Alimarket

Publicación	Alimarket General, 145	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	262,21 cm² (42,0%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	1376 EUR (1343 USD)

lar España Real Estate

en la tercera zona más importante dentro de su actividad, tan solo superada por Guipúzcoa y Vizcaya.

Family Cash sigue pescando en el caladero de Eroski

Por su parte, Family Cash ha seguido recalando en la red de hipermercados de Eroski y, en abril, firmaba la compra de otro centro, con lo que alcanza los 18 híper adquiridos desde 2015 al operador vasco. En concreto, el grupo valenciano se ha hecho con la gran superficie que Eroski operaba en el centro comercial As Termas de Lugo. Esta adquisición apoya el desarrollo de la distribuidora en Galicia, que se iniciaba cuatro meses antes con la compra del centro comercial Abella, también en la capital lucense, a Aliseda Inmobiliaria, en una operación cuyo coste podría haberse situado entre los 8 y los 12 M.

Eroski ya había programado el cierre de su híper de As Termas para 2023, en el caso de no encontrar comprador. Gestionado por la filial Cecosa Hipermercados forma parte de un paquete de hipermercados de los que el grupo cooperativo ha decidido desprenderse. Ya el pasado 2021, clausuró los puntos de venta que tenía en Elche y Toledo, a los que secundaba, el pasado marzo, el del centro comercial Parque Principado, de Lugones (Asturias). Tras estas operaciones, a Cecosa le quedaría encontrar comprador para los dos híper que tiene en Málaga (en el centro comercial Larios y en El Ingenio). Si esta operación no se produce en los próximos meses, Eroski cerrará el año con una red de 34 hipermercados, tras las aperturas ejecutadas de Santiago de Compostela (A Coruña), el pasado febrero, y las de finales de 2021 en Poio (Pontevedra) y Vitoria-Gasteiz.

En cifras, el grupo ha presentado los resultados del primer semestre, a 31 de julio pasado, que ha

continúa en página 145

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 146	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	591,56 cm² (94,9%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	2404 EUR (2347 USD)

lar España Real Estate

Principales empresas con actividad en el sector de la distribución de base alimentaria en 2021 (M€)

N.º	Empresa / Grupo	Ventas-20	Ventas-21	%21/20	Resul. neto 2021	%resultado/ ventas
1	**MERCADONA, S.A.**	24.556,00	**25.154,32**	2,4	680,31	2,7
2	**CARREFOUR (GRUPO)**	9.058,00	**9.471,00**	4,6	382,71 (-)	4,6
3	**LIDL SUPERMERCADOS, S.A.U.**	4.825,71	**5.144,00**	6,6	150,84 (+)	3,1
4	**GRUPO EROSKI (DIVISIÓN ALIMENTACIÓN)**	4.687,40	**4.395,53**	-6,2	118,26	4,1
	VEGONSA AGRUPACIÓN ALI., S.A. (VEGALSA) (1)	1.082,00	**1.094,00**	1,1	-	-
	CAPRABO, S.A. (1)	759,38	**650,00**	-16,8	-26,61 (+)	-3,5
5	**DIA RETAIL ESPAÑA, S.A.**	4.508,80	**4.209,78**	-6,6	-186,24	5,1
6	**ALCAMPO, S.A.**	4.250,00	**3.700,00**	-12,9	112,07 (1-)	3,4
7	**CONSUM, S.COOP.**	3.085,31	**3.113,23**	0,9	67,90	2,2
8	**EL CORTE INGLÉS, S.A. (GRUPO ALIMENTACIÓN) (2)**	2.782,00	**2.648,00**	-4,8	-	-
	EL CORTE INGLÉS, S.A. - DIV. SUPERMERCADOS	1.159,00	**1.099,00**	-5,2	-	-
	EL CORTE INGLÉS, S.A. (HIPERCOR) – DIV. HIPER.	830,00	**790,00**	-4,8	-	-
	SUPERCOR, S.A.	767,38	**730,00**	-4,9	4,22 (+)	0,5
	GESTIÓN DE PUNTOS DE VENTA, S.A. (GESPEVESA) (2)	52,07	**58,06**	11,5	0,83	1,4
9	**BON PREU, S.A. (GRUPO)**	1.623,58	**1.782,00**	9,8	52,80	3,0
10	**AHORRAMAS, S.A. (GRUPO)**	1.866,00	**1.600,00**	-14,2	88,50	5,5
11	**ALDI SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)**	1.367,82	**1.500,00**	9,7	20,76 (+)	1,5
12	**GADISA RETAIL, S.L.U. (GRUPO)**	1.216,12	**1.216,00**	0,0	74,89 (+)	6,2
13	**MAKRO DISTRIBUCIÓN MAYORISTA, S.A.**	1.036,31	**1.096,97**	5,9	2,02	0,2
14	**DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L.**	1.063,13	**1.095,50**	3,0	21,74	2,0
15	**TRANSGOURMET IBÉRICA, S.A.U.**	1.030,37	**1.066,00**	3,4	14,07 (-)	1,4
16	**UVESCO, S.A. (GRUPO)**	997,75	**936,00**	-6,2	48,63 (+)	4,9
17	**CONDIS SUPERMERCATS, S.A.**	894,71	**816,98**	-8,7	35,14	4,3
18	**COVIRÁN, SCA.**	834,60	**801,00**	-4,0	0,96	0,1
19	**CORP. ALI. GUISSONA, S.A. (BONÀREA C.) - DIV. SUP.**	735,00	**765,00**	4,1	-	-
20	**GRUPO FROIZ, S.L.**	763,43	**760,47**	-0,4	11,22	1,5
21	**SEMARK AC GROUP, S.A. (LUPA)**	677,90	**740,00**	9,2	14,00 (+)	2,1
22	**ALIMERKA, S.A. (GRUPO)**	706,29	**684,24**	-3,1	7,01	1,0
23	**HD COVALCO, S.A. (GRUPO)**	450,00	**540,00**	20,0	-	-
24	**GRUPO MAS**	448,50	**469,30**	4,6	-	-
25	**FAMILY CASH, S.L.**	285,36	**400,00**	40,2	5,13 (+)	1,8
26	**CASH LEPE, S.L.**	331,26	**362,26**	9,4	5,10	1,4
27	**HÍPER USERA, S.L.**	373,09	**360,00**	-3,5	7,37 (+)	2,0
28	**SCABER, S.C.A. - E.LECLERC (GRUPO)**	350,00	**317,00**	-9,4	-	-
29	**FRAGADIS, S.L.**	304,38	**310,00**	1,8	8,09 (+)	2,7
30	**JUAN FORNÉS FORNÉS, S.A.**	296,67	**285,93**	-3,6	2,83	1,0

