

## 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 las **35 principales empresas** que operan en el sector.

## Principales contenidos *(ver índice detallado al dorso)*

- ⇒ **Estructura de la oferta:** número **puntos de venta**, distribución por **zonas geográficas**, **tipo de operador** (cadenas/independientes) y **régimen de explotación**, grado de concentración
- ⇒ **Evolución reciente del mercado**
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores clave de éxito**
- ⇒ Número y localización de los **establecimientos de las principales cadenas**
- ⇒ **Distribución de los establecimientos** de las principales cadenas **por régimen de explotación**
- ⇒ **Facturación** del conjunto de establecimientos **de las principales cadenas**
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales cadenas
- ⇒ **Cuotas de número de establecimientos** de las principales cadenas: cuotas **totales** y por **distritos**
- ⇒ **Oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones de evolución** del mercado
- ⇒ **Resultados financieros** de las principales empresas: balance, cuenta de pérdidas y ganancias y ratios económico-financieros

## Principales magnitudes del sector

### Datos de síntesis, 2020

✓ Establecimientos de óptica	2.050
- Integrados en cadenas	1.921
- No integrados en cadenas	129
✓ Mercado (mill. euros)	515
✓ Crecimiento del mercado (%)	-12,9
✓ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras cadenas (%)	56,8
✓ Cuota de mercado conjunta de las diez primeras cadenas (%)	75,5

### Las ventas cayeron cerca de un 13% en 2020

En 2020 se registró un **fuerte retroceso de los ingresos** de la distribución minorista de productos ópticos, debido al impacto en el sector de la pandemia de la **COVID-19**. Así, las ventas se redujeron hasta los **515 millones de euros**, casi un **13% menos** que un año antes.

Se estima que en mayo de **2021 operaban** en Portugal **2.050 ópticas**, cifra inferior a la del mismo mes del año anterior, concentrándose algo más del **60%** en los distritos de Lisboa, Oporto, y Braga, Setúbal y Aveiro.

La oferta está encabezada por **grandes operadores** (grupos de compra y cadenas) que acaparan buena parte del volumen de negocio sectorial. Las **cinco primeras** empresas reunieron en 2020 una **cuota de mercado conjunta del 57%**, mientras que la participación de las **diez mayores** superó ligeramente el **75%**.

A corto plazo se espera un notable **repunte de los ingresos** del sector, si bien el valor del mercado alcanzado en el ejercicio 2019 no se recuperará hasta al menos 2023.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La undécima edición del estudio **Sectores Portugal** de DBK "Distribución de Óptica" cuenta con una extensión de 263 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2020.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo Alain Afflelou, 2014-2020.

Tabla 3. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo Fielmann, 2009-2020.

Tabla 4. Evolución de la facturación consolidada y del número de establecimientos del grupo GrandVision, 2012-2020.

Tabla 5. Evolución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos ópticos por áreas de negocio, 2018-2020.

Tabla 6. Evolución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos ópticos por áreas geográficas, 2019-2020.

Tabla 7. Evolución de la población con 65 o más años en los países de la UE, 2011-2020.

Tabla 8. Evolución del gasto en consumo privado en los países de la UE, 2017-2020. Previsión 2021-2022.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 9. Evolución del número total de establecimientos, 2005-2021.

Tabla 10. Evolución del número de establecimientos de las principales cadenas, 2013-2021.

Tabla 11. Distribución del número total de establecimientos de las principales cadenas por distritos, mayo 2021.

Tabla 12. Distribución de los establecimientos de las principales cadenas por régimen de explotación, 2020-2021.

Tabla 13. Establecimientos de las principales cadenas ubicados en galerías y centros comerciales, 2015-2021.

Tabla 14. Grado de concentración de la oferta, 2020.

##### 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 15. Fuerzas competitivas relevantes, 2021.

Tabla 16. Factores clave de éxito, 2021.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 17. Evolución del mercado, 2000-2020.

Tabla 18. Evolución de las importaciones de productos ópticos por tipo de producto, 2016-2020.

