

## **INFORME DE SEGUIMIENTO EN MEDIOS**

### **NOTA DE PRENSA**

### **BALANCE 2019**

**(9 de enero de 2020)**



## Las empresas andaluzas de alimentación y perfumería venden de un 3% a un 4% más

**Redacción** SEVILLA

El comercio de alimentación y perfumería incrementó entre un 3% y un 4% su volumen de facturación en el 2019, periodo en el que duplicó la inversión, sobre todo en lo relativo a la transformación digital y la sostenibilidad medioambiental.

Según una encuesta realizada

por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) entre sus empresas asociadas, el beneficio empresarial creció el pasado año en torno al 2%, al igual que el empleo.

Por su parte, el número de nuevos establecimientos creció un 2%, mientras que la inversión aumentó un 15%.

En el 2019 siguieron ganando peso las ventas por internet, en torno al 12% sobre el ejercicio anterior, si bien sólo suponen aún entre el 1,5% y el 2% del mercado.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, destacó que 2019 fue “un año positivo” para el sector de la distribución de alimentación y perfumería.

### EXPANSIÓN ANDALUCÍA

## El comercio de alimentación y perfumería aumenta su facturación

**Jaime Ostos.** Sevilla

Según una encuesta realizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), en el pasado año 2019 el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería incrementó el volumen de su facturación entre un 3% y un 4%, mientras que el beneficio empresarial creció en torno al 2%.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, destacó que 2019 fue “un año positivo para el sector, con unos datos globales satisfacto-

rios similares a las cifras cosechadas en 2018, pese a la generalizada desaceleración del crecimiento económico y a la incertidumbre política vivida a nivel nacional”.

Asimismo, Virginia González resaltó especialmente “el crecimiento de la cifra de inversión, que ha pasado del 7% de incremento en 2018 al 15%

**Tanto el empleo como el número de nuevos establecimientos crecieron un 2%**

en 2019, lo que supone en la práctica duplicar el esfuerzo por la renovación de nuestras empresas y establecimientos, en una clara apuesta por la modernización, la transformación digital y la sostenibilidad medioambiental, para continuar por la necesaria senda de crecimiento”.

Por otro lado, las empresas del sector deben abordar el reto de la transformación digital, algo inmediato e irrenunciable y que va más allá del e-commerce, incluyendo también la transformación del modelo de negocio.

[https://www.revistaaral.com/distribucion-con-base-alimentaria/comercio-alimentacion-perfumeria-duplica-inversion-continuar-creciendo\\_15138177\\_102.html](https://www.revistaaral.com/distribucion-con-base-alimentaria/comercio-alimentacion-perfumeria-duplica-inversion-continuar-creciendo_15138177_102.html)

**El comercio de alimentación y perfumería duplica la inversión para continuar creciendo**

Según una encuesta de CAEA, en 2019 el sector incrementó su volumen de facturación entre el 3% y el 4%

REVISTA ARAL | jueves, 9 de enero de 2020

Virginia González Lozano, presidenta de CAEA.

Según una encuesta realizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) entre sus propias empresas asociadas, en el año 2019 el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería incrementó la inversión un 15% así como el volumen de facturación entre el 3% y el 4%.

**INFORETAIL**

<https://www.revistainforetail.com/noticiadet/ano-de-bonanza-para-la-distribucion-andaluza/be61528b8367b45d97521fa03ae462dc>

**infoRETAIL**  
Información de retail & consumo del siglo XXI

09/01/2020 - ACTUALIZADO A LAS 16:04

**Noticias**

**Año de bonanza para la distribución andaluza**

Los retailers de CAEA facturan un 4% más en 2019

09/01/2020

infoRETAIL- Las empresas asociadas a la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) han cerrado el año 2019 con un incremento de la facturación de entre el 3% y el 4%, y con una subida de los beneficios cercano al 2%, según una encuesta realizada por la propia entidad entre sus miembros.

Por su parte, los retailers andaluces también han registrado subidas interanuales en el empleo (+23%), el número de nuevos establecimientos (+23%) y la inversión (+13%). Siguen ganando peso año tras año las ventas online, en torno al 12% sobre el ejercicio anterior, si bien sólo suponen aún entre el 1,5% y el 2% del mercado.