continúa >

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 147	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	296,26 cm² (47,5%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	1505 EUR (1469 USD)

lar España Real Estate

.../ Principales empresas con actividad en el sector de la distribución de base alimentaria en 2021 (M€)

N.º	Empresa / Grupo	Ventas-20	Ventas-21	%21/20	Resul. neto 2021	%resultado/ ventas
31	COSTCO WHOLESALE SPAIN, S.L.	190,30	**274,72**	44,4	-14,01	-5,1
32	LUIS PIÑA, S.A. (GRUPO)	286,80	**273,05**	-4,8	-	-
33	ALIMENTACIÓN PENINSULAR, S.A.	258,66	**260,00**	0,5	4,12 (+)	1,6
34	HERMANOS AYALA SOUSA, S.L.	241,16	**250,00**	3,7	9,24 (+)	3,8
35	ECO MORA, S.A. (GRUPO)	236,10	**243,70**	3,2	12,10	5,0
36	UNIÓN DETALLISTAS ESPAÑOLES, S. COOP. (UNIDE)	247,63	**231,26**	-6,6	0,81	0,4
37	HIJOS DE LUIS RODRÍGUEZ, S.A.	223,65	**224,70**	0,5	7,37	3,3
38	MUSGRAVE ESPAÑA, S.A.U.	218,58	**221,33**	1,3	-	-
39	SUPERFICIES DE ALIMENTACIÓN, S.A. (SORLI)	241,23	**220,00**	-8,8	5,62 (+)	2,3
40	COMERCIAL JESUMAN, S.A. (GRUPO)	185,00	**187,50**	1,4	-	
41	SUPSA, SUPERMERCATS PUJOL, S.L.	193,27	**182,03**	-5,8	3,95	2,2
42	LÍDER ALIMENT, S.A.	159,86	**172,93**	8,2	2,80	1,6
43	GRUPO DIAN	170,00	**167,00**	-1,8	2,80	1,7

continúa ›

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 148	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	590,58 cm² (94,7%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	2401 EUR (2344 USD)

lar España Real Estate

.../ Principales empresas con actividad en el sector de la distribución de base alimentaria en 2021 (M€)

