

## 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 **45 de las principales empresas** que operan en el sector.

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

- ⇒ **Estructura de la oferta:** distribución de las empresas por zonas y tamaños, concentración
- ⇒ **Evolución del mercado** en valor, total y por segmentos de actividad
- ⇒ **Cuotas** de la distribución especializada y no especializada
- ⇒ Evolución del **número de puntos de venta** de las **principales empresas**
- ⇒ Distribución de los puntos de venta de las principales empresas por **zonas y por régimen de explotación**
- ⇒ **Facturación total y en el sector** de las principales empresas
- ⇒ Distribución de la facturación de las principales empresas por **segmentos de actividad**
- ⇒ **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, 2019

➤ Mercado (mill. euros)	3.370
– Mueble de hogar	2.359
– Mueble de cocina	542
– Mueble de oficina	323
– Otros muebles	146
➤ Crecimiento valor del mercado	
– % var. 2018/2017	+5,7
– % var. 2019/2018	+3,7
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	50,8
➤ Cuota de mercado de las diez primeras empresas (%)	66,6

### Notable ascenso previsto de las ventas en el canal online

Las **ventas minoristas de muebles** mantuvieron en **2019** la **tendencia ascendente** observada en ejercicios anteriores, en un escenario económico favorable. Así, el **valor del mercado** se situó en **3.370 millones** de euros, lo que supuso un **3,7% más** que en el ejercicio precedente, inferior, no obstante, al **5,7%** contabilizado en 2018.

El segmento de **mueble de hogar** concentró la mayor parte del mercado, un **70% del total (2.359 millones** de euros), registrando un **aumento del 3,2%** entre 2018 y 2019. Por su parte, el segmento de **mueble de cocina** aportó el **16% del negocio**, un **6,5% más**, correspondiendo al **mueble de oficina** un **peso cercano al 10%**, con un **incremento del 3,2%**.

Las **ventas por internet** de muebles, iluminación y artículos para el hogar siguen una tendencia de **fuerte crecimiento**, contabilizando en los dos últimos años una **variación media anual** superior al **20%**.

Frente a la **caída** esperada en las **ventas tradicionales**, el **comercio online** de muebles experimentará un **nuevo impulso** a corto plazo, dada la **especial relevancia** adquirida por **internet** como **canal de compra** en un escenario marcado todavía por los efectos de la **pandemia de la COVID-19**.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La vigesimotercera edición del estudio **Sectores** de DBK “Comercio de Muebles” cuenta con una extensión de 156 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2019.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

Tabla 2. Evolución del valor del mercado de muebles en Europa, 2012-2019.

Tabla 3. Producción de muebles de hogar en los países de la Unión Europea, 2016-2018.

Tabla 4. Evolución del grado de concentración del mercado de comercio de muebles en Europa Occidental, 2013 y 2018.

Tabla 5. Facturación, número de empleados y número de puntos de venta de algunas de las principales empresas del sector a escala europea, 2016-2019.

Tabla 6. Distribución de los puntos de venta de Ikea en el mundo por zonas, agosto 2019.

Tabla 7. Evolución del número de tiendas inauguradas por Ikea en el mundo, 2016-2019.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 8. Distribución geográfica de las empresas, junio 2020.

Tabla 9. Número de cadenas especializadas con más de diez, veinticinco y cincuenta puntos de venta, junio 2020.

Tablas 10-11. Evolución (2002-2019) y distribución geográfica del número de hipermercados (2019).

Tabla 12. Evolución del número de puntos de venta especializados en artículos de bricolaje, 2012-septiembre 2019.

Tabla 13. Distribución geográfica de los puntos de venta especializados en artículos de bricolaje, septiembre 2019.

Tabla 14. Distribución de los puntos de venta especializados en artículos de bricolaje por superficie de venta, septiembre 2019.

Tabla 15. Grado de concentración de la oferta, 2019.

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

Tabla 16. Fuerzas competitivas relevantes, 2020.

Tabla 17. Factores clave de éxito, 2020.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 18. Evolución del mercado, 2002-2019.

Tabla 19. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2012-2019.

Tabla 20. Distribución del mercado de mueble de hogar por tipo de mobiliario, 2019.

Tabla 21. Cuotas de mercado de la distribución especializada y no especializada, 2019.

