

Distribución de Confección (Mercado Ibérico)

(Septiembre 2021 – 6ª edición)

Objeto del estudio

El estudio, elaborado a partir de **información primaria** procedente de las empresas líderes de **España y Portugal**, 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 **46 principales cadenas especializadas (26 españolas y 20 portuguesas)** y las **5 primeras grandes superficies (3 españolas y 2 portuguesas)** que operan en el sector.

Principales contenidos *(ver índice detallado al dorso)*

- ⇒ Evolución del número de **puntos de venta** en España, en Portugal y en el conjunto del mercado ibérico. **Distribución geográfica** y grado de **concentración de la oferta**
- ⇒ **Evolución del mercado** total y por tipo de operador en España, en Portugal y en el conjunto del mercado ibérico: cadenas especializadas; grandes almacenes, hipermercados y supermercados; detallistas independientes
- ⇒ Evolución del número de **puntos de venta** de las **principales empresas** en España y en Portugal
- ⇒ Número de puntos de venta **propios y franquiciados** en España y en Portugal de las principales empresas
- ⇒ **Distribución geográfica** de los puntos de venta de las principales empresas en España y en Portugal
- ⇒ Número de **puntos de venta** de las principales empresas en el **extranjero**. Distribución por **zonas geográficas y países**
- ⇒ **Evolución de la facturación** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas en España, en Portugal y en el conjunto del mercado ibérico: **totales** y en los **segmentos** de cadenas especializadas y grandes almacenes, hipermercados y supermercados
- ⇒ **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 en España, en Portugal y el conjunto del mercado ibérico

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2020

➤ Número de puntos de venta	60.000
– España	47.101
– Portugal	12.899
➤ Mercado (mill. euros)	14.250
– España	11.550
– Portugal	2.700
➤ Crecimiento del mercado (%)	-38,8
– España	-39,1
– Portugal	-37,7
➤ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	58,6
– España	64,2
– Portugal	46,2

Las ventas repuntan en 2021 tras el desplome de 2020

Las **ventas de moda** estuvieron **fuertemente condicionadas** en 2020 y primeros meses de 2021 por las medidas sanitarias decretadas para la contención de la **pandemia de la COVID-19**. En este contexto, el **valor del mercado ibérico** de confección registró un **descenso del 39%**, situándose en **14.250 millones de euros**, frente a los 23.285 millones contabilizados en 2019. Las **cadenas especializadas** y las **grandes superficies** registraron caídas de ventas del **35%** y **36%**, respectivamente, reuniendo participaciones sobre el total del 62% y el 24%.

La penetración del **canal online** en las ventas globales se incrementó en gran medida en 2020, estimándose que en este año cerca del **20% del negocio** en España provino de compras realizadas a través de internet, frente a la cuota del 8% del ejercicio 2018.

Para el cierre de **2021** se estima un **aumento** del valor de las ventas en el conjunto del mercado ibérico **del 26%**, lo que daría como resultado la cifra de **17.900 millones de euros**. En el ejercicio **2022** continuará la **recuperación** de la actividad, aunque la facturación sectorial en este año permanecerá todavía por debajo de la correspondiente a 2019.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La sexta edición del estudio **Sectores de DBK** “Distribución de Confección (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 189 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

Tablas 2-3. Evolución del consumo final de los hogares en la UE total (2004-2020) y por países (2015-2020). Previsión 2021-2022.

Tabla 4. Distribución del consumo de los hogares en la UE por categoría de bienes y servicios, 2019.

Tabla 5. Facturación, número de puntos de venta, número de empleados y número de países donde están presentes algunos de los principales grupos de confección a escala mundial, 2020.

Tabla 6. Número de puntos de venta de los grupos Inditex, H&M, Mango, Fast Retailing, Primark, GAP y Tendam por países/zonas geográficas, 2020.

Tabla 7. Distribución geográfica de las exportaciones e importaciones de prendas de vestir en el mundo, 2020 y 2019.

Tabla 8. Distribución de la superficie bruta alquilable de centros comerciales en la UE por países y tipo de centro, julio 2017.

Tabla 9. Principales productos adquiridos por los compradores por internet en el mundo por regiones, 2018.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 10. Número de puntos de venta y empleados de las empresas gestoras de establecimientos de distribución de confección, 2020.

Tabla 11. Evolución del número de puntos de venta en España y del número de empresas gestoras de establecimientos de distribución de confección en Portugal, 2004-2020.

Tabla 12. Distribución de los puntos de venta en España por comunidades autónomas, 2020.

Tabla 13. Distribución de las empresas gestoras de establecimientos de distribución de confección en Portugal por regiones, 2020.

Tabla 14. Evolución del volumen de empleo, 2006-2020.

Tabla 15. Distribución del número de puntos de venta de las principales cadenas en España por régimen de explotación, 2019.

Tablas 16-17. Evolución del número de hipermercados (total, España, Portugal) (2004-2019) y distribución geográfica (2019).