N.º	Empresa / Grupo	Ventas-20	Ventas-21	%21/20	Resul. neto 2021	%resultado/ ventas
44	COSTASOL DE HIPERMERCADOS, S.L.	161,05	**166,17**	3,2	7,99	4,8
45	NAGARMUR, S.L.	155,73	**155,21**	-0,3	3,57	2,3
46	BAREA GRUPO	143,00	**149,00**	4,2	-	-
47	HÍPER MANACOR, S.A. (GRUPO)	138,26	**145,00**	4,9	5,62 (+)	4,1
48	HIPERBER DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA, S.A.	152,76	**140,50**	-8,0	3,32 (+)	2,2
49	KUUPS DESIGN INTERNATIONAL, S.L.	136,80	**140,00**	2,3	0,30 (+)	0,2
50	PRIMAPRIX, S.L.	91,59	**138,35**	51,1	2,38	1,7
51	COOP. SAN RAFAEL	130,02	**137,00**	5,4	0,63 (+)	0,5
52	IGNACIO DE LAS CUEVAS, S.A.	109,96	**122,60**	11,5	1,82 (+)	1,7
53	GRUPO PIEDRA	115,99	**119,56**	3,1	3,47	2,9
54	GRUPO UPPER, S.C.	118,58	**117,82**	-0,6	1,77 (+)	1,5
55	SUPERMERCADOS HÍBER, S.A.	122,37	**110,00**	-10,1	3,44 (+)	2,8
56	ECOALI GESTIÓN, S.L. (GRUPO)	120,00	**110,00**	-8,3	-	-
57	MASKOMO, S.L.	99,80	**110,00**	10,2	4,31 (+)	4,3
58	LA ARDOSA, S.L.	99,17	**110,00**	10,9	3,25 (+)	3,3
59	CASHDIPLO, S.L.	117,59	**109,08**	-7,2	-5,71 (+)	-4,9
60	DEZA CALIDAD, S.A.	115,66	**106,89**	-7,6	5,09	4,8
61	MINIO, S.L.U.	58,17	**95,00**	63,3	5,06 (+)	8,7
62	SUPERMERCADOS MARCIAL, S.L.	88,43	**90,00**	1,8	2,94 (+)	3,3
63	ALMACENES YÉBENES, S.A.	90,52	**88,98**	-1,7	1,71	1,9
64	JOSÉ PADILLA FRANCÉS, S.L.	73,41	**73,73**	0,4	1,25 (+)	1,7
65	JESPAC, S.A. (GRUPO)	74,92	**70,00**	-6,6	-	-
66	DEALZ ESPAÑA, S.L.	41,02	**70,00**	70,6	-12,51 (+)	-30,5
67	VENT DE FRANCE LA TRAMUNTANA, S.A. (DIV. ALI.)	52,60	**68,15**	29,6	-	-
68	CASH LEVANTE, S.L.	70,00	**67,28**	-3,9	0,47	0,7
69	VALVI ALIMENTACIÓ I SERVEIS, S.L.	62,28	**66,00**	6,0	3,23 (+)	5,2
70	CABRERO E HIJOS, S.A.	63,06	**65,62**	4,1	2,22	3,4
71	OVERSEAS IMPORTS, S.L.	63,57	**65,00**	2,2	3,45 (+)	5,4
72	SUPERMERCADOS DANI, S.L.	61,89	**65,00**	5,0	-0,02 (+)	0,0
73	MURCIA ANDRÉS MESEGUER, S.A. (GRUPO)	65,04	**64,27**	-1,2	-	-
74	MOYÀ SAUS E HIJOS, S.A. (GRUPO)	53,23	**63,30**	18,9	1,09 (+)	2,0
75	TOMÁS BARRETO, S.A. (GRUPO)	61,60	**61,10**	-0,8	-	-
76	GRUPO SUPERARCOS	63,81	**63,20**	-0,9	-	-
77	ROMEN, S.L. (GRUPO) TODOTODO	63,00	**60,00**	-4,8	-	-
78	COMERBAL, S.A.	59,49	**60,00**	0,9	0,92 (+)	1,5

continúa ›

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 149	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	301,00 cm² (48,3%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	1522 EUR (1486 USD)

lar España Real Estate

supuesto la rebaja de algunos márgenes, debido a la contención del alza de precios, el aumento de los descuentos y ofertas y el incremento de gastos en partidas como la electricidad, el transporte o los alquileres, según aclara. De esta forma, el beneficio operativo corriente ha disminuido un 11% y se ha situado en 94,3 M. No obstante, su resultado final ha pasado de 42 M a 47 M, debido a la reducción de los costes financieros, derivados de una menor cifra de deuda, e inferiores impactos de los extraordinarios. Asimismo, las ventas por su actividad alimentaria han alcanzado 2.244 M, tras crecer un 2,5%, destacando el buen comportamiento de su negocio en Baleares. En el ejercicio completo anterior, la facturación por distribución alimentaria se sitúo en 4.395,5 M, tras bajar un 6,2%. Incluyendo el resto de negocios, el grupo ha alcanzado ingresos de 2.633 M, de enero a julio de 2022, y destaca que "en un contexto de inflación de más de 10 puntos, sus ventas crecen 4 puntos", como reflejo de su esfuerzo promocional ante la situación inflacionaria y por la tendencia de los hogares hacia una cesta de la compra más económica.

Eroski ha conseguido incrementar un 2,5% las ventas de sus negocios alimentarios y alcanzar los 2.244 M en su primer semestre de 2022

Durante la primera parte del año, el grupo Eroski ha invertido 39,5 M, destinados principalmente a la remodelación de 60 supermercados y a la apertura de 37 nuevas tiendas (siete supermercados propios y 30 establecimientos franquiciados).

Por su parte, como resultado de su fuerte expansión, Family Cash cerraba el pasado ejercicio con ingresos de

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 150	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	589,11 cm² (94,5%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	2396 EUR (2339 USD)

lar España Real Estate

.../ Principales empresas con actividad en el sector de la distribución de base alimentaria en 2021 (M€)

