

# Distribución alimentaria en Senegal

## A. CIFRAS CLAVE

	2020	2021	2022	2023
<b>Inflación</b>	2,2 % *	1 %	8,7 %	6,1 %
<b>Índice de precios al consumo</b>	105,7 **	107,1	113,6	-

Fuente: \* Banco Mundial \*\* ANSD

## B. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

### B.1. Definición precisa del sector estudiado

El sector de la distribución alimentaria se enmarca en el sistema agroalimentario, en el cual se identifican tres sectores principales de actividad económica: sector agrario (incluyendo los proveedores de insumos y servicios), la industria agroalimentaria, y el transporte y la distribución alimentaria.

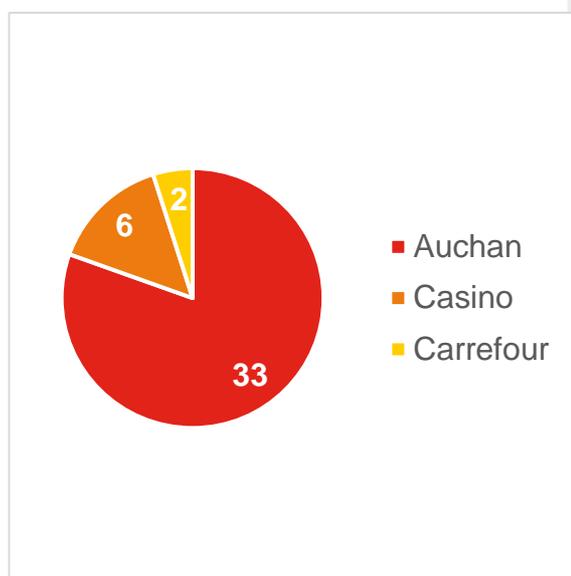
Se entiende como distribución alimentaria al conjunto de actividades de intermediación que se desarrollan entre los productos alimenticios finales y la puesta a disposición de los alimentos para el consumo.

En España, el sector agroalimentario ascendía en 2021 a 99.792 millones de euros, lo que suponía el 9,2 % del PIB de la economía española. Dentro del sector agroalimentario español, es la distribución comercial o comercialización la que más aporta (42 % del total), seguida del sector primario (32,3 %) y la industria de la alimentación, bebidas y tabaco (25,7 %).

Senegal por su parte, es un país con un sector primario en el que la agricultura supone un 67,3 % del sector primario (15 % PIB), sin embargo, es muy dependiente de las importaciones de productos alimentarios, dada la escasa industria transformadora que posee. El sector de la industria agroalimentaria supone un 8,1 % del PIB. Por su parte, no existen datos exactos de lo que representa la distribución alimentaria dada la informalidad del sector. Hoy en día, se calcula que el mercado informal senegalés representa más del 95 % del tejido económico. Sólo en Dakar, se estima que existen 900.000 comerciantes informales, lo que supone el 97 % de la población activa.

Es sólo en las grandes ciudades donde se empieza a desarrollar el modelo formal de distribución alimentaria a través de cadenas de supermercados como **Auchan**, **Casino** o **Carrefour**. Actualmente, la enseña francesa Auchan, líder del mercado, cuenta ya con 33 tiendas y pretende abrir tres más el próximo año. Por su parte, Casino mantiene su cuota de mercado, con 6 establecimientos en la capital, y Carrefour construye un gran establecimiento en la ciudad turística de Saly y cuenta con 2 locales más en la capital del país.

**CUOTA DE MERCADO DE LA DISTRIBUCIÓN ALIMENTARIA**  
(Empresas extranjeras, número de establecimientos)



Existen algunas cadenas locales: **ELYDIA**, **LowPrice** (del grupo EDK Oil). Pese al importante progreso de estos establecimientos en Senegal, la distribución tradicional sigue teniendo un enorme peso a través de tiendas de proximidad, vendedores ambulantes, bazares...

En consecuencia, el mercado está frecuentado por muchos actores y está muy fragmentado.



Senegal es un país donde la industria transformadora de alimentos está muy poco desarrollada y, por ende, la mayoría de los productos terminados que se consumen provienen de la importación. Los principales proveedores de productos alimentarios son Francia, Marruecos y Turquía. Sin embargo, existe una amplia gama de productos españoles en los lineales. La presencia en mayor o menor medida de los citados competidores extranjeros depende de la categoría de productos. Así, en pastas y conservas cárnicas existen marcas marroquíes, en yogures y quesos, marcas francesas y en galletas, enseñas turcas.

No obstante, debido a la herencia de la colonización, los productos de marca francesa están muy arraigados en la vida de los senegaleses. No obstante, el país está abierto a productos de diferentes países y existe en particular una opinión positiva de la calidad española.

