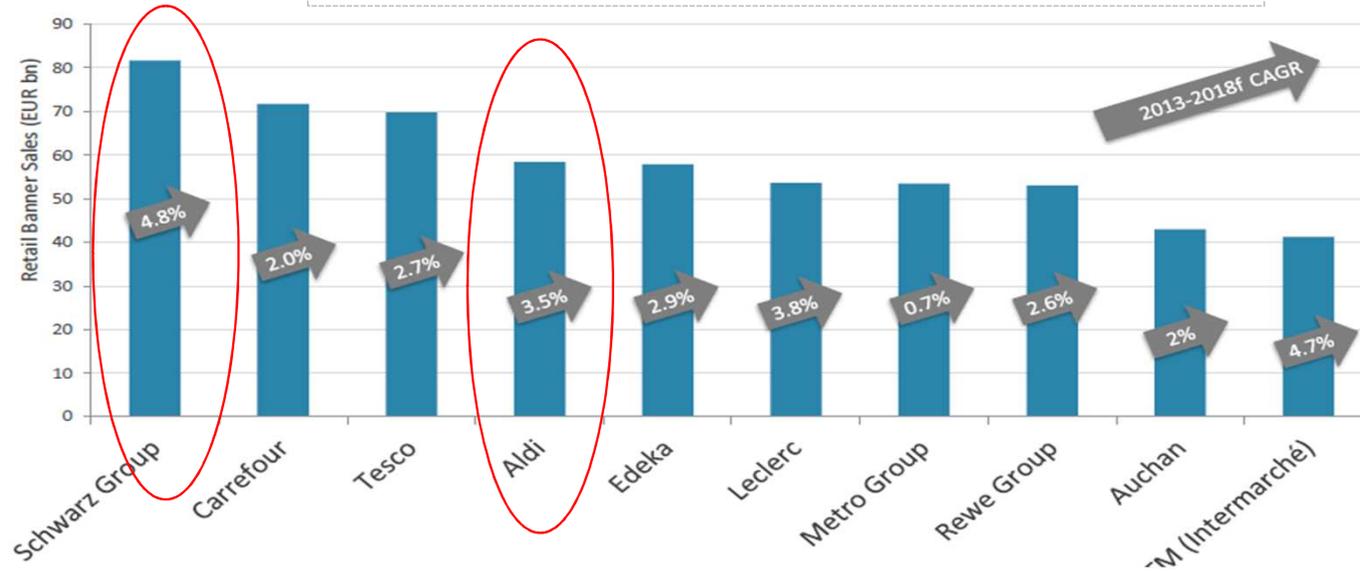
FY2016

1. Wal-Mart
2. Costco
3. Kroger
4. Schwarz Group
5. Walgreens Boots Alliance
6. Amazon
7. Home Depot
8. Aldi Group
9. Carrefour
10. CVS Health