**AVISO A NUESTROS LECTORES**

**NEWSLETTER DIGITAL**

Para cumplir con los requisitos del nuevo Reglamento General de Protección de Datos, debes confirmar tu suscripción.

**SUSCRIBIRME GRATIS**

**PICK PACK** 50% con el CÓDIGO **43L6J**

12-14 FEBRERO 2020 COBIL BARCELONA **ACREDITATE**

**Nuevas Tiendas**

## FINANCIAL FOOD

<https://financialfood.es/el-comercio-de-alimentacion-y-perfumeria-andaluz-elevo-sus-ventas-hasta-un-4-en-2019/>

### financial food

EL PORTAL DE LOS PROFESIONALES DE LA DISTRIBUCIÓN Y DE LA INDUSTRIA ALIMENTARIA

DISTRIBUCIÓN EMPRESAS CONSUMO ALIMENTACIÓN BEBIDAS INDUSTRIA AUXILIAR NOVEDADES PROFESIONALES NON FOOD

## El comercio andaluz elevó sus ventas hasta un 4% en 2019

09/01/2020 en Distribución



Según una encuesta realizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) entre sus propias empresas asociadas, en el año 2019 el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería incrementó el volumen de facturación entre el 3% y el 4%, y el beneficio empresarial creció en torno al 2%.



#### ÚLTIMAS NOTICIAS



La automatización de las tiendas físicas puede ayudar a recuperar clientes  
09/01/2020



Lidl se embarca en la venta de comida preparada con su nueva sección de "Listo para comer"  
09/01/2020



Casi la mitad de los españoles asegura que este año comprará más alimentos

## FOOD RETAIL

[https://www.foodretail.es/retailers/comercio-andalucia-inversiones-2019-caea\\_0\\_1399660038.html](https://www.foodretail.es/retailers/comercio-andalucia-inversiones-2019-caea_0_1399660038.html)

### FOODRETAIL

& shoppers

12.000 SUSCRIPCIONES

NEWSLETTER

FABRICANTES RETAILERS SHOPPERS FOOD NON FOOD INDUSTRIA AUXILIAR TRENDINKS

Nombramientos Tendencias Aecoc Carrefour Mercadona Aperturas Blog de Antonio Agustín

#### RETAILERS

## Crece la inversión del comercio andaluz de alimentación y perfumería

Ha pasado del 7% de incremento en 2018 al 15% en 2019, según datos de Caea. Transformación digital y sostenibilidad medioambiental centran el esfuerzo inversor del sector.



PUBLICIDAD

FÉNIX DIRECTO  
Una compañía de Aliax

Consigue hasta un **7%** de descuento online

Calcula tu Seguro

PUBLICIDAD



BARCELONA  
09-23 Junio 2020  
Precio: 100€ IVA

#### LO MÁS

VISTO | LO ÚLTIMO

1 Aperturas de los

## EXTRADIGITAL

<https://www.europapress.es/andalucia/noticia-sector-andaluz-distribucion-comercial-alimentacion-perfumeria-factura-mas-2019-20200109113846.html>



EXTRADIGITAL

EDICIÓN NACIONAL

**El sector andaluz de la alimentación y perfumería alcanza los 8.500 millones, un 4% más que en 2018**

extradigital  
Hoy a las 2:00 pm

¿CUÁL ES TU ENERGÍA DEL FUTURO?  
Endesa, comprometida con el progreso y la sostenibilidad.

## EUROPA PRESS

<https://www.europapress.es/andalucia/noticia-sector-andaluz-distribucion-comercial-alimentacion-perfumeria-factura-mas-2019-20200109113846.html>

europapress / andalucia

**El sector andaluz de distribución comercial de alimentación y perfumería factura entre un 3 y 4% más en 2019**

Publicado 09/01/2020 11:28:46 CET



La presidenta de la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA), Virginia González Lucena. - CAEA - Archivo

SEVILLA, 9 Ene. (EUROPA PRESS) -

El sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería incrementó el pasado año 2019 su volumen de facturación entre un 3 y 4%, según una encuesta realizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) entre sus propias empresas asociadas.

(Fitor) Madrid, 22-26 Enero 2020

THE TOURISM INDUSTRY HUB Sigue todo lo relacionado con el turismo

¿CUÁL ES TU ENERGÍA DEL FUTURO? Endesa, comprometida con el progreso y la sostenibilidad.