N.º	Empresa / Grupo	Ventas-20	Ventas-21	%21/20	Resul. neto 2021	%resultado/ ventas
79	ESTABLECIMIENTOS PLAZA, S.A.	62,36	**58,00**	-7,0	1,74 (+)	2,8
80	SER. ALI. Y BEB. ASTURIAS 2005, S.L. (DIV. MAY.)	49,42	**55,00**	11,3	1,39 (+)	2,8
81	CONFITERÍAS DEL SUR, S.L.	49,06	**53,50**	9,1	2,15	4,0
82	MISERVI DE SUPERMERCATS, S.L.	53,23	**53,00**	-0,4	1,58 (+)	3,0
83	CASH GALICIA (COMERCIAL MARTÍNEZ SÁNCHEZ, S.L.)	44,91	**51,18**	14,0	1,40	2,7
84	EL GAVILÁN PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN, S.L.	49,00	**50,00**	2,0	0,58 (+)	1,2
85	CONACO, S.A.	48,54	**50,00**	3,0	1,43 (+)	2,9
86	SUPERMERCADOS CODI, S.L.	47,77	**50,00**	4,7	1,64 (+)	3,4
87	VICENTE ALONSO, S.L.	40,43	**49,50**	22,4	0,30 (+)	0,7
88	SÁNCHEZ VÁZQUEZ HERMANOS, S.A.	46,72	**49,00**	4,9	2,30 (+)	4,9
89	DISPREU LOGÍSTICA (GRUPO)	45,00	**44,00**	-2,2	-	-
90	ALIMENTACIÓN Y BEBIDAS DÍAZ CADENAS, S.L.	40,79	**42,00**	3,0	0,59 (+)	1,4
91	RUIZ GALÁN, S.L. (GRUPO)	40,70	**42,00**	3,2	-	-
92	SUPER CARMELA, S.L. (GRUPO)	40,00	**42,00**	5,0	-	-
93	RAMÍREZ SANTOS, S.L.	41,78	**41,49**	-0,7	0,60	1,4
94	SUPERMERCADOS BOYA, S.L.	25,78	**40,00**	55,2	0,63 (+)	2,4
95	SUPERMERCADOS ARADASA 2021, S.L. (3)	-	**40,00**	-	-	-
96	HÍPER TAMBO, S.L.	37,73	**39,00**	3,4	2,19 (+)	5,8
97	MAMPER E HIJOS ALIMENTACIÓN, S.L.	34,85	**38,74**	11,2	1,70	4,4
98	AGRUCAN, S.L.	39,00	**37,00**	-5,1	-	-
99	SUPERMERCATS LLOBET, S.A. (GRUPO)	33,00	**37,00**	12,1	-	-
100	SUPERMERCADOS DABEL 2021, S.L. (3)	-	**35,00**	-	-	-

(-) Dato de la cabecera (porcentaje de resultado/ventas calculado sobre ingresos de la cabecera).
(+) Cifra de 2020 (porcentaje de resultado/ventas calculado sobre ingresos de 2020).
(1) Participada en un 50% por Eroski.
(1-) Dato de la cabecera y de 2020 (porcentaje de resultado/ventas calculado sobre ingresos de la cabecera en 2020).
(2) Participada al 50% entre El Corte Inglés y Repsol.
(3) Comenzó actividad a principios de 2021, tras asumir parte de los supermercados gestionados por Supermercados 2000.

Fuente: Alimarket Gran Consumo

400 M, tras conseguir un desarrollo exponencial del 40,2%. Ese año, inauguró 11 híper, repartidos entre cinco aperturas propias y seis reaperturas de centros procedentes de la red de Eroski. En 2022, uno de sus principales hitos ha sido su entrada en Madrid, con la apertura en abril de un establecimiento en Alcalá de Henares. Además, la sociedad de la familia Canet está negociando dos nuevos proyectos en la zona centro, que podrían ser una realidad a lo largo de los próximos meses. La compañía cuenta actualmente con 38 puntos de venta, tras poner en marcha los centros de Madrid y el de Abella, a los que seguirá en breve el de As Termas y, ya a finales de año, al menos su proyecto en Benicarló (Castellón), mientras que su futura tienda en Finestrat (Alicante) abrirá las puertas ya en 2023. Este crecimiento ha ayudado a la cadena a escalar un escalón hasta la cuarta posición sectorial del formato de hipermercados por superficie, superando a Eroski, aunque aún a distancia de 'Hipercor'.

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 151	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	281,55 cm² (45,2%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	1449 EUR (1415 USD)

lar España Real Estate

Family Cash se asienta en una fórmula comercial de precios "muy competitivos", con una oferta mayoritaria de marcas de fabricante. Así, en palabras de la propia cadena, su política de precios es que estos estén siempre por debajo de la competencia y desde la primera unidad, por lo que no hace ofertas puntuales a lo largo del año. La buena respuesta del consumidor a esta propuesta sustenta los proyectos de expansión del grupo, que planea la apertura de 20 centros en los próximos dos años en todo el territorio nacional y una plataforma logística central en Agullent (Valencia). Para financiar este desarrollo, la distribuidora cerraba este verano una operación de financiación sostenible por importe de hasta 155 M.