Tabla 22. Evolución del comercio electrónico de muebles, 2014-2019.

Tablas 23-24. Evolución de las importaciones de mueble de hogar y de su participación sobre el mercado de mueble de hogar (2002-2019) y distribución por países de origen (2018-2019).

##### 1.5. La demanda

Tabla 25. Evolución del consumo final de los hogares, 2007-2019. Previsión 2020-2022.

Tabla 26. Evolución del número de ocupados y de parados, 2008-primer trimestre 2020.

Tabla 27. Distribución del gasto de los hogares en bienes y servicios por grupos de gasto, gasto medio por hogar y variación anual, 2018.

Tabla 28. Distribución de la facturación del comercio minorista de muebles por forma de pago de los clientes, 2016.

Tabla 29. Evolución del número de viviendas iniciadas y terminadas, 2001-2019.

Tablas 30. Evolución del número de viviendas terminadas por comunidades autónomas, 2016-2019.

Tablas 31-32. Evolución del número de transacciones de viviendas, total (2011-2019) y por comunidades autónomas (2016-2019).

Tablas 33-34. Evolución del parque de viviendas (2002-2019) y distribución por provincias (2019).

Tabla 35. Evolución del tipo de interés de referencia del mercado hipotecario, 1995-mayo 2020.

Tabla 36. Evolución del esfuerzo trimestral para la adquisición de viviendas, 2017-1er. trimestre 2020.

Tabla 37. Evolución de la contratación de oficinas en Madrid y Barcelona, 2003-2019.

Tabla 38. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2002-2019.

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

Tabla 39. Estructura media de costes y del balance, 2018. Tendencia 2019.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 40. Titularidad del capital de las principales empresas, 2019.

Tabla 41. Tipología de empresa y plantilla de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 42. Sociedades gestoras de tiendas propias, franquicias y centrales de compras de las principales empresas, junio 2020.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 43. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 44. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2019.

Tabla 45. Distribución de la facturación de las principales empresas especializadas por segmentos de actividad (muebles, otros artículos para el hogar), 2019.

Tablas 46-47. Distribución de la facturación de las principales empresas por tipo de mueble y por tipo de mueble de hogar, 2019.

Tabla 48. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por venta de complementos y objetos de decoración por tipos, 2019.

Tabla 49. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2019.

##### 2.3. Marketing mix

Tabla 50. Nombres comerciales de los puntos de venta de las principales empresas, junio 2020.

Tabla 51. Evolución del número de puntos de venta en España de las principales empresas, junio 2018-junio 2020.

Tablas 52-53. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por zonas geográficas, junio 2019-junio 2020.

Tabla 54. Variación del número de puntos de venta en España de las principales empresas por zonas geográficas, junio 2020/junio 2019.

Tablas 55-56. Número y localización del número de puntos de venta en España inaugurados y clausurados entre junio de 2019 y junio de 2020 por las principales empresas

Tabla 57. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de las principales empresas, junio 2020.

Tabla 58. Superficie total y superficie media por punto de venta de algunas de las principales empresas, junio 2020.

Tabla 59. Número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, junio 2018-junio 2020.

Tabla 60. Canales de distribución utilizados por las principales empresas, junio 2020.

Tabla 61. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, junio 2020.

Tabla 62. Facilidades de financiación ofrecidas por algunas de las principales empresas, junio 2020.

Tabla 63. Facturación derivada de la venta online de algunas de las principales empresas, 2019.

Tablas 64-65. Medios publicitarios empleados y otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2019.

##### 2.4. Cuotas y resultados

Tabla 66. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 67. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2017-2019.

Tabla 68. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2018-2019.

Tabla 69. Cuotas de número de puntos de venta de las principales empresas especializadas, junio 2020.

Tabla 70. Número de puntos de venta de las principales empresas en las principales comunidades autónomas, junio 2020.

Tabla 71. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas gestoras de cadenas especializadas, 2017-2018.

#### 3. Perspectivas

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

Tabla 72. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2020.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 73. Previsión de evolución del mercado, 2020-2021.

##### 3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 74. Proyectos de algunas de las principales empresas, julio 2020.

Tabla 75. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2020-2021.

#### 4. Perfiles de los principales competidores