

Distribución de Joyería y Relojería

(Noviembre 2018 – 9ª edición)

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes, profundiza en la **evolución reciente** y las **tendencias** del sector, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo, las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **52 de las principales empresas** que operan en el sector.

Principales contenidos *(ver índice detallado al dorso)*

- ⇒ Evolución del **mercado minorista** de joyería y relojería **por tipo de establecimiento**: comercios independientes, cadenas especializadas, grandes superficies, otros
- ⇒ Distribución del mercado **por segmentos de producto**: joyería y bisutería, relojería, otros
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ Número de **puntos de venta propios y franquiciados** de las **principales empresas**
- ⇒ Localización de los **puntos de venta en España** de las principales empresas
- ⇒ Evolución de la **facturación** de los puntos de venta de las principales empresas
- ⇒ Distribución de la facturación de los puntos de venta de algunas de las principales empresas **por segmentos de producto y zonas geográficas**
- ⇒ **Facturación** y localización de los **puntos de venta en el extranjero** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas
- ⇒ **Resultado antes de impuestos** y su participación sobre los ingresos de las principales empresas
- ⇒ **Oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones** de evolución del mercado

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2017

➤ Número de puntos de venta	9.300
➤ Mercado (mill. euros)	1.705
– Cadenas especializadas	921
– Comercios independientes	463
– Otros	321
➤ Crecimiento del mercado (%)	+3,3
– Cadenas especializadas	+5,1
– Comercios independientes	-0,6
– Otros	+4,2
➤ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas (%)	38,7
➤ Cuota de mercado conjunta de las diez primeras empresas (%)	49,9

El mercado minorista de joyería y relojería supera los 1.700 millones

En un **escenario económico positivo**, reflejado en el crecimiento del gasto de las familias y el buen comportamiento del turismo, las **ventas de joyería y relojería** experimentaron un **nuevo aumento en 2017**.

Así, la **facturación minorista** se situó en ese año en **1.705 millones** de euros, lo que supuso un **incremento del 3,3%** respecto a 2016, similar a las variaciones contabilizadas en 2015 y 2016.

Las **cadenas especializadas** continúan **ampliando su cuota** de participación en el mercado. En 2017 reunieron alrededor del **54% del valor total** de las ventas minoristas, frente al 52% contabilizado en 2015. Por el contrario, **el peso de los comercios independientes** tiende a **disminuir**, pasando del 29,5% en 2015 al **27,2%** en 2017.

En los últimos años se ha producido un **avance** en el proceso de **concentración de la oferta**. En 2017 los **cinco primeros operadores** reunieron una cuota de mercado conjunta cercana al **39%**, elevándose al 50% la correspondiente a los diez primeros.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La novena edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Joyería y Relojería” cuenta con una extensión de 145 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2017.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución de la producción mundial de relojes, 2010-2015.

Tabla 3. Distribución de la producción mundial de relojes por segmentos de actividad, 2010 y 2015.

Tabla 4. Evolución de la producción mundial de relojes de pulsera por tipos, 2010-2015.

Tabla 5. Distribución de las exportaciones de relojes de pulsera de Suiza y Japón por zonas geográficas, 2017.

Tabla 6. Facturación de la industria manufacturera de joyería y artículos relacionados en algunos países de la UE, 2016.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 7. Distribución del número de puntos de venta en función del grado de integración en cadenas, 2017.

Tabla 8. Grado de concentración de la oferta, 2017.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 9. Fuerzas competitivas relevantes, 2018.

Tabla 10. Factores clave de éxito, 2018.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 11. Evolución del mercado, 2003-2017.

Tabla 12. Evolución del mercado por tipo de operador, 2015-2017.

Tabla 13. Distribución del mercado por segmentos de producto, 2017.

Tabla 14. Evolución de las importaciones españolas de joyería, bisutería y relojería, 2004-2017.

Tabla 15. Distribución de las importaciones españolas de joyería, bisutería y relojería por países de origen, 2016-2017.

1.5. La demanda

Tabla 16. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2003-2017. Previsión 2018-2020.

Tabla 17. Evolución de la entrada de turistas extranjeros y de los ingresos por turismo, 2005-2017.

Tabla 18. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable en España, 2000-2017.

Tabla 19. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2017.

Tabla 20. Evolución del número de visitantes a los centros comerciales, 2000-2017.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 21. Estructura media de costes y del balance, 2017. Tendencia 2018.

Tabla 22. Evolución del precio del oro, 2004-septiembre 2018.

Tabla 23. Evolución del precio de la plata, 2004-septiembre 2018.

Tabla 24. Evolución del precio del platino, 2004-septiembre 2018.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 25. Sociedad gestora de las cadenas de establecimientos de las principales empresas, 2017.

Tabla 26. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2016-octubre 2018.

Tabla 27. Titularidad del capital de las principales empresas, 2017.

Tabla 28. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2014-2017.

Tabla 29. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, octubre 2018.

Tabla 30. Distribución geográfica de los puntos de venta en España de las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 31. Aperturas y cierres de puntos de venta en España de algunas de las principales empresas, noviembre 2016-octubre 2018.

Tabla 32. Número de *corners* ubicados en los grandes almacenes El Corte Inglés de algunas de las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 33. Distribución geográfica de los *corners* ubicados en los grandes almacenes El Corte Inglés de algunas de las principales empresas, octubre 2018.

2.2. Diversificación

Tabla 34. Facturación de las principales empresas por áreas geográficas (España, extranjero), 2015-2017.

Tabla 35. Distribución de la facturación de las principales empresas por áreas geográficas (España, extranjero), 2016-2017.

Tabla 36. Segmentos de producto en los que están presentes las principales empresas, 2017.

Tabla 37. Distribución de la facturación en el segmento de joyería y bisutería de algunas de las principales empresas por líneas de producto, 2017.

Tabla 38. Sociedades participadas en España por algunas de las principales empresas, 2017.

2.3. Internacionalización

Tabla 39. Evolución de la facturación en el extranjero de las principales empresas, 2015-2017.

Tabla 40. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de algunas de las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 41. Sociedades participadas en el extranjero por algunas de las principales empresas, 2017.

2.4. Marketing mix

Tabla 42. Principales marcas comercializadas por las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 43. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por comunidades autónomas, 2017.

Tabla 44. Acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2016-octubre 2018.

2.5. Cuotas y resultados

Tabla 45. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2015-2017.

Tabla 46. Evolución de la facturación en España de las principales empresas, 2015-2017.

Tabla 47. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2015-2017.

Tabla 48. Número total de puntos de venta en España de las principales empresas, octubre 2018.

Tabla 49. Número de puntos de venta de las principales empresas en Madrid, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Canarias, Galicia, Castilla y León y País Vasco, octubre 2018.

Tabla 50. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2015-2017.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 51. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2018.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 52. Previsión de evolución del mercado por tipo de operador, 2018-2020.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 53. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas, noviembre 2018.

Tabla 54. Previsión de variación de la facturación en España de algunas de las principales empresas, 2018-2019.

4. Perfiles de los principales competidores