Family Cash ha conseguido 155 M para financiar su expansión, que incluye la apertura de 20 tiendas y un centro logístico en dos años

Los movimientos accionariales continúan en 2022

Los últimos meses también han dado lugar a otras operaciones, destacando las realizadas en el segmento del ecommerce, que está siendo sancionado por la caída de la financiación y el ajuste de la demanda, tras la fuerte subida de 2020. Entre ellas, está la toma de control de Glovo por su accionista Delivery Hero, al adquirir un 39,4% de participación adicional en la compañía a cambio de acciones de la alemana. Así, completada la transacción, Delivery Hero se convertirá en el accionista mayoritario de Glovo, pues ya contaba con el 44% de las acciones. Esta operación se produce solo

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 152	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	284,67 cm² (45,6%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	1461 EUR (1426 USD)

lar España Real Estate

Principales empresas del sector de la distribución de base alimentaria según su plantilla en 2021

Nº	Empresa/Grupo	Empleo	%Ventas/ Empleo
1	MERCADONA, S.A.	102.871	0,24
2	CARREFOUR (GRUPO)	58.500	0,16
3	GRUPO EROSKI (DIVISIÓN ALIMENTACIÓN)	28.851	0,15
4	DIA RETAIL ESPAÑA, S.A.	23.000	0,18
5	ALCAMPO, S.A. (GRUPO)	19.600	0,19
6	CONSUM, S.COOP.	18.212	0,17
7	LIDL SUPERMERCADOS, S.A.U.	17.500	0,29
8	COVIRÁN, SCA.	15.119	0,05
9	EL CORTE INGLÉS, S.A. (GRUPO ALIMENTACIÓN)	12.822	0,21
10	AHORRAMAS, S.A. (GRUPO)	12.044	0,13
11	DINOSOL SUPERMERCADOS, S.L.	8.176	0,13
12	GADISA RETAIL, S.L.U. (GRUPO)	8.111	0,17
13	BON PREU, S.A. (GRUPO)	8.100	0,22
14	ALIMERKA, S.A. (GRUPO)	6.853	0,10
15	GRUPO FROIZ, S.L.	6.179	0,12
16	ALDI SUPERMERCADOS, S.L. (GRUPO)	6.000	0,25

continúa >

unos meses después de que Glovo comprase Lola Market, con lo que la startup española entraba a operar en el segmento de compras multitienda de gran volumen, complementando, de esta forma, su servicio de entregas ultrarrápidas de supermercado, Glovo Express. Además, tras el cese de actividad este verano de la barcelonesa Deliberry, que ha acabado presentando concurso de acreedores, Lola Market se convierte en el único marketplace en España que mantiene este modelo de negocio.

Dentro de los supermercados online también destaca la compra de Ulabox, el pasado mes de abril, por el grupo checo Rohlik. Ambas lanzarán conjuntamente la nueva marca sezamo.es en nuestro país, que pasará a depender de la sociedad homónima. Sezamo.es comenzará

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 154	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	595,30 cm² (95,5%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	2500 EUR (2441 USD)

lar España Real Estate

.../ Principales empresas del sector de la distribución de base alimentaria según su plantilla en 2021

Nº	Empresa/Grupo	Empleo	%Ventas/ Empleo
17	UVESCO, S.A. (GRUPO)	5.927	0,16
18	CONDIS SUPERMERCATS, S.A.	4.145	0,20
19	SEMARK AC GROUP, S.A. (LUPA)	4.100	0,18
20	MAKRO DISTRIBUCIÓN MAYORISTA, S.A.	3.569	0,31
21	FAMILY CASH, S.L.	3.500	0,11
22	GRUPO MAS	3.450	0,14
23	CORP. ALI. GUISSONA, S.A. (BONÀREA C.) - DIV. SUP.	3.400	0,23
24	CASH LEPE, S.L.	3.117	0,12
25	JUAN FORNÉS FORNÉS, S.A.	2.566	0,11
26	TRANSGOURMET IBÉRICA, S.A.U.	2.500	0,47
27	FRAGADIS, S.L.	2.300	0,13
28	HÍPER USERA, S.L.	2.000	0,18
29	SCABER, S.C.A. - E.LECLERC (GRUPO)	1.800	0,18
30	ECO MORA, S.A. (GRUPO)	1.800	0,14
31	HIJOS DE LUIS RODRÍGUEZ, S.A.	1.787	0,13
32	LUIS PIÑA, S.A. (GRUPO)	1.686	0,16
33	HD COVALCO, S.A. (GRUPO)	1.575	0,34
34	COMERCIAL JESUMAN, S.A. (GRUPO)	1.370	0,14
35	SUPSA, SUPERMERCATS PUJOL, S.L.	1.352	0,13
36	KUUPS DESIGN INTERNATIONAL, S.L.	1.200	0,12
37	HÍPER MANACOR, S.A. (GRUPO)	1.100	0,13
38	PRIMAPRIX, S.L.	1.049	0,13
39	MUSGRAVE ESPAÑA, S.A.U.	1.000	0,22
40	HIPERBER DISTRIBUCIÓN Y LOGÍSTICA, S.A.	937	0,15
41	GRUPO PIEDRA	917	0,13
42	DEALZ ESPAÑA, S.L.	900	0,08
43	COSTCO WHOLESALE SPAIN, S.L.	891	0,31
44	NAGARMUR, S.L.	865	0,18
45	SUPERMERCADOS HÍBER, S.A.	850	0,13
46	SUPERFICIES DE ALIMENTACIÓN, S.A. (SORLI)	780	0,28
47	LÍDER ALIMENT, S.A.	718	0,24
48	ECOALI GESTIÓN, S.L. (GRUPO)	700	0,16
49	MASKOMO, S.L.	637	0,17
50	ALIMENTACIÓN PENINSULAR, S.A.	612	0,42
51	SUPERMERCADOS MARCIAL, S.L.	600	0,15
52	SUPERMERCADOS DANI, S.L.	535	0,12
53	IGNACIO DE LAS CUEVAS, S.A.	525	0,23
54	COSTASOL DE HIPERMERCADOS, S.L.	497	0,33
55	DEZA CALIDAD, S.A.	488	0,22
56	TOMÁS BARRETO, S.A. (GRUPO)	486	0,13
57	EXCODIMO CANARIAS, S.L.	484	0,07

