

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 **31** de las **principales cadenas especializadas** y las **4 primeras grandes superficies** que operan en el sector.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ **Evolución del mercado** por tipo de operador: **distribución especializada** (establecimientos integrados en cadenas, establecimientos independientes), **distribución no especializada** (grandes superficies, otras tiendas)
- ⇒ Distribución del **mercado por segmentos de actividad**: hombre, mujer, niño
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores clave** de éxito
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ Número de **puntos de venta propios y franquiciados** en España de las **principales empresas**
- ⇒ Localización de los **puntos de venta en España y en el extranjero** de las principales empresas
- ⇒ **Facturación** del conjunto de establecimientos de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado**, totales y por tipo de operador, 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, 2020

➤ N° establecimientos especializados	8.000
➤ Mercado (mill. euros)	1.950
– Distribución especializada	1.130
* Cadenas especializadas	730
* Establecimientos independientes	400
– Distribución no especializada	820
➤ Crecimiento del mercado (%)	-35,9
– Distribución especializada	-39,7
* Cadenas especializadas	-30,8
* Establecimientos independientes	-51,2
– Distribución no especializada	-29,6
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	27,9

La COVID-19 provoca un fuerte descenso de las ventas

Tras varios años de bajo crecimiento, en **2020 el mercado minorista de calzado** experimentó un **fuerte descenso**, viéndose penalizado por el confinamiento domiciliario, las restricciones de aforo y movilidad y el deterioro de la actividad económica derivados de la pandemia de la **COVID-19**.

Así, el valor de las ventas se situó en **1.950 millones de euros**, lo que supuso un **36% menos** que en 2019.

La **distribución especializada** generó el **58% del mercado**, de manera que tras experimentar un **retroceso cercano al 40%** sus ventas se situaron en **1.130 millones** de euros.

El peor comportamiento fue para el **comercio independiente (-51%)**, mientras que las ventas de las tiendas integrada en **cadena especializadas retrocedieron un 31%**, pasando a representar estas últimas el 65% de las ventas de la distribución especializada.

La **distribución no especializada** reunió el **42% del mercado**, con una **caída del 30%**, hasta los **820 millones** de euros.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La sexta edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Calzado” cuenta con una extensión de 125 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. Ventas de calzado en los principales países del mundo, 2016-2019.

Tabla 3. Distribución del consumo final de los hogares en el conjunto de la UE por categorías de bienes y servicios, 2018.

Tabla 4. Distribución del consumo final de los hogares en los países de la UE por categorías de bienes y servicios, 2018.

Tabla 5. Distribución de la superficie bruta alquilable de centros comerciales en la UE por países y tipo de centro, julio 2017.

Tabla 6. Densidad de centros comerciales en los países de la UE, julio 2017.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 7. Distribución del número de establecimientos especializados en función de su integración en cadenas, junio 2021.

Tabla 8. Distribución geográfica de los establecimientos especializados, junio 2021.

Tabla 9. Evolución del número de hipermercados, 2004-2020.

Tabla 10. Distribución geográfica del número de hipermercados, 2019.

Tabla 11. Grado de concentración de la oferta, 2020.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 12. Fuerzas competitivas relevantes, 2021.

Tabla 13. Factores clave de éxito, 2021.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 14. Evolución del mercado, 2008-2020.

Tabla 15. Evolución del mercado por tipo de operador, 2017-2020.

Tabla 16. Distribución del mercado canalizado a través de establecimientos especializados en función de la integración en cadenas, 2017 y 2020.

Tabla 17. Distribución del mercado por segmentos de producto, 2020.

1.5. La demanda

Tabla 18. Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2020. Previsión 2021-2023.

Tabla 19. Tasa de variación anual de los precios del calzado, 2003-2020.

Tabla 20. Distribución del gasto de los hogares en bienes y servicios por grupos de gasto y gasto medio por hogar, 2019.

Tabla 21. Número de compradores de productos en formato físico a través de internet por tipo de producto, 2020.

Tabla 22. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable media por centro, 2004-2020.

Tabla 23. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2019.

Tabla 24. Evolución del número de visitantes a los centros comerciales, 2004-2020.

Tabla 25. Localización de los centros comerciales outlet en España, junio 2021.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 26. Estructura media de costes y del balance, 2019. Tendencia 2020.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 27. Estructura operativa de las principales empresas, junio 2021.

Tabla 28. Sociedades gestoras de las tiendas propias de las cadenas especializadas, junio 2021.

Tabla 29. Titularidad del capital de las principales empresas, 2020.

Tabla 30. Actividad de las principales empresas, junio 2021.

Tabla 31. Canales de distribución utilizados por las principales empresas, junio 2021.

Tabla 32. Plantilla de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 33. Enseñas de las principales empresas, junio 2021.

Tabla 34. Evolución del número de puntos de venta de las principales empresas en España, junio 2020-junio 2021.

Tabla 35. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación y por enseñas, junio 2021.

Tabla 36. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por comunidades autónomas, junio 2021.

2.2. Diversificación

Tabla 37. Facturación en España y segmentos de actividad de las principales empresas, 2020.

Tabla 38. Distribución de la facturación en España de algunas de las principales empresas por segmentos de producto, 2020.

Tabla 39. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por tipo de tienda, junio 2021.

Tabla 40. Distribución de la facturación en España de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2020.

Tabla 41. Nombre de la tienda online de las principales empresas, junio 2021.

Tabla 42. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, junio 2021.

2.3. Internacionalización

Tabla 43. Distribución del número de puntos de venta de las principales empresas por zonas geográficas y por enseñas, junio 2021.

Tabla 44. Participación sobre el total de los puntos de venta fuera de España de las principales empresas, junio 2021.

Tabla 45. Localización de los puntos de venta en el extranjero de las principales empresas por países, junio 2021.

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 46. Evolución de la facturación en España de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 47. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 48. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de distribución especializada, 2019-2020.

Tabla 49. Cuotas de mercado de las principales empresas en el segmento de distribución no especializada, 2019-2020.

Tabla 50. Cuotas de número de puntos de venta en España de las principales empresas en el segmento de cadenas especializadas, junio 2021.

Tabla 51. Indicadores de rentabilidad de las principales empresas, 2018-2019.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 52. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 53. Previsión de evolución del mercado por tipo de operador, 2021-2022.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 54. Proyectos de algunas de las principales empresas, junio 2021.

4. Perfiles de los principales competidores