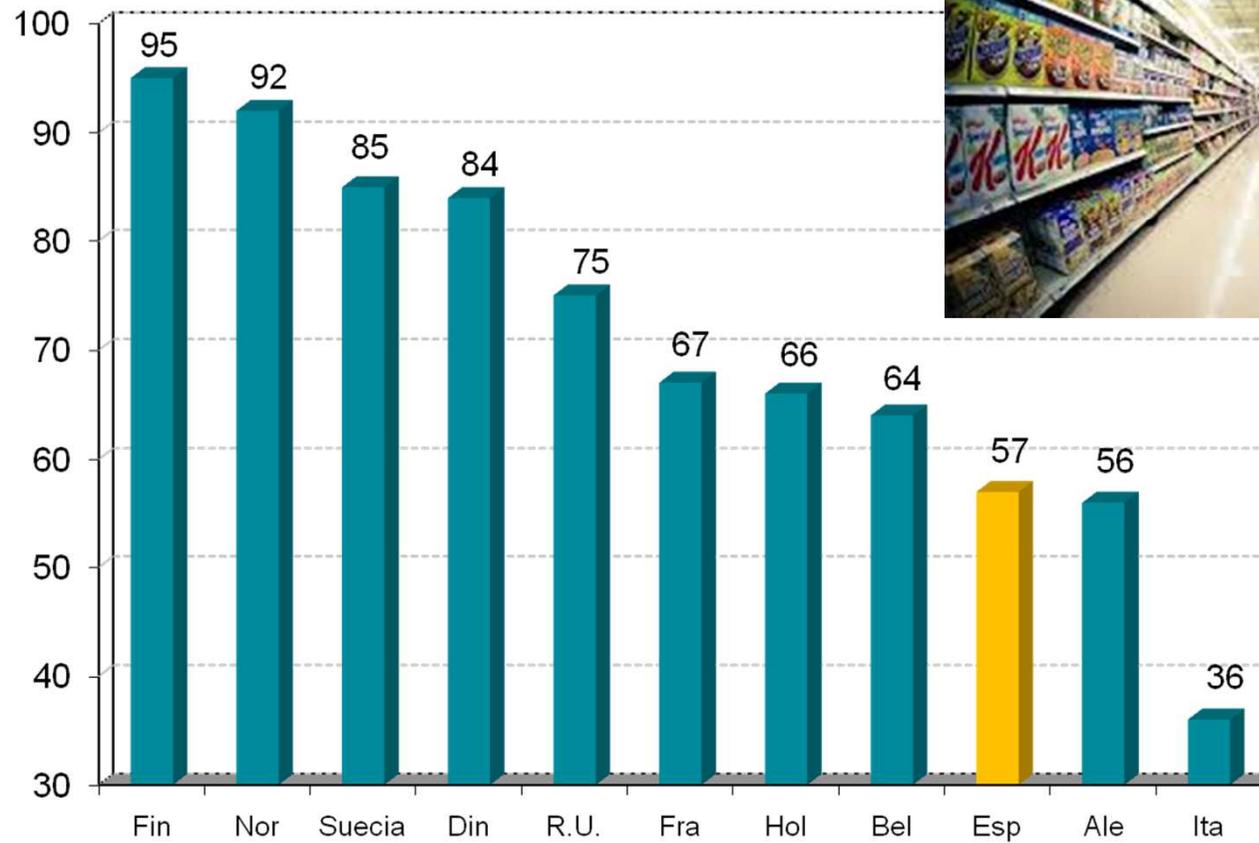
Top 10 retailers, FY2016

Top 250 rank	Change in rank	Name of company	Country of origin	FY2016 Retail revenue (US\$M)	FY2016 Retail revenue growth	FY2016 Net profit margin	FY2016 Return on assets	FY2011-2016 Retail revenue CAGR*	# Countries from operations	% Retail revenue from foreign operations
1	↔	Wal-Mart Stores, Inc.	US	485,873	0.8%	2.9%	7.2%	1.7%	29	24.3%
2	↔	Costco Wholesale Corporation	US	118,719	2.2%	2.0%	7.2%	6.0%	10	27.1%
3	↔	The Kroger Co.	US	115,337	5.0%	1.7%	5.4%	5.0%	1	0.0%
4	↔	Schwarz Group	Germany	99,256	5.3%	n/a	n/a	7.3%	27	61.7%
5	↔	Walgreens Boots Alliance, Inc.	US	97,058	8.3%	3.6%	5.8%	6.1%	10	13.7%
6	↑ +4	Amazon.com, Inc.	US	94,665	19.4%	1.7%	2.8%	17.6%	14	36.8%
7	↓ -1	The Home Depot, Inc.	US	94,595	6.9%	8.4%	18.5%	6.1%	4	8.5%
8	↔	Aldi Group	Germany	84,923 ^e	4.8%	n/a	n/a	7.7%	17	67.0%
9	↓ -2	Carrefour S.A.	France	84,131	-0.4%	1.1%	1.8%	-1.1%	34	53.2%
10	↑ +2	CVS Health Corporation	US	81,100	12.6%	3.0%	5.6%	6.4%	3	0.8%
Top 10 ¹				1,355,656	4.5%	3.0%	6.4%	4.5%	14.9 ²	27.3%
Top 250 ¹				4,410,828	4.1%	3.2%	3.3%	4.8%	10.0 ²	22.5%
Top 10 share of Top 250 retail revenue				30.7%						