continúa >

sus operaciones en Madrid en los últimos meses de 2022 y su previsión es llegar a 7 M de personas en el centro de la capital y su área metropolitana. De momento, la marca Ulabox seguirá funcionando en Barcelona, aunque la idea es que, finalmente, sea sustituida también por Sezamo en este mercado, con el objetivo de extenderse por toda España en un futuro. Para llevar a cabo este plan, Sezamo tiene previsto invertir más de 50 M en sus primeros cinco años de actividad en nuestro país.

Otra de las recientes operaciones ha sido la toma de una participación minoritaria en Sqrups, cadena de chollos y oportunidades, por parte del fondo GSIF España, especializado en la inversión directa en empresas españolas de alto impacto social. En este sentido, Sqrups cuenta en sus tiendas con unas unas 1.000 referencias de alimentación, droguería, papelería, moda y complementos, menaje y mobiliario con un precio medio de 0,80 €. La empresa adquiere estos productos a precios muy bajos, porque sus fabricantes han producido más stock del demandado o se descatalogan, entre otras razones, por lo que en cierto modo "los recupera" y evita el desperdicio.

GSIF dedicará a la distribuidora alimentaria una inversión de 3 M. La sociedad es propiedad de Global Social Impact Investments SGIIC, gestora de fondos de inversión del holding familiar Santa Comba, liderado por Francisco García Paramés, uno de los gestores de fondos más reconocido de España, y María Ángeles León, presidenta de la Open Value Foundation. Por su parte, Sqrups Expansión, matriz de Sqrups, ha estado participada al 50% desde su constitución, en noviembre de 2014, por las sociedades familiares de sus accionistas fundadores, Iñaki Espinosa (Jierfo) y Jorge Pajares (Virtuale Sistemas Informáticos). Cada uno de ellos se desprenderá de

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

Alimarket

Publicación	Alimarket General, 155	Fecha	04/11/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	8000	V. Comunicación	56 613 EUR (55,268 USD)
Difusión	4800	Tamaño	287,67 cm² (46,1%)
Audiencia	14 400	V.Publicitario	1472 EUR (1437 USD)

lar España Real Estate

.../ Principales empresas del sector de la distribución de base alimentaria según su plantilla en 2021

Nº	Empresa/Grupo	Empleo	%Ventas/ Empleo
58	UNIÓN DETALLISTAS ESPAÑOLES, S. COOP. (UNIDE)	480	0,48
59	JOSÉ PADILLA FRANCÉS, S.L.	480	0,15
60	JESPAC, S.A. (GRUPO)	470	0,15
61	SUPERMERCADOS CODI, S.L.	408	0,12
62	VALVI ALIMENTACIÓ I SERVEIS, S.L.	390	0,17
63	ESTABLECIMIENTOS PLAZA, S.A.	375	0,15
64	ALMACENES YÉBENES, S.A.	353	0,25
65	CABRERO E HIJOS, S.A.	344	0,19
66	MISERVI DE SUPERMERCATS, S.L.	322	0,16
67	GRUPO SUPERARCOS	316	0,20
68	CASHDIPLO, S.L.	312	0,35
69	OVERSEAS IMPORTS, S.L.	300	0,22
70	SUPERMERCADOS ARADASA 2021, S.L.	300	0,13
71	SUPERMERCADOS DABEL 2021, S.L.	300	0,12
72	MAMPER E HIJOS ALIMENTACIÓN, S.L.	284	0,14

continúa >

la misma participación para dar paso a GSIF. Además, Sqrups Expansión cambiará su denominación social a Retail de Impacto, a través de la cual se canalizará la inversión.

El objetivo inmediato de Sqrups con esta inversión es fortalecer su expansión comercial, pasando de las cerca de 50 tiendas actuales a 120 en tres años, principalmente por la apertura de establecimientos propios en Madrid y Valencia capital y, posiblemente, desembarcar en Cataluña, manteniendo la presencia en el resto del país a través de franquiciados. Este año, la cadena prevé concluir con 60 tiendas (34 serán franquiciadas) y 14 M de facturación.

En lo que llevamos de año se han materializado otras operaciones corporativas, como el acuerdo alcanzado por El Corte Inglés con

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

METROS²

Publicación	Metros 2 General, 59	Fecha	29/10/2022
Soporte	Prensa Escrita	País	España
Circulación	21 216	V. Comunicación	8 297 EUR (8,255 USD)
Difusión	15 607	Tamaño	529,24 cm² (84,9%)
Audiencia	62 200	V.Publicitario	2543 EUR (2530 USD)

lar España Real Estate

"Retail y consumo recurrente"

Tribuna de opinión de Hernán San Pedro, director de Relaciones con Inversores y de Comunicación Corporativa de Lar España.