Normativas alimentarias

SEAS DE LA GENERACIÓN QUE SEAS... CAM BERRAL DEL SWM

UNIVERSIDAD LOYOLA ANDALUZA Una universidad con valores

zalando

<https://www.efe.com/efe/andalucia/economia/el-comercio-de-alimentacion-y-perfumeria-aumento-un-4-su-facturacion-en-2019/50001111-4146394#>

Edición Andalucía Economía

COMERCIO BALANCE

### El comercio de alimentación y perfumería aumentó un 4 % su facturación en 2019

EFE | Sevilla | 9 ene. 2020



Productos de perfumería. EFE/ARCHIVO

[f](#) [t](#) [in](#) [@](#) [Menéame](#)

El comercio de alimentación y perfumería incrementó entre un 3 y un 4 por ciento su volumen de facturación en el 2019, periodo en el que duplicó la inversión, sobre todo en lo relativo a la transformación digital y la sostenibilidad medioambiental.

## LA VANGUARDIA

<https://www.lavanguardia.com/vida/20200109/472793644386/comercio-de-alimentacion-y-perfumeria-aumento-un-4-su-facturacion-en-2019.html>

LA VANGUARDIA | Vida

Al Mínuto Internacional Política Opinión Vida Deportes Economía Local Gente Cultur

**Fútbol** FC Barcelona - Atlético de Madrid, la Supercopa de España en directo

# Comercio de alimentación y perfumería aumentó un 4 % su facturación en 2019

Sevilla, 9 ene (EFE).- El comercio de alimentación y perfumería incrementó entre un 3 y un 4 por ciento su volumen de facturación en el 2019, periodo en el que duplicó la inversión, sobre todo en lo relativo a la transformación digital y la sostenibilidad medioambiental.



**CAEA**

Confederación Andaluza Empresarios  
Alimentación y Perfumería

## WEB DE CAEA

<https://www.caea.es/>



CAEA · Comunicación · Jornadas CAEA · Responsabilidad Social · Transparencia



### Noticias



facebook

<https://www.facebook.com/somoscaea/>

**CAEA**  
17 horas · 🌐

Ya puedes leer el artículo completo "2019, renovación para el crecimiento" de la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, balance del año para el sector y para la organización  
<https://bit.ly/2T9Ww1k>

CAEA.ES  
"2019, renovación para el crecimiento", la presidenta de CAEA hace balance del año -

<https://www.linkedin.com/company/9422855/admin/>



CAEA (Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Pe...

306 seguidores

17 horas • 🌐

Ya puedes leer el artículo completo "2019, renovación para el crecimiento" de la presidenta de CAEA, [Virginia González Lucena](#), balance del año para el sector y para la organización ... ver más



"2019, renovación para el crecimiento", la presidenta de CAEA hace balance del año

caea.es



6



Recomendar



Comentar



[@SomosCAEA](#)



CAEA @SomosCAEA · 17h

Ya puedes leer el artículo completo "2019, renovación para el crecimiento" de la presidenta de CAEA [@vgonzalezlucena](#) balance del año para el sector [@comercioAND](#) y para [@SomosCAEA](#) [bit.ly/2T9Ww1k](https://bit.ly/2T9Ww1k)



Virginia González Lucena y 3 más



↻ 4

♥ 4



## NOTA DE PRENSA

---

*En 2019 el sector incrementó su volumen de facturación entre el 3% y el 4%*

### **El comercio de alimentación y perfumería duplica la inversión para continuar creciendo**

*Transformación digital y sostenibilidad medio ambiental centran el esfuerzo inversor de las empresas*

*Sevilla, 9 de enero de 2020*

Según una encuesta realizada por la Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) entre sus propias empresas asociadas, en el año 2019 el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería incrementó el volumen de facturación entre el 3% y el 4%, y el beneficio empresarial creció en torno al 2%. Por su parte, también aumentaron el empleo, un 2%, el número de nuevos establecimientos, también un 2%, así como la inversión, un 15%. Siguen ganando peso año tras año las ventas "on line", en torno al 12% sobre el ejercicio anterior, si bien sólo suponen aún entre el 1,5% y el 2% del mercado.

La presidenta de CAEA, Virginia González Lucena, ha destacado que 2019 fue "un año positivo para el sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería en Andalucía, con unos datos globales satisfactorios similares a las cifras cosechadas en 2018, pese a la generalizada desaceleración del crecimiento económico y a la incertidumbre política vivida a nivel nacional".