Venta de alimentos en EUROPA. Var. 2013-2018



Cuota de mercado 5 mayores empresas distribución





Fuente: Alimarket

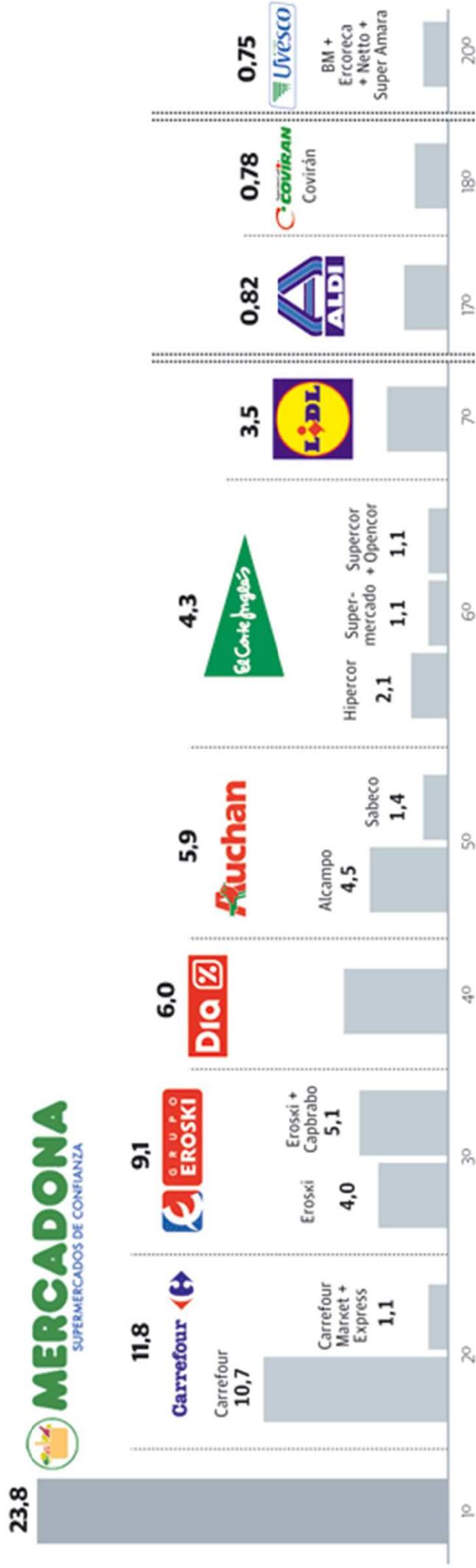


GRÁFICO 6. DE LAS HERAS

Tendencias en la Distribución

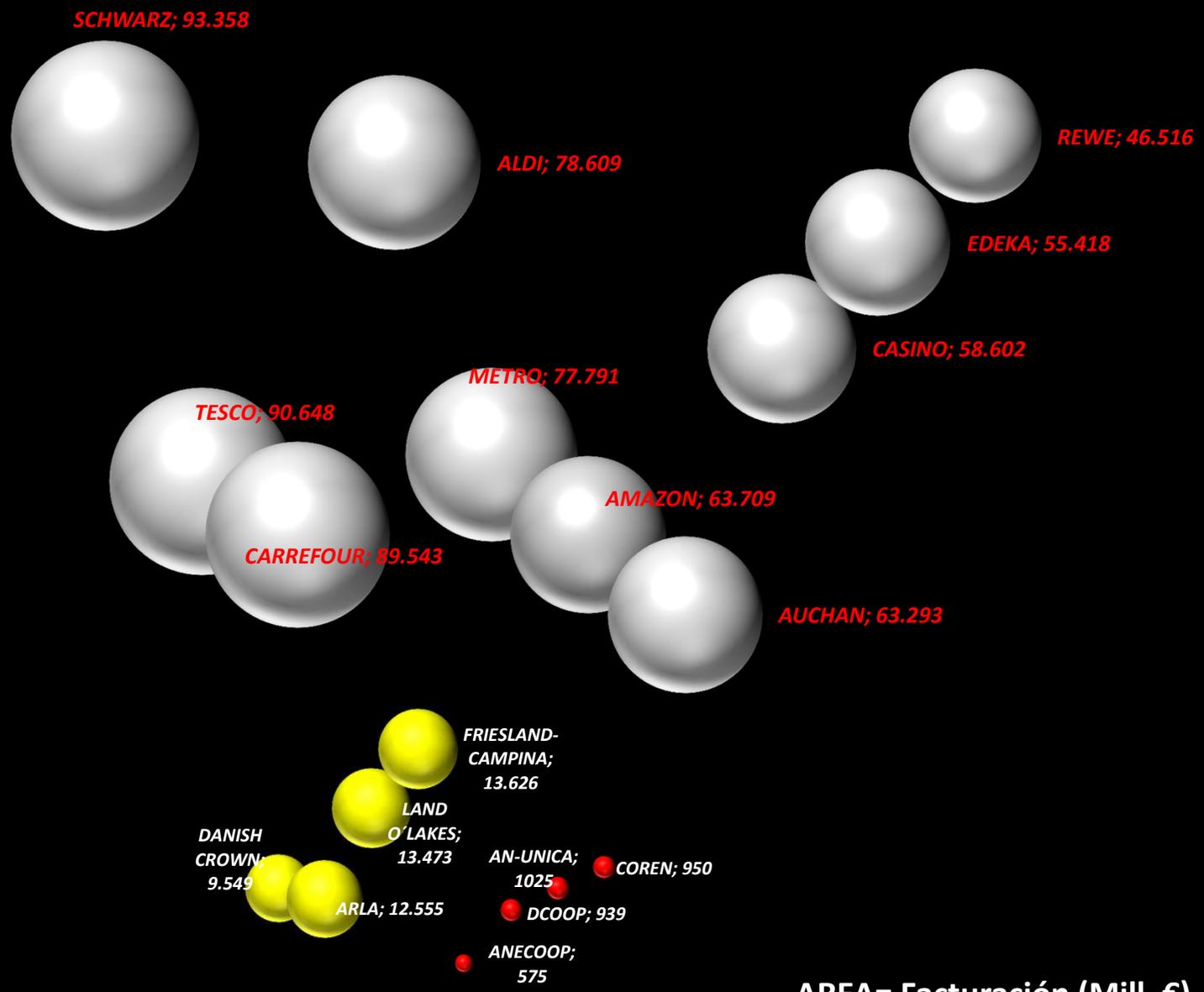
Un nuevo tipo de relación entre fabricantes y distribuidores

ASOCIACIÓN

Un mismo objetivo

MAXIMIZAR LAS VENTAS POR UNIDAD DE SUPERFICIE

Relación tradicional	Sistema de cooperación
Visión a corto plazo	Compromiso a largo plazo
Compra basada en precio	Compra basada en valor
Muchos suministradores	Pocos y selectos
Baja interdependencia	Alta
Producción y oferta improvisada	Planificación de campañas
Comunicación limitada a compra y venta	Comunicación abierta. Relación multifuncional.
Escasa coordinación en los procesos	Integración/coordinación en procesos
No hay inversiones compartidas	Inversiones conjuntas
La información es confidencial	Información compartida
Delimitación de los negocios	Creación de equipos conjuntos
Mejoras unilaterales	Mejora conjunta



AREA= Facturación (Mill. €)



¿AMAZON QUIERE COMPRAR CARREFOUR?

Jeff Bezos podría estar pensando en comprar una gran superficie para conquistar Europa.

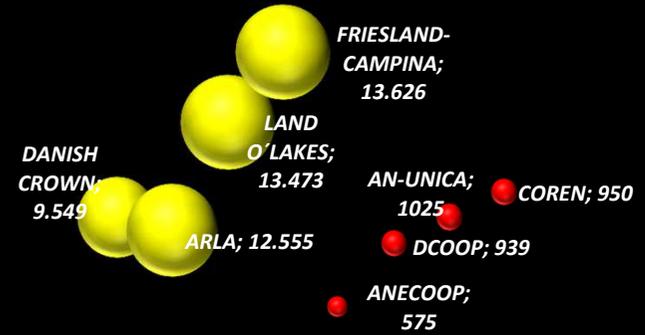
A muchos (y a pocos) sorprendió la compra de Whole Foods por más de 13.000 millones de dólares, este mismo año. Suponía la mayor adquisición de Amazon, pero llamaba la atención que fuera un supermercado



**BAYER + MONSANTO;
61.300**



**CHEM CHINA + SYNGENTA;
46.070**



AREA= Facturación (Mill. €)

● Alertas de Maldita.es. De verdad, prometemos enviarte sólo lo realmente importante.