Hernán San Pedro, director de Relaciones con Inversores y de Comunicación Corporativa de Lar España.

La guerra en Ucrania, la tensión geopolítica y la crisis económica han vuelto a sembrar dudas sobre los mismos parques y centros comerciales que justo antes habían resistido con una titánica solidez tanto el confinamiento como las sucesivas desescaladas. Resulta evidente que la fuerte inflación, la acelerada subida de tipos y el riesgo de ralentización (o incluso de recesión económica) van a repercutir negativamente en todos los sectores. Por supuesto que el inmobiliario también va a verse afectado ante un contexto tan adverso, pero no está tan claro que vaya a resentirse tanto como denota el fuerte descuento con el que ya cotizan todas las inmobiliarias cotizadas.

De hecho, son varios los expertos que siguen reivindicando la fortaleza del sector inmobiliario como refugio frente a momentos de alta tensión inflacionista. Si hablamos del segmento terciario, aporta la posibilidad de invertir a largo plazo en activos muy cualificados y bien gestionados, de manera que pueden convertirse en refugio frente a los vaivenes y riesgos de la renta fija. En cuanto al segmento residencial, las principales promotoras han optimizado la gestión, no están demasiado apalancadas y han sabido graduar su actividad para no verse sometidas a una espiral alcista de precios durante la crisis de suministros. Es posible que el enfriamiento económico y la subida de tipos les afecte, pero tienen a favor suficientes palancas para resistir la corrección y consolidar una oferta más cualificada, sostenible y flexible a medio y largo plazo.

> **"La realidad es que, ante cada desescalada, la afluencia y las ventas se recuperaron en centros y parques muy rápido"**

Sea cual sea la evolución del resto de áreas, en toda Europa el mayor grado de recelo inmobiliario tiende a concentrarse sobre el retail. En las últimas semanas, las empresas cotizadas en centros y parques vienen arrostrando en Bolsa descuentos de hasta el 60%. Pende sobre las compañías la reiterada sospecha de que cualquier crisis del consumo afectará en primer lugar a las grandes superficies. La opinión de los mercados siempre es libre y debe ser respetada, pero no siempre un estado de ánimo basta para sustentar una realidad. De hecho, a lo largo de la amplia historia del retail, y prácticamente año tras año, las compañías han rebatido con hechos lo que tan solo habían sido opiniones negativas que en ningún momento han llegado a cristalizar.

Aliados del e-commerce

Si hablamos de la pandemia, nada más empezar el confinamiento muchos expertos y analistas alertaron de que podíamos estar ante el espaldarazo definitivo para el e-commerce, mientras centros y parques comerciales quedarían obsoletos. La realidad es que, ante cada desescalada, la afluencia y las ventas se recuperaron en centros y parques mucho más deprisa que en cualquier otro formato comercial. La presencia física y la omnicanalidad junto al comercio digital se confirmaron en esos dos años como auténtica fórmula de éxito. Sobre todo, y como es lógico, en aquellos centros y parques de especial dominancia, con un mix de comerciantes bien sustentado, superficies comerciales de más de 40.000 metros² y en áreas de influencia con alta densidad de población y poder adquisitivo por encima de la media.

> **"Son varios los expertos que siguen reivindicando la fortaleza del sector inmobiliario como refugio frente a momentos de alta tensión inflacionista".**

En suma, el retail siempre ha demostrado la misma o superior capacidad de anticipación y adaptación a las novedades del mercado que la automoción, las ligas profesionales de deportes o la industria del entretenimiento y tiempo libre. Sin embargo, cuando en el resto de sectores adaptarse a los cambios se considera una ventaja competitiva, en el retail se considera una prueba de inseguridad. Aun así, después de la pandemia el sector del retail ha consolidado una modernización modélica, capaz de adaptarse en tiempo real a los distintos cambios del consumo. Y, por supuesto, también está en condiciones de demostrarlo en un entorno de alta inflación y posible enfriamiento del consumo. Mantendrá su poder de atracción, y volverá a mostrarse como un foco de atracción y la opción más estimada para buena parte de los consumidores finales.

> **"En las últimas semanas, las empresas cotizadas en centros y parques vienen arrostrando en Bolsa descuentos de hasta el 60%".**

En realidad, por capacidad de liderazgo inmobiliario; por resiliencia ante los ciclos; por balance, deuda y caja; por innovación y omnicanalidad; por estado de las prácticas ESG, y por creación de valor, las empresas de parques y centros comerciales han sido, son y están en disposición de seguir siendo uno de los mejores refugios para los inversores en tiempos de incertidumbre. En estos últimos años, todo el sector se ha consolidado como un importante agente de dinamización social. Al albergar a los mejores comerciantes, los centros también representan la fórmula de venta con mayor superficie para clientes de todo tipo de comercios. Y justo por ello seguirán atrayendo a un número muy significativo de clientes finales, que seguirán confiando en centros y parques para llevar a cabo una parte muy significativa de sus consumos más recurrentes.

Distribuido para LAR * Este artículo no puede distribuirse sin el consentimiento expreso del dueño de los derechos de autor.

