

## 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 **30 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

<b>Datos de síntesis, 2018</b>		<b>Se mantiene el crecimiento de la facturación sectorial</b>
➤ Establecimientos de óptica	1.845	<i>Las <b>ventas minoristas de productos ópticos</b> en Portugal mantuvieron en 2018 la tendencia alcista de años anteriores, registrando un <b>crecimiento del 5,4%</b>, y alcanzando un valor de <b>525 millones de euros</b>. La <b>positiva</b> evolución del <b>consumo de las familias</b> y el <b>envejecimiento</b> de la población han favorecido el repunte de las ventas en los últimos años.</i>
- Integrados en cadenas	1.747	
- No integrados en cadenas	98	
➤ Mercado (mill. euros)	525	<i>Las <b>cadenas de ópticas</b> mantienen una elevada penetración en el mercado. Su facturación global se elevó a <b>507 millones de euros</b> en 2018, lo que representó más del <b>95% del volumen de negocio total</b>.</i>
➤ Crecimiento del mercado (%)	+5,4	
➤ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras cadenas (%)	57,0	<i>En mayo de 2019 operaban en el sector unos <b>1.845 establecimientos</b>, de los cuales <b>1.747</b> se encontraban <b>integrados en cadenas</b>. La oferta sectorial presenta una <b>notable concentración</b>, de manera que los <b>cinco primeros grupos</b> reunieron en 2017 una <b>cuota de mercado conjunta</b> del <b>57%</b>, participación que <b>superó el 75%</b> al considerar a los <b>diez primeros</b>.</i>
➤ Cuota de mercado conjunta de las diez primeras cadenas (%)	75,4	

La novena edición del estudio **Sectores Portugal** de DBK "Distribución de Óptica" cuenta con una extensión de 243 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2018.

#### 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, 2014-2018.

Tabla 3. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo Fielmann, 2009-2018.

Tabla 4. Evolución de la facturación consolidada y del número de establecimientos del grupo GrandVision, 2012-2018.

Tabla 5. Evolución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos ópticos a escala mundial, 2014-2018

Tabla 6. Evolución de la población con 65 o más años en los países de la UE, 2009-2018.

Tabla 7. Evolución del consumo privado en los países de la UE, 2015-2018. Previsión 2019-2020.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 8. Evolución del número total de establecimientos, 2005-2019.

Tabla 9. Distribución del número total de establecimientos de las principales cadenas por distritos, mayo 2019.

Tabla 10. Evolución del número de establecimientos de las principales cadenas, 2005-2019.

Tabla 11. Distribución de los establecimientos de las principales cadenas por régimen de explotación, 2015-2019.

Tabla 12. Establecimientos de las principales cadenas ubicados en galerías y centros comerciales, 2015-2019.

Tabla 13. Grado de concentración de la oferta, 2018.

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

Tabla 14. Fuerzas competitivas relevantes, 2019.

Tabla 15. Factores clave de éxito, 2019.

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 16. Evolución del mercado, 2002-2018.

Tabla 17. Evolución de las importaciones de productos ópticos por tipo de producto, 2014-2018.

Tabla 18. Distribución de las importaciones de productos ópticos por país de origen, 2017-2018.

##### 1.5. La demanda

Tabla 19. Evolución del consumo final de los hogares, 2009-2018. Previsión 2019-2021.

Tabla 20. Evolución del gasto per cápita en productos ópticos, 2005-2018.

Tabla 21. Evolución de la población de 65 o más años, 2003-2018.

Tabla 22. Distribución de la población por zonas geográficas, 2018.

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

Tablas 23-25. Balance de situación, cuenta de pérdidas y ganancias y ratios de rentabilidad y otros ratios económico-financieros agregados de veintisiete de las principales empresas, 2016-2017.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 26. Empresas gestoras de las principales cadenas, mayo 2019.

Tabla 27. Titularidad del capital de las principales cadenas, 2018.

Tabla 28. Evolución del número de establecimientos en Portugal de las principales cadenas, mayo 2014-mayo 2019.

Tabla 29. Distribución del número de establecimientos en Portugal de las principales cadenas por régimen de explotación, mayo 2018-mayo 2019.

Tabla 30. Plantilla de algunas de las principales cadenas, 2013-2018.

Tabla 31. Superficie media de los establecimientos en Portugal de algunas de las principales cadenas, mayo 2019.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 32. Facturación total de las principales cadenas, 2017-2018.

Tabla 33. Facturación media por establecimiento de las principales cadenas, 2018.

Tabla 34. Distribución de la facturación de algunas de las principales cadenas por segmentos de actividad, 2018.

Tabla 35. Distribución del número de establecimientos de las principales cadenas por distritos, mayo 2019.

##### 2.3. Marketing mix

Tabla 36. Servicios ofrecidos por algunas de las principales cadenas, mayo 2019.

Tabla 37. Principales acuerdos comerciales de algunas de las principales cadenas, mayo 2019.

Tabla 38. Número de establecimientos de las principales cadenas en centros comerciales, mayo 2019.

Tabla 39. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales cadenas, 2018.

Tabla 40. Promociones y otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales cadenas, 2018-mayo 2019.

##### 2.4. Cuotas

Tabla 41. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2016-2018.

Tabla 42. Cuotas de mercado de las principales cadenas, 2017-2018.

Tabla 43. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas, mayo 2018-mayo 2019.

Tabla 44. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Lisboa, mayo 2019.

Tabla 45. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Oporto, mayo 2019.

Tabla 46. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Braga, mayo 2019.

Tabla 47. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Aveiro, mayo 2019.

Tabla 48. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Setúbal, mayo 2019.

Tabla 49. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Faro, mayo 2019.

Tabla 50. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Santarém, mayo 2019.

Tabla 51. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Leiria, mayo 2019.

Tabla 52. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Viseu, mayo 2019.

Tabla 53. Cuotas de número de establecimientos de las principales cadenas en el distrito de Coimbra, mayo 2019.

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

Tablas 54-64. 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 veintinueve de las principales empresas, 2017.

#### 3. Perspectivas

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

Tabla 65. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2019.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 66. Previsión de evolución del mercado, 2019-2020.

Tabla 67. Previsión de variación de la facturación total de algunas de las principales cadenas, 2019-2020.

#### 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 2016 y 2017 de las principales empresas.