MALDITA CIENCIA

No, no hay evidencias de que dormir con media cebolla en la mesilla cure (o alivie) el resfriado



MALDITA CIENCIA

Soja, estrógenos y sexualidad: por qué no tiene sentido creer que «hace gays a los hombres»



MALDITA CIENCIA

BULO

El tequila te hace bajar de peso y te rejuvenece, dice la ciencia

No, no hay evidencias de que el tequila ayude a adelgazar



MALDITA CIENCIA

Maldito vegetarianismo: mitos y bulos sobre las dietas sin carne y otros alimentos de origen animal

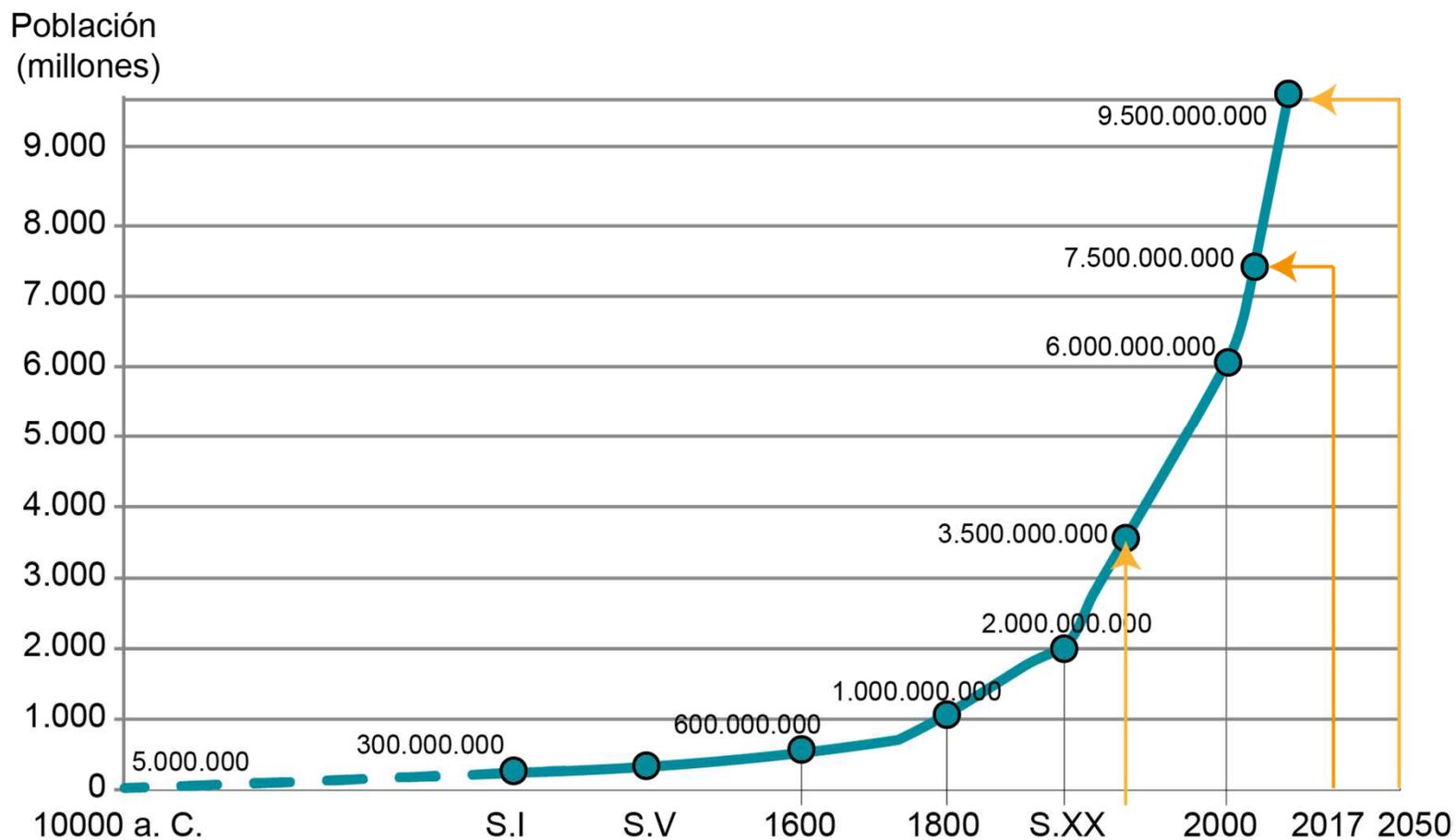
MALDITA CIENCIA

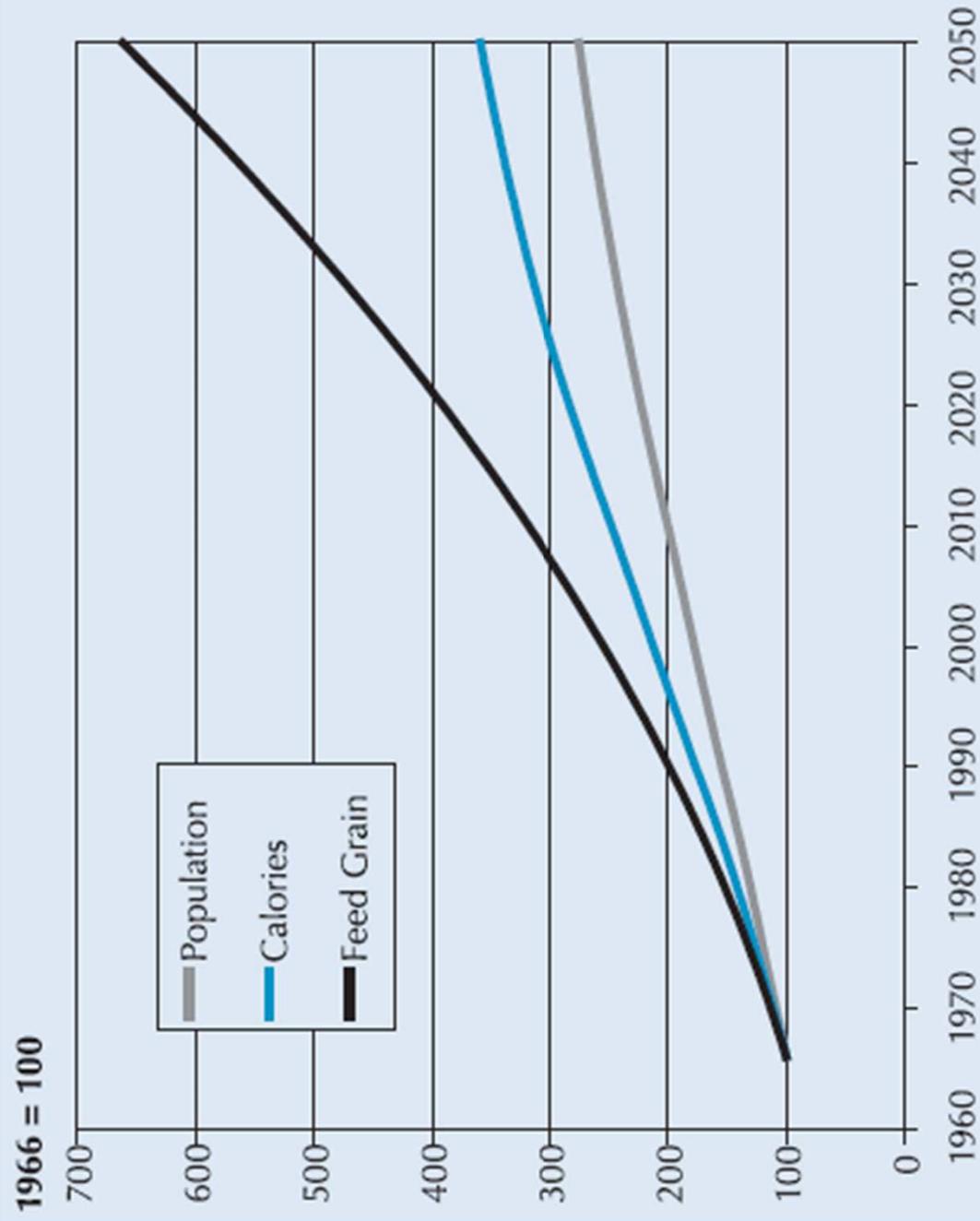
MACROTENDENCIAS DEL CONSUMO QUE PUEDEN AFECTAR AL SECTOR

Demographic asymmetries	Economic globalisation	Resource constraints	Innovation acceleration	New governance models	<i>Evolución</i> Evolving consumption
Growing world population 	Selective deindustrialisation 	Volatility of raw materials 	Digital & data 	Public debt crisis 	Health and wellness 
Urbanisation & densification 	Changing balance of economic power 	Green energies 	Smart devices & infrastructure 	Asymmetric conflicts 	New social networks 
Rise of Asian & African middle class 	Global mobility 	Ecosystem at risk 	Life sciences booming 	NGOs and citizenship 	Low cost/premium polarisation 
Ageing societies 	Usage economy Pagar por el uso (Cloud, datos móvil) 	Climate change 	Industry 4.0 	Global cooperation 	Anxiety 
Gender gap decrease 	Rise of digital disruptors 	War for talents 	Autonomous transportation 	Knowledge society 	Homing 

Necesidad o el deseo de realizar actividades en el hogar, cocinar, recibir amigos

EVOLUCION DE LA POBLACION MUNDIAL DESIGUAL (EUROPA ENVEJECIDA)