ESTRATEGIAS de inversion.com

Medio	Estrategias de Inversión	Fecha	31/10/2022
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	37 679	V. Comunicación	4 597 EUR (4,580 USD)
Pág. vistas	2 679 492	V. Publicitario	1347 EUR (1342 USD)

https://epservices.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=8827&comps_id=798443404

Socimis, una inversión diversificada por negocios

La inversión en inmuebles se ha llevado tradicionalmente un buen pellizco de nuestra cartera de inversión, de nuestros ahorros. Partiendo por la vivienda habitual, que ocupa un elevado porcentaje sobre el total de inversión que realizaremos ya no en un momento dado, sino a lo largo de nuestra vida.

María Mira • **original**

La inversión en inmuebles se ha llevado tradicionalmente un buen pellizco de nuestra cartera de inversión, de nuestros ahorros. Partiendo por la vivienda habitual, que ocupa un elevado porcentaje sobre el total de inversión que realizaremos ya no en un momento dado, sino a lo largo de nuestra vida. Pero además, hay muchos capitales que tratan de encontrar rentabilidad en el sector inmobiliario, más allá de la vivienda habitual. Claro que esta inversión, al modo tradicional, en ladrillo, adolece de una liquidez que quizá en un momento de nuestro horizonte temporal nos apremie. Por otra parte, invertir en vivienda, en una nave logística, en un centro comercial, en alquiler, requieren de un volumen da capital muy elevado. Hay una forma más líquida y con menos requerimiento de capital de invertir en ladrillo y es a través de las Socimis. Sobre este vehículo de inversión y sus posibilidades, ventajas e inconvenientes para el pequeño inversor, damos buena cuenta en nuestro informe, Cómo invertir en ladrillo a través de Socimis**.**

Si ya tiene claro que invertir en Socimis es una buena oportunidad, ahora solo falta decidir en cuál de ellas, porque el mercado español tiene un número elevadísimo de este tipo de compañías cotizando actualmente. En ese mismo informe, **Cómo invertir en ladrillo a través de Socimis,** analizamos también las principales Socimis cotizadas. Empezando por las del Ibex 35, MERLIN Properties y Inmobiliaria Colonial, siguiendo por el Mercado Continuo, Lar Espana y Arimay terminando por el amplísimo **BME Growth**, con más de 70 Socimis negociándose actualmente, entre ellas, Gmp Property, Silicius RE, Inversa Prime, Castellana Prop, o ADVERO Pties por mencionar algunas. En nuestra nota además, encontrará el inversor sus principales múltiplos de valoración (NAV, P/NAV,), múltiplos de solvencia de sus balances (LtV) y rentabilidad sobre dividendo. Además, indicamos para cada una de estas Socimis, cuáles son los subsectores en los que están posicionadas (rentas de alquiler, centros comerciales, retail, oficinas, residencial, logística, Data Centers,), y su área geográfica de actuación.

En **Estrategias de Inversión** hemos hablado además con directivos y gestores de estas compañías y nos han contado de primera mano sus planes estratégicos, el estado de sus cuentas, sus proyectos de inversión y su tipo de financiación. Es el caso por ejemplo de la entrevista a Ismael Clemente, **Vicepresidente y fundador de Merlin Properties**,**"A nivel operativo, Merlin Properties presenta una salud envidiable, que puede consultar completa en nuestro RINCÓN INMOBILIARIO.** Está disponible también un Comité de inversión con **Silicius, en el que su Director General, Juan Diaz de Bustamante** y su Consejero Delegado, Juan Antonio Gutiérrez nos han hablado de la marcha de la compañía y sus planes a futuro.

ESTRATEGIAS de inversion.com

Medio	Estrategias de Inversión	Fecha	31/10/2022
Soporte	Prensa Digital	País	España
U. únicos	37 679	V. Comunicación	4 597 EUR (4,580 USD)
Pág. vistas	2 679 492	V. Publicitario	1347 EUR (1342 USD)

https://epservices.eprensa.com/cgi-bin/view_digital_media.cgi?subclient_id=8827&comps_id=798443404

En el caso de **Lar España**, hemos tenido la oportunidad de hablar con **Hernán San Pedro, Director de Relación con Inversores y de Comunicación Corporativa**, quien nos ha dado muestras de su optimismo y destaca la parte positiva que están viviendo en el sector, **ahora mismo, en el mundo retail, estamos con cifras muy parecidas, sino mejores en algunos parámetros, que como estábamos en el ejercicio 2019**.

Inversa Prime, un negocio innovador, única Socimi cotizada que se dedica a la Vivienda Inversa. Nos lo ha contado **Enrique Isidro, su Vicepresidente Ejecutivo**, con quien hemos tenido oportunidad de hablar y conocer el potencial de su negocio a fondo:**No hemos modificado nuestros objetivos y queremos alcanzar los 250 millones".**

Hay por tanto buenas oportunidades para rentabilizar nuestra inversión en ladrillo, sin necesidad de grandes capitales, con buena liquidez y diversificación por negocios. El único requisito es tener buena y actualizada información y en el Rincón Inmobiliario de Estrategias de Inversión se lo ponemos fácil.