Tabla 18. Grado de concentración de la oferta, 2020.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 19 y 21. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2021.

Tabla 20. Ventas globales de algunos de los principales operadores de venta online de moda, 2020.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 22. Evolución del mercado (total, España, Portugal), 2004-2020.

Tabla 23. Evolución del mercado por tipo de operador (total, España, Portugal), 2017-2020.

Tabla 24. Distribución del mercado por tipo de operador (total, España, Portugal), 2020.

Tabla 25. Distribución del mercado español por segmentos (mujer, hombre, niño), 2020.

1.5. La demanda

Tabla 26. Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2020. Previsión 2021-2023.

Tabla 27. Tasa de variación anual de los precios de prendas de vestir en España y Portugal, 2003-2021.

Tabla 28. Distribución del gasto de los hogares españoles en bienes y servicios por grupos de gasto, gasto medio por hogar y gasto medio por persona, 2020.

Tablas 29-30. Distribución de los mercados español y portugués por comunidades autónomas (2020) y regiones (2019).

Tabla 31. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable media por centro, 2004-2020.

Tabla 32. Evolución del número de compradores en internet en España, total y de ropa y material deportivo, 2007-2020.

Tabla 33. Orientación a la compra de ropa y material deportivo de los compradores en internet en España, 2020.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tablas 34-35. Estructura media de costes y del balance en los mercados español y portugués, 2019. Tendencia 2020.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 36. Sociedades cabeceras de las cadenas de establecimientos de los principales grupos, septiembre 2021.

Tabla 37. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2019-septiembre 2021.

Tabla 38. Titularidad del capital de las principales empresas, 2020.

Tabla 39. Tipos de establecimientos gestionados por las principales empresas, septiembre 2021.

Tabla 40. Plantilla de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 41. Enseñas de las principales empresas, junio 2021.

Tabla 42. Distribución del número de puntos de venta de los principales grupos en el mercado ibérico por países, junio 2021.

Tablas 43-44. Evolución del número de puntos de venta de las principales empresas en España y Portugal, junio 2015-junio 2021.

Tablas 45-46. Distribución del número de puntos de venta en España y en Portugal de las principales empresas por régimen de explotación, junio 2021.

Tablas 47-48. Distribución del número de puntos de venta en España y Portugal de las principales empresas por comunidades autónomas y distritos, junio 2021.

2.2. Diversificación

Tablas 49-50. Facturación en el sector en España y Portugal (2020) y segmentos de actividad de las principales empresas (junio 2021).

Tabla 51. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por segmentos de actividad, 2020.

2.3. Internacionalización

Tabla 52. Distribución del número de puntos de venta de las principales empresas de origen español y portugués por zonas geográficas, junio 2021.

Tabla 53. Participación sobre el total de los puntos de venta fuera de España y fuera de Portugal de las principales empresas de origen español y portugués, junio 2021.

Tabla 54. Distribución del número de puntos de venta fuera de España y fuera de Portugal de las principales empresas de origen español y portugués por zonas, junio 2021.

Tabla 55. Distribución del número de puntos de venta fuera de España y fuera de Portugal de las principales empresas de origen español y portugués por países, junio 2021.

Tabla 56. Facturación total en España y en el extranjero de algunas de las principales empresas, 2019-2020.

Tablas 57-58. Evolución de la facturación de Grupo Inditex por zonas geográficas (2018-2020) y por enseñas (2018-2020).

2.4. Marketing mix

Tabla 59. Canales de distribución utilizados por las principales empresas por enseñas, junio 2021.

Tabla 60. Evolución de la facturación derivada de la venta online de algunas de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 61. Número de *corners* ubicados en El Corte Inglés de algunos de los principales grupos, junio 2021.

Tablas 62. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2020.

Tablas 63. Otras acciones de marketing y sociales desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2020-septiembre de 2021.

2.5. Cuotas y resultados

Tabla 64. Evolución de la facturación en el sector en el mercado ibérico de los principales grupos, 2018-2020.

Tablas 65-66. Evolución de la facturación en el sector en España y Portugal de las principales empresas, 2018-2020.

Tablas 67-69. Cuotas de mercado de los principales grupos en el mercado ibérico y de las principales empresas en España y Portugal, 2018-2020.

Tablas 70-72. Cuotas de mercado de los principales grupos en el segmento de cadenas especializadas en el mercado ibérico, en España y Portugal, 2018-2020.

Tablas 73-75. Cuotas de mercado de los principales grupos en el segmento de grandes almacenes, hipermercados y supermercados en el mercado ibérico, en España y Portugal, 2018-2020.

Tablas 76-78. Cuotas de número de puntos de venta de los principales grupos en el mercado ibérico, en España y Portugal, junio 2021.

Tabla 79. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2018-2020.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 80. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 81. Previsión de evolución del mercado, 2021-2022.

Tabla 82. Proyectos de algunas de las principales empresas, septiembre 2021.

4. Perfiles de los principales competidores