La buena conectividad que tiene el país y la facilidad de acceso a Internet han permitido que se desarrolle el comercio electrónico, plataformas que permiten hacer la compra *online* y que esta sea enviada a domicilio. La empresa nigeriana **Jumia**, presente en 11 países de África, tiene un *marketplace* en el que no sólo se venden productos alimenticios, sino también ropa o pequeños electrodomésticos. **Club Thiossane** es un *e-commerce* senegalés de productos de alimentación que promueve el consumo local. Por otro lado, la compañía **Auchan** también brinda la oportunidad de hacer el pedido a domicilio o recogerlo en tienda.

Asimismo, otro aspecto destacable es que en Senegal el **uso de pagos móviles** a través aplicaciones como Orange Money o Wave, es bastante común. De hecho, se podría afirmar que está más extendido que el pago con tarjeta de crédito/débito y en la gran mayoría de establecimientos, ya sean supermercados, tiendas, restaurantes o incluso taxis, es posible pagar de esta manera.

### B.2. Tamaño del mercado

Senegal cuenta con 17 millones de habitantes de los cuales 4 millones viven en Dakar, seguida de ciudades como Touba, Thiès y Saint Louis. Una de las características demográficas de la población senegalesa es la alta tasa de crecimiento registrada, un 2,7 % en 2021, además de que la edad media es muy baja: alrededor del 54 % de la población tiene menos de 20 años (2020).

Según la Agencia Nacional de Estadística y Demografía ([ANSD](#)), en 2025 la población de Senegal será de 19.390.727 personas (un incremento del 14 %), a lo que habrá que sumar la cantidad de extranjeros que residen en el país y tenderán a aumentar debido a la inminente explotación de los recursos petrolíferos y de gas.

En el último año, Senegal ha registrado un crecimiento del PIB del 6,1 %, habiendo repercutido en un 3,3 % en el PIB per cápita. De hecho, existe un desarrollo notable de una clase media que cuenta con un sueldo fijo y por tanto con nuevos hábitos de consumo. No obstante, Senegal sigue considerándose un país de renta media-baja, con un sueldo medio de 108 euros.

A corto plazo, la inflación, que ha ascendido al 2,2 % en 2021 y que para 2022 se espera que alcance el 8,7 %, debido a la coyuntura económica mundial, marcará la evolución del mercado. Este aspecto afectará de manera directa al sector objeto de estudio, ya que las mayores subidas de precios se han detectado en los productos alimenticios. Por ejemplo, los precios al consumidor han aumentado un 11 % en un año, desde septiembre de 2021, llegando esta tasa a alcanzar el 18 % en el caso de los productos alimentarios.

Las importaciones de Senegal entre 2019 y 2020 registraron un aumento de un 26,4 %, impulsadas principalmente por productos alimenticios y representan el 3,8 % del total de las importaciones. Destaca la importación de arroz y otros cereales, patatas y cebollas, de los que también existe producción en el país.

Por lo que se refiere a los hábitos de compra, como es común a la mayoría de los países de la región, la frecuencia de compra es alta, debido a la falta de espacio de almacenamiento y/o, en ocasiones, de efectivo para hacer acopio de grandes cantidades. Uno de los factores de decisión de los senegaleses a la hora de comprar es la relación calidad- precio.

Las grandes superficies, que cuentan con economías de escala, han conseguido comercializar productos con unos precios muy asequibles y económicos, y gracias a ello se ha generalizado la visita a los supermercados. Los senegaleses tienen una tendencia creciente a acudir a estos establecimientos, ya que observan que existen precios más bajos, fijos y regulados, a diferencia de ciertos comercios donde se especula con el precio. Además, las condiciones de estos establecimientos son mejores y, por ende, también la calidad de los productos. Sin embargo, en ocasiones, la lejanía de dichas grandes superficies hace que no sea posible acudir a ellas.

Asimismo, se observa que mientras que, en Europa se tiende a no perder tiempo en hacer la compra, en África sigue siendo una actividad casi de ocio, a la que se dedica bastante tiempo. Igualmente, en cuanto al perfil del cliente de los establecimientos, la mujer ha sido tradicionalmente la encargada de hacer esta tarea, sin embargo, esta tendencia está empezando a cambiar, y las van sustituyendo los hombres, que han comenzado a ser clientes de las grandes superficies.

### B.3. Principales actores

#### B.3.1. Privados

- Importadores: Sofiex, Bma, Poultrade, King Senghor (marcas españolas).
- Fabricantes: Sodial, Senico, Saprolait, Patisen.
- Cadenas de supermercados: Auchan, Casino, Carrefour, Super U, Hypermarché Exclusif, Supeco.
- Pequeños distribuidores locales: Low Price (EDK), Elydia, Mary Market.