Tabla 19. Distribución de las importaciones de productos ópticos por país de origen, 2019-2020.

##### 1.5. La demanda

Tabla 20. Evolución del consumo final de los hogares, 2009-2020. Previsión 2021-2023.

Tabla 21. Evolución del gasto per cápita en productos ópticos, 2005-2021.

Tabla 22. Evolución de la población de 65 o más años, 2003-2020.

Tabla 23. Distribución de la población por zonas geográficas, 2020.

##### 1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tablas 24-26. Balance de situación, cuenta de pérdidas y ganancias y ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros agregados de treinta de las principales empresas, 2018-2019.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 27. Empresas gestoras de las principales cadenas, mayo 2021.

Tabla 28. Titularidad del capital de las principales cadenas, 2020.

Tabla 29. Evolución del número de establecimientos en Portugal de las principales cadenas, mayo 2016-mayo 2021.

Tabla 30. Distribución del número de establecimientos en Portugal de las principales cadenas por régimen de explotación, mayo 2020-mayo 2021.

Tabla 31. Plantilla de algunas de las principales cadenas, 2015-2020.

Tabla 32. Superficie media de los establecimientos en Portugal de algunas de las principales cadenas, mayo 2021.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 33. Facturación total de las principales cadenas, 2019-2020.

Tabla 34. Facturación media por establecimiento de las principales cadenas, 2020.

Tabla 35. Distribución de la facturación de algunas de las principales cadenas por segmentos de actividad, 2020.

Tabla 36. Distribución de la facturación de algunas de las principales cadenas por origen de los productos, 2020.

Tabla 37. Distribución del número de establecimientos de las principales cadenas por distritos, mayo 2021.

##### 2.3. Marketing mix

Tabla 38. Servicios ofrecidos por algunas de las principales cadenas, mayo 2021.

Tabla 39. Principales acuerdos comerciales de algunas de las principales cadenas, mayo 2021.

Tabla 40. Número de establecimientos de las principales cadenas en centros comerciales, mayo 2021.

Tabla 41. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales cadenas, 2020.

Tabla 42. Promociones y otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales cadenas, 2020-mayo 2021.

##### 2.4. Cuotas y resultados

Tabla 43. Evolución de la facturación de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 44. Cuotas de mercado de las principales cadenas, 2018-2020.

Tabla 45. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas, mayo 2020-mayo 2021.

Tabla 46. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Lisboa, mayo 2021.

Tabla 47. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Oporto, mayo 2021.

Tabla 48. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Braga, mayo 2021.

Tabla 49. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Aveiro, mayo 2021.

Tabla 50. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Setúbal, mayo 2021.

Tabla 51. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Faro, mayo 2021.

Tabla 52. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Santarém, mayo 2021.

Tabla 53. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Coimbra, mayo 2021.

Tabla 54. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Viseu, mayo 2021.

##### 2.5. Resultados, ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros

Tablas 55-65. Resultado de antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones, resultado antes de intereses e impuestos, resultado antes de impuestos, rentabilidad del capital propio, rentabilidad del activo, margen EBITDA, margen EBIT, valor añadido por empleado, coste laboral por empleado, liquidez y endeudamiento de treinta y tres de las principales empresas, 2019.

#### 3. Perspectivas

##### 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 66. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 67. Previsión de evolución del mercado, 2021-2022.

Tabla 68. Previsión de variación de la facturación total de algunas de las principales cadenas, 2021-2022.

Tabla 69. Previsión de nuevas aperturas de establecimientos de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

#### 4. Perfiles de los principales competidores

Para cada una de las empresas analizadas se incorpora un perfil que recoge los principales indicadores de su actividad: accionistas, número de establecimientos, distribución geográfica y por régimen de explotación, facturación, cuotas de mercado. Dentro de este capítulo se incluyen, además, los estados financieros reclasificados (balance de situación y cuenta de pérdidas y ganancias) y los ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros para los años 2018 y 2019 de las principales empresas.