Asimismo, Virginia González Lucena resaltó especialmente "el crecimiento de la cifra de inversión, que ha pasado del 7% de incremento en 2018 al 15% en 2019, lo que supone en la práctica duplicar el esfuerzo por la renovación de nuestras empresas y establecimientos, en una clara apuesta por la modernización, la transformación digital y la sostenibilidad medio ambiental, para continuar por la necesaria senda de crecimiento".

La transformación digital que deben abordar las empresas del sector de la distribución comercial de alimentación y perfumería constituye el reto más inmediato e irrenunciable que poseen en la actualidad. Esta transformación digital va más allá del "ecommerce" e incluye transformar el modelo de negocio, personalizar el trato y las experiencias de compra en base al análisis de datos, conseguir establecimientos físicos más sofisticados que incorporen las nuevas tecnologías, situar al consumidor como centro de todas las políticas comerciales, modificar la manera de interactuar con unos clientes más informados y permanentemente conectados transformando la comunicación con ellos e incluyendo sus preferencias en el uso de las tecnologías cuando compran "online", en las tiendas, vía móvil o a través de redes sociales.

Por su parte, la sostenibilidad medio ambiental acapara el otro gran apartado de inversión por parte de las empresas del sector. Pese a que el supermercado es el formato más sostenible y contribuye a este hecho su propia definición de proximidad, que hace que alrededor del 85 por ciento de los clientes de supermercados hagan la compra a pie, la implicación del sector y las inversiones para la renovación desde el punto de vista medio ambiental son máximas.

Se está llevando a cabo un gran esfuerzo inversor en eficiencia energética, a través del ecodiseño de frigoríficos para buscar el mayor ahorro energético, iluminación LED y aprovechamiento de la luz natural, así como la progresiva utilización de energías



renovables y autoconsumo. Además, también se está trabajando en mejorar la reducción de emisiones en refrigeración, con nuevos sistemas basados en refrigerantes alternativos, fundamentalmente en CO<sub>2</sub>. Y también se está apostando significativamente por la denominada "movilidad sostenible", a través de energías limpias en el transporte como el gas y la electricidad.

Paralelamente, la economía circular y la adecuada gestión de los residuos están igualmente centrando los esfuerzos inversores de las empresas. Reutilización y reciclaje mediante la aplicación del ecodiseño, así como la reducción de plásticos y bolsas de un solo uso constituyen prioridades a corto plazo.

En resumen, apostar por la renovación manteniendo la cercanía con el cliente y el contacto humano como valor añadido del establecimiento de proximidad, con una calidad máxima tanto del producto como del servicio. Está comprobado que lo que impulsa el comercio "on line" en el sector es la confianza que otorga al consumidor el establecimiento físico, como se puso de manifiesto en el III Observatorio para la Evolución del Comercio Electrónico de Alimentación realizado por ASEDAS y por las Universidades Complutense y Autónoma de Madrid presentado por CAEA en Sevilla el 11 de septiembre.

De hecho, en la Encuesta de Hábitos de Consumo 2019 de la Mesa de Participación de las Asociaciones de Consumidores, se constata que los supermercados aumentan su predominio como lugar habitual de compra. La mayoría de los consumidores opta por este tipo de establecimientos, un 66% por un 62% de 2018, frente a hipermercados, pequeño comercio, tiendas especializadas y mercados municipales. Cercanía (56%), calidad (50%) y precio (42%), por este orden, son los factores principales que llevan al consumidor a elegir un determinado establecimiento.

La Confederación Andaluza de Empresarios de Alimentación y Perfumería (CAEA) está integrada por 28 grupos empresariales mayoristas y minoristas del sector comercial de distribución de alimentación y perfumería, supermercados de proximidad y formatos cash en Andalucía. Sus empresas poseen un volumen de facturación de 29.000 millones de euros a nivel nacional (8.500 M€ en Andalucía), 9.000 establecimientos comerciales (4.000 en Andalucía), 125.000 empleados en España (45.600 en Andalucía), 5.000 franquiciados o socios, más de 4 millones de metros cuadrados de superficie comercial y más de 2 millones de metros cuadrados de superficie de almacén y logística.

#### **Documentación que se adjunta:**

Fotografía de la presidenta de CAEA, Virginia González Lucena.