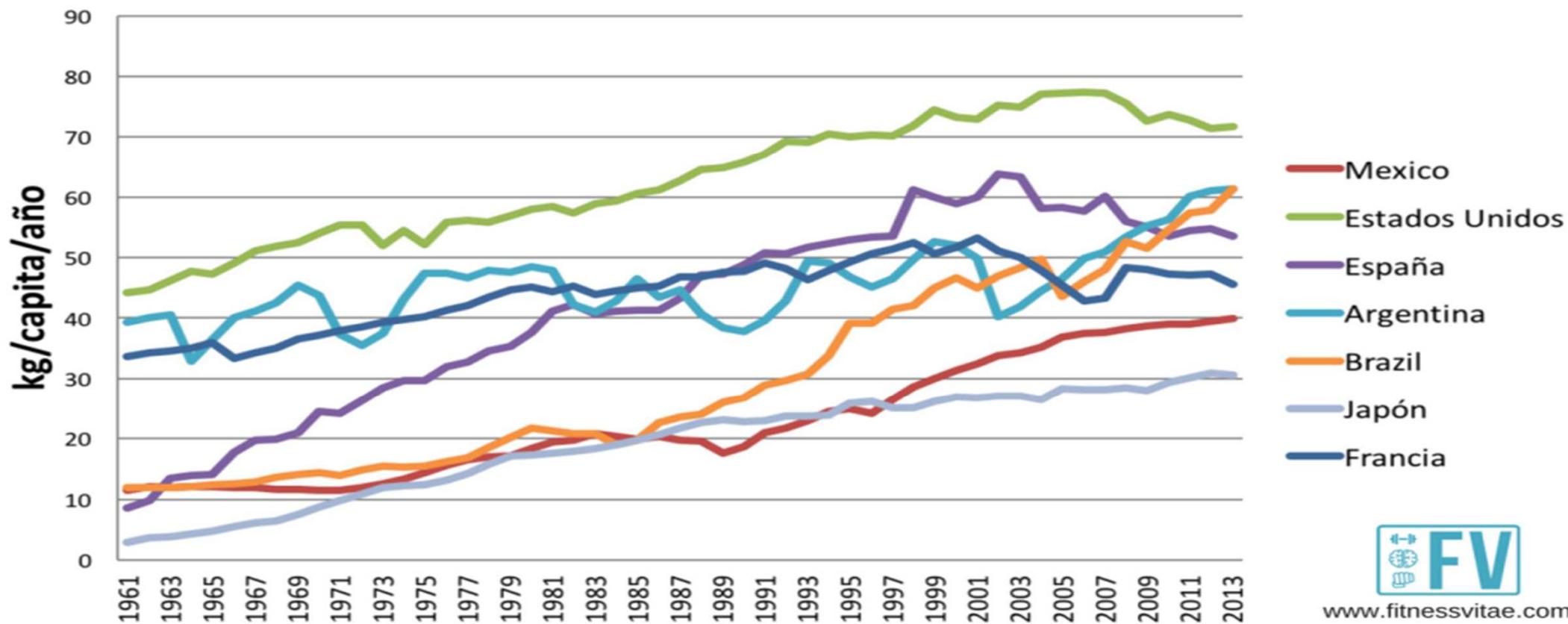




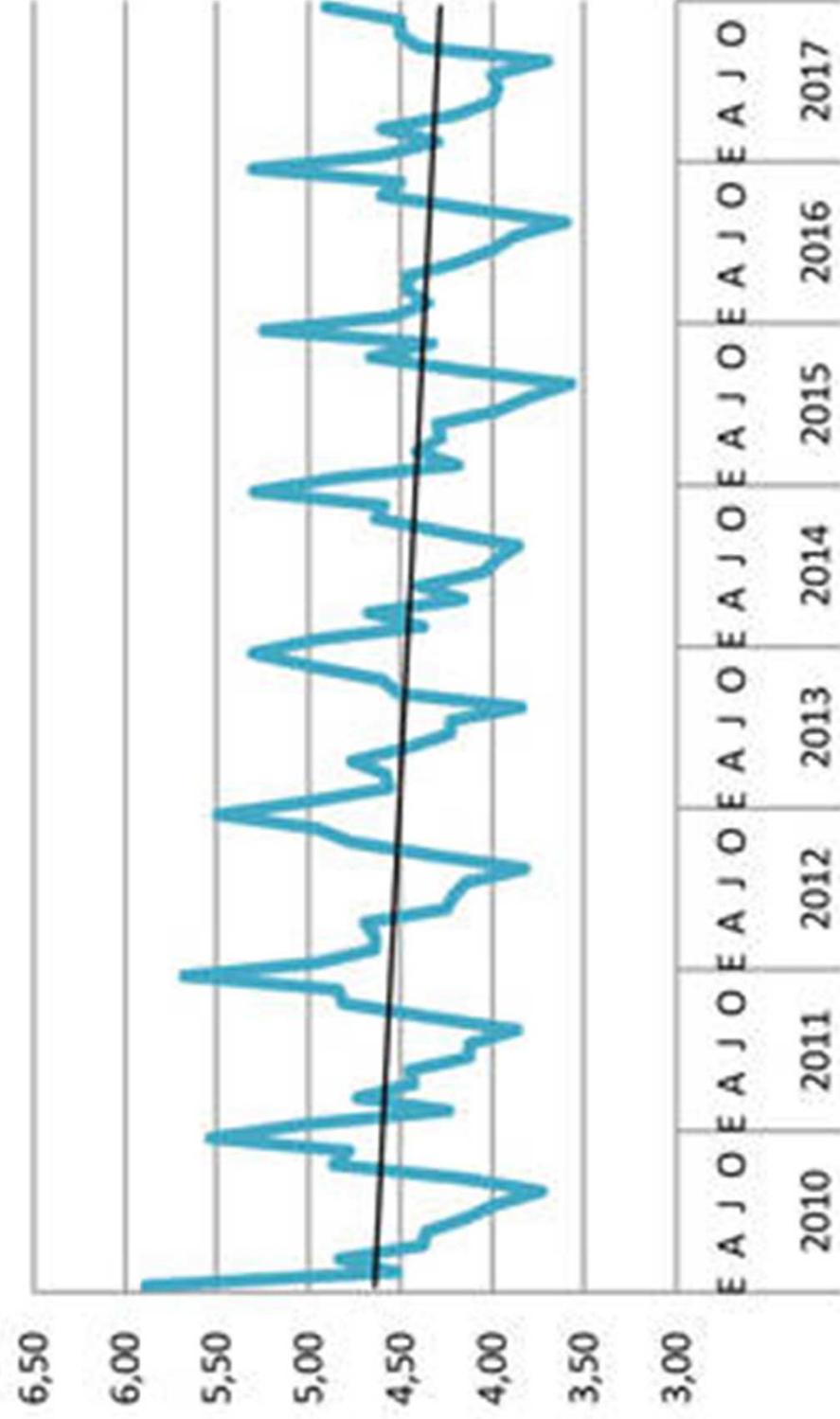
Three indicators of world food demand

TODO VA POR BARRIOS: SABER LEER LA LETRA PEQUEÑA

Consumo de carne por país



Consumo de carne per cápita en España (todas las carnes) de 2010 a 2017



EJERCICIO FISICO Y ALIMENTACION



..... SE HAN CONVERTIDO EN LA NUEVA RELIGION

Más del 30 % de los hogares son mono o biparentales.

Casi el 30 % del
consumo de
alimentos, se produce
fuera del hogar.

Tendencias en el Consumo

Principales componentes del consumo (España):

- La **carne** representa el 22% del gasto total. Ligeros incrementos anuales.
- El **pescado** significa el 14%. Con crecimientos medios anuales moderados.
- Las **frutas y hortalizas** absorben el 11% del gasto. Tendencia positiva.
- Los **productos lácteos** representan el 10% del gasto. Descenso en el consumo de leche aumento de los derivados, especialmente los postres lácteos.
- El **pan, bollería y pastelería** alcanza el 10%. Estable en pan y crecimiento en los demás componentes.
- El consumo de **aceite** supone el 2%. Incremento en el consumo de aceite de oliva virgen extra y descenso en todos los demás.
- Los **productos transformados** representan el 2% del gasto con fuertes crecimientos.
- El grupo de **bebidas** incluye una gran variedad de productos que significan el 17% del gasto. Descensos en bebidas alcohólicas y aumentos en aguas minerales y zumos.