#### B.3.2. Públicos

- Cámara de Comercio, de Industria y de Agricultura de Dakar.
- Ministerio de Comercio y Pymes.

#### B.3.3. Asociaciones

- [ASCOSEN](#) (Asociación de Consumidores de Senegal).
- Consejo Nacional de la Patronal de Senegal ([CNP](#)).
- Unión de Proveedores de servicios, industriales y comerciantes de Senegal ([UPIC](#)).

## C. LA OFERTA ESPAÑOLA

España tiene una gran relación comercial con Senegal, de hecho, es el tercer proveedor del país, por detrás de Francia y Países Bajos, y su primer cliente dentro de la UE.

En el capítulo de alimentación, existe una presencia notable de productos españoles en los establecimientos del país. Marcas como **Gullón, Dulcesol, Don Simón, Nudisco, Campofrío, Hero, Hojiblanca...** llevan varios años en el país y eso muestra que existe mercado para los productos españoles.

Existe una buena percepción del producto español, se le considera de calidad y por eso alcanza una amplia aceptación en el mercado. No obstante, se requiere un continuo trabajo sobre las marcas para que se instalen y perduren en el mercado, ya que los hábitos de consumo evolucionan junto con la población.

Como principales competidores, hay que citar la producción local de bebidas no alcohólicas de la empresa **Kyrene**, con su marca Presseá, muy fuerte en el mercado. Además, las importaciones de aceite de oliva desde Túnez, Marruecos o Italia están haciendo que el producto español pierda fuerza.

### EVOLUCIÓN DE LAS PRINCIPALES EXPORTACIONES ESPAÑOLAS DE PRODUCTOS ALIMENTICIOS

En miles de EUR

Productos	2019	2020	2021
<b>22. Bebidas, líquidos alcohólicos y vinagre</b>	13.530	21.116	18.170
<b>21. Preparaciones alimenticias diversas</b>	7.554	11.538	8.318
<b>15. Grasas y aceites animales o vegetales; grasas alimenticias</b>	993	1.482	5.430

El primer producto de alimentación exportado es la partida 2202. Agua, incl. el agua mineral y la gaseada, con adición de azúcar u otro edulcorante o aromatizada. Esta partida representa el 4,5 % del total de exportaciones.

En cuanto a la evolución de las exportaciones, se aprecia un aumento durante el año 2020 a pesar de la situación de pandemia y, sin embargo, ese descenso de las cifras se produjo en el año 2021, a excepción del capítulo 15., que se ha triplicado.

## D. OPORTUNIDADES DEL MERCADO

### IMPORTACIONES SENEGALESAS DE PRODUCTOS DE ALIMENTACIÓN DE TODO EL MUNDO, 2021

En miles de EUR



Fuente: Trademap, 2021.

### PRINCIPALES CAPÍTULO ALIMENTICIOS IMPORTADOS POR SENEGAL EN 2021

En miles de EUR

Capítulo	Total importado	País exportador	Cantidad exportada	Porcentaje s/ el total
<b>10. Cereales</b>	793.272	India	336.951	42,47 %
<b>15. Grasas vegetales</b>	202.072	Ghana	53.577	26,5 %
<b>19. Preparaciones a base de cereales</b>	158.170	Polonia	34.907	22 %

Fuente: Trademap

### Productos alimenticios que exporta España a todo el mundo (2021):

- 08. Frutas y frutos comestibles; cortezas de agrios (cítricos), melones o sandías.  
Competidores en Senegal: Costa de marfil, plátanos y Sudáfrica, manzanas.
- 02. Carne y despojos comestibles.  
Competidores en Senegal: India, Países Bajos, Irán, Irlanda.
- 07. Hortalizas, plantas, raíces y tubérculos alimenticios.  
Competidores en Senegal: Países Bajos, cebollas; China: cebollas; Francia, patatas.

- 15. Grasas y aceites animales o vegetales; productos de su desdoblamiento; grasas alimenticias. Competidores en Senegal: Indonesia, China, Ucrania.

Como se ha visto anteriormente, en los capítulos exportados a Senegal no se encuentra ninguno de los tres primeros productos exportados por España al mundo, aunque existe demanda senegalesa de esos productos.

Si se observan los diferentes gráficos, se advierte que las principales partidas de productos alimenticios importadas proceden de países mucho más lejanos que España. Es el caso de los cereales (10) y las preparaciones a base de cereales (19). En la coyuntura actual de crisis que existe en Europa, podría existir una oportunidad para España como proveedor de ciertos productos, pudiendo así lograr un descenso en el coste logístico de transporte y en los plazos de entrega.

## E. CLAVES DE ACCESO AL MERCADO

### E.1. Distribución

Dominar las cadenas de aprovisionamiento es clave para tener un buen acceso al mercado, así como para lograr una buena visibilidad del producto y un precio ajustado. Como se ha mencionado más arriba, la extensa conectividad a Internet de Senegal es un punto clave para la difusión de campañas publicitarias en redes sociales. Paralelamente, las acciones en el punto de venta pueden ser muy eficaces, para impactar en el consumidor.

### E.2. Barreras reglamentarias y no reglamentarias

La Ley n.º 94-63, de 22 de agosto de 1994, tiene por objeto definir las disposiciones que rigen la libre competencia, la libertad de precios y las obligaciones que incumben a los productores, comerciantes que presten servicios y todos los demás intermediarios, y tiende a prevenir todas las prácticas anticompetitivas, a garantizar la lealtad y regularidad de las transacciones y en particular la transparencia del precio, la lucha contra las prácticas restrictivas y los aumentos de precios. Los precios de los bienes, productos y servicios son determinados libremente por la competencia.

Posteriormente dos decretos han modificado el original, el Decreto n.º 2006-1246 y el Decreto n.º 2013-156.

Además, el decreto n.º 2018-1888 es el que fija las condiciones de apertura y las reglas de organización del sector de la gran distribución en Senegal.

La forma más recomendada de entrar en el país es a través de un **distribuidor local**, ya que de esta manera se salvan las barreras culturales y/o de desconocimiento del mercado y hay más opciones de éxito.

En Senegal existen varios impuestos que deberán tenerse en cuenta para fijar el precio de venta. El impuesto sobre el valor añadido o TVA es del 18 %, a lo que debe añadirse el impuesto de aduanas, que dependerá de cada producto importado y varía desde un 5 % en productos básicos hasta el 35 %. Por ejemplo, la leche tiene el 5 %, el arroz, el 10 %, la fruta, el 20 % y las galletas, el 35 %.

Existen impuestos especiales sobre las bebidas alcohólicas, del 40 %, del 2,75 % sobre los refrescos y del 65 % sobre el tabaco.

Una barrera que debe tenerse en cuenta es que se trata de un país con una mayoría de población musulmana, en la que el consumo de carne está supeditado a las certificaciones halal. Por lo tanto, se recomienda que los productos cuenten con dicha certificación.



### E.3. Ferias

Nombre de la feria	SeneFood & SenePack
Dirección	CICES (INTERNATIONAL CENTRE OF COMMERCE OF SENEGAL)
Idioma contacto	Francés
WEB	<a href="http://senefoodexpo.com/en/">http://senefoodexpo.com/en/</a>
Próxima edición	25 al 27 de mayo de 2023
Descripción del evento	Es un lugar de encuentro para productores, distribuidores, ingenieros y agentes del Gobierno en el que crear alianzas comerciales y evaluar las tendencias del mercado.

### F. INFORMACIÓN ADICIONAL

- Ministerio de Comercio, Consumo y Pymes: <https://commerce.gouv.sn/>
- ASCONSEN: <https://www.ascosen.org/>
- Cámara de Comercio, Industria y Agricultura de Dakar: <https://cciad.sn/>



## G. CONTACTO

---

La **Oficina Económica y Comercial de España en Dakar** está especializada en ayudar a la internacionalización de la economía española y la asistencia a empresas y emprendedores en **Senegal**.

Entre otros, ofrece una serie de **Servicios Personalizados** de consultoría internacional con los que facilitar a dichas empresas: el acceso al mercado de Senegal, la búsqueda de posibles socios comerciales (clientes, importadores/distribuidores, proveedores), la organización de agendas de negocios en destino, y estudios de mercado ajustados a las necesidades de la empresa. Para cualquier información adicional sobre este sector contacte con:

3-5 Avenue Carde  
Dakar, BP: 4146- Senegal  
Teléfono: +221 33 889 23 60  
Email: [dakar@comercio.mineco.es](mailto:dakar@comercio.mineco.es)  
<http://senegal.oficinascomerciales.es>

---

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

### Ventana Global

913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h) 97 10 00 00 (L-J 9 a 15 h)  
[informacion@icex.es](mailto:informacion@icex.es)

Para buscar más información sobre mercados exteriores [siga el enlace](#)

---

**INFORMACIÓN LEGAL:** Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso.

ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

AUTORA  
Marta Armas Abreu

Oficina Económica y Comercial  
de España en Dakar  
[dakar@comercio.mineco.es](mailto:dakar@comercio.mineco.es)  
Fecha: 12/12/22

NIPO: 114-22-016-9

[www.icex.es](http://www.icex.es)



FICHAS SECTOR SENEGAL



**ICEX** España  
Exportación  
e Inversiones