Tendencias en el Consumo

Conclusiones de las principales tendencias observadas:

- El mayor tiempo dedicado al trabajo y la creciente valoración del tiempo de ocio favorece el consumo de platos preparados
- Preocupación por mantener una dieta saludable.
- Prevalecen los sabores suaves
- Fuerte demanda de los productos de descuento por la crisis continua y la tercera edad

¿Qué pide el consumidor estándar de alimentos?

- Seguridad
 - Salud
 - Satisfacción
 - Sencillez
 - Servicio
 - Sostenibilidad
 - Precio



En fresco la cosa es más complicado

El caso del tomate en Alemania

**Cómo hay que afinar en el conocimiento del cliente intermedio
(distribución) para POSICIONARSE**

se supone que la distribución conoce al CONSUMIDOR FINAL.

Ranking Supermercados Alemania

Ranking retail Germany in sales!

1. EDEKA



2. Rewe Group



3. Schwarz Group



4. Aldi



5. Metro Group

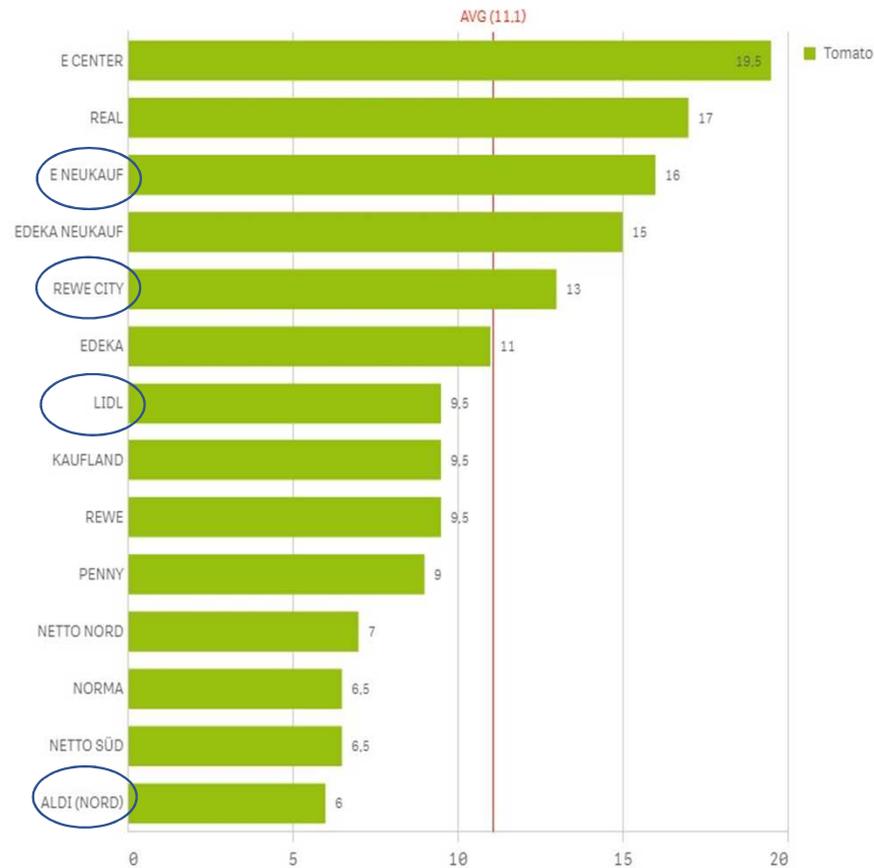


6. rest of retail Germany

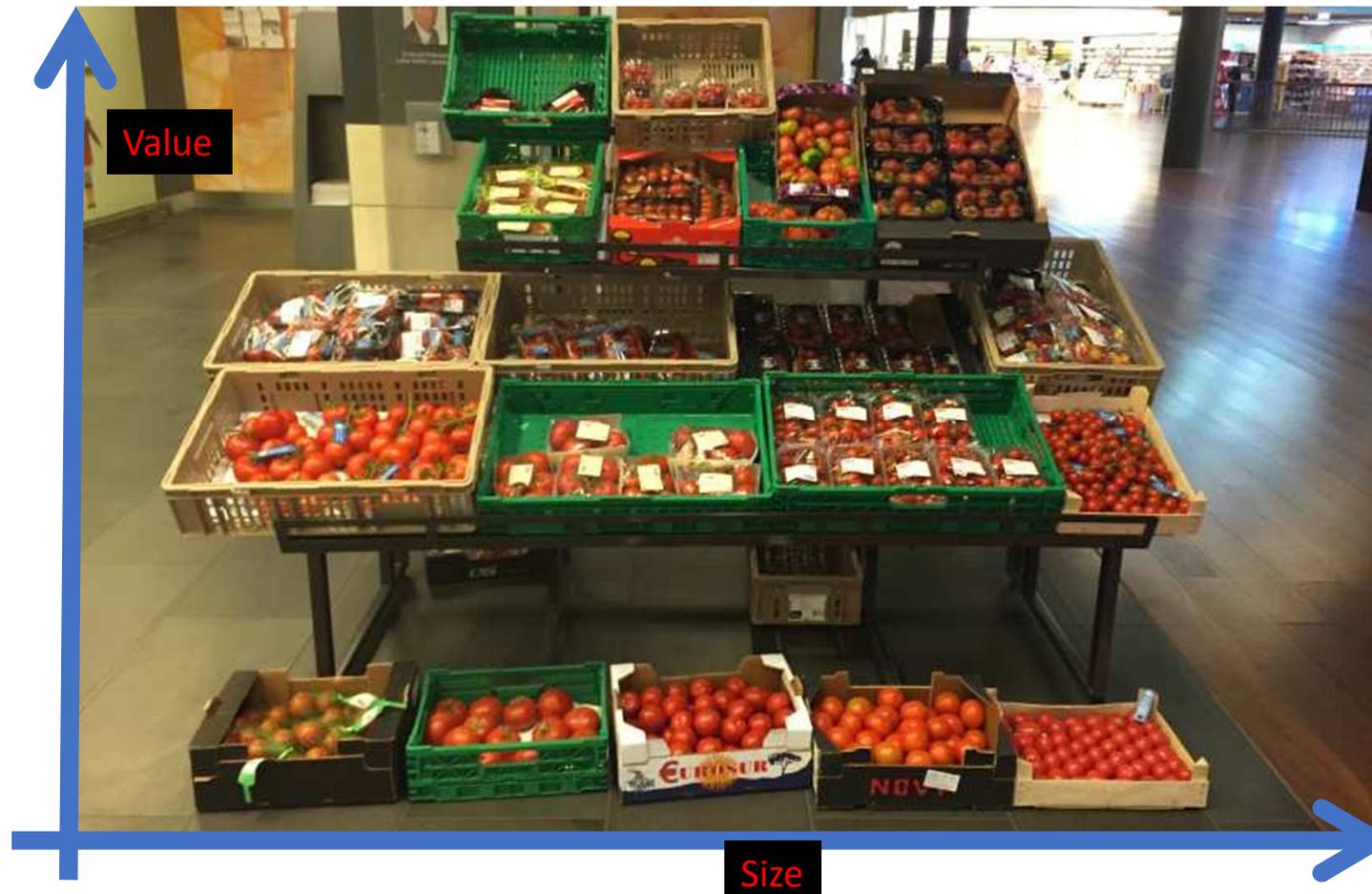
Categoría de tomate.

Productos en lineal por Supermercado (Invierno 2018)

Avg ITEM by Banner



Categoría de tomate



Categoría de tomate

Best



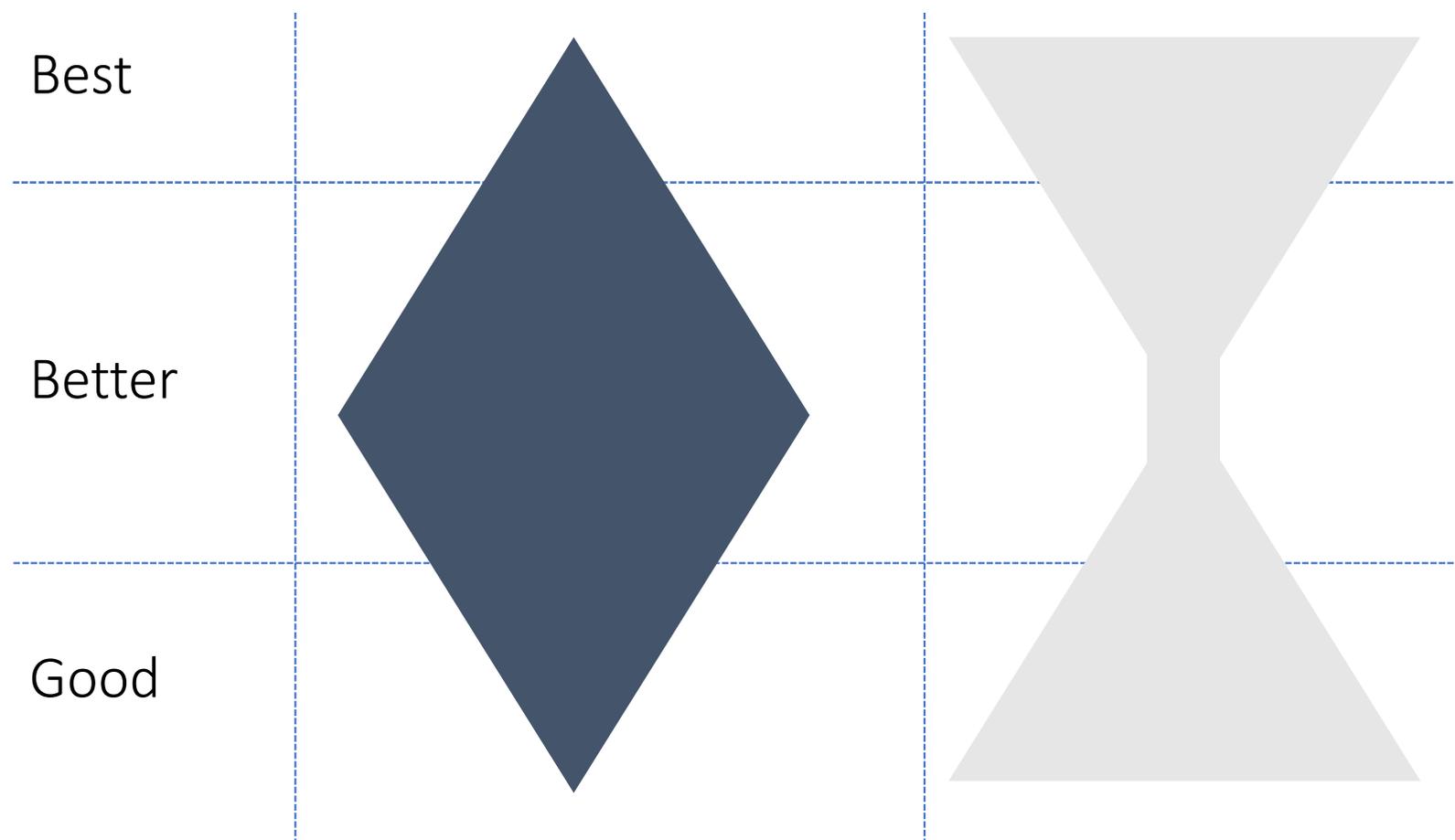
Better



Good



Categoría de tomate



Categoría de tomate (ejemplo Snack Edeka)

Best

Premium Assortment



Better



Good

Basic Assortment



Categoría de tomate (ejemplo Snack Lidl)

Best

Premium Assortment



Good

Basic Assortment

