

Establecimientos de Bricolaje (Mercado Ibérico)

(Septiembre 2021 – 9ª 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 en ambos países, los **factores clave de éxito** del negocio, las **previsiones** a corto y medio plazo y las **oportunidades** y **amenazas** a las que se enfrentará en los próximos años. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de las **39 principales empresas** que operan en el sector (**22 empresas españolas y 17 portuguesas**). Se consideran los establecimientos con una superficie comercial **superior a los 1.000 metros cuadrados**.

Principales contenidos (ver índice detallado al dorso)

- ⇒ **Número de establecimientos** especializados en la venta de artículos de bricolaje y **superficie de venta** en España, Portugal y en el conjunto del mercado ibérico
- ⇒ **Distribución geográfica** de los **establecimientos** especializados en la venta de artículos de bricolaje
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores clave de éxito**
- ⇒ **Evolución de las ventas** en España, Portugal y en el conjunto del mercado ibérico
- ⇒ **Número y localización** de los **establecimientos** de las principales empresas
- ⇒ **Superficie de venta** de los establecimientos de las principales empresas
- ⇒ **Facturación** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado y de número de establecimientos** de las principales empresas en España, Portugal y en el conjunto del mercado ibérico
- ⇒ **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 y de algunas de las principales empresas

Empresas analizadas

Empresas españolas: A.T.B. Norte, Alkain, Apalliser, Brico Dépôt, Bricolaje Bricoman, Bricor, CEOSA, Chafiras, Construdeco Norte, Duran, Ferretería Chávez, Ferretería Mengual, Ferri, Ferrolan, Fes Més Bricolatge, Fita Ibicentro, Lamiplast, Leroy Merlin, Manau, Palau, Suministros La Ronda, Werkhaus

Empresas portuguesas: ACC, AGAL, Agriloja, Álvaro Covelo & Pinto, Armazéns Reis, Barão & Costa, Brico Dépôt, Bricomarché, Bricor, Casa Alves, Casa Peixoto, Correia & Cardoso, Leroy Merlin, Lino Coelho, Macovex, Maxmat, Pichelaria Mouzinho

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2020

✓ Número de establecimientos (a)	530
– España	347
– Portugal	183
✓ Facturación (mill. euros)	5.135
– España	4.010
– Portugal	1.125
✓ Variación de la facturación (% var. 2020/2019)	-
– España	-1,4
– Portugal	+5,1
✓ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas en el mercado ibérico (%)	87,4

(a) septiembre de 2021.

Las ventas en 2020 cayeron en España y aumentaron en Portugal

La **actividad** del sector se vio **afectada** en 2020 por las **medidas decretadas** para **hacer frente a la pandemia de la COVID-19**, si bien la caída de las ventas en las tiendas físicas fue compensada en cierta medida por un aumento de las operaciones de comercio electrónico.

El volumen de negocio agregado en el conjunto del mercado ibérico se situó en dicho ejercicio en **5.135 millones de euros**, cifra **similar a la contabilizada en 2019**, año en el que había registrado un crecimiento del 7,8%.

La **facturación en España disminuyó un 1,4%**, hasta los **4.010 millones** de euros, mientras que en **Portugal** se registró un comportamiento más favorable, contabilizándose un **crecimiento del 5,1%**, hasta los **1.125 millones**.

La reactivación de la economía anticipa una **tendencia al alza de las ventas** de artículos de bricolaje en el mercado ibérico a corto y medio plazo. No obstante, el **ascenso de los costes** de aprovisionamiento, energéticos y logísticos constituye una **amenaza** para los operadores, destacando asimismo la **fuerte competencia** procedente de otros canales de venta.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La novena edición del estudio **Sectores** de DBK “Establecimientos de Bricolaje (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 146 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 del mercado mundial de bricolaje, 2011-2019.

Tabla 3. Distribución del mercado mundial de bricolaje por zonas geográficas, 2017 y 2019.

Tabla 4. Gasto medio per cápita en artículos de bricolaje por zonas geográficas, 2017 y 2019.

Tabla 5. Distribución del mercado europeo de bricolaje por países, 2019.

Tabla 6. Gasto medio per cápita en artículos de bricolaje en la UE por países, 2019.

Tabla 7. Porcentaje de población con intención de comprar artículos de bricolaje en algunos países de Europa, 2019-2021.

Tabla 8. Número de puntos de venta y facturación de los diez principales grupos de establecimientos de bricolaje en Europa, 2020.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 9. Número de establecimientos especializados en la venta de artículos de bricolaje y superficie de venta, septiembre 2021.

Tabla 10. Evolución del número de establecimientos especializados en la venta de artículos de bricolaje, 2012-septiembre 2021.

Tabla 11. Distribución de los establecimientos especializados en la venta de artículos de bricolaje en España por comunidades autónomas, septiembre 2021.

Tabla 12. Distribución de los establecimientos especializados en la venta de artículos de bricolaje en Portugal por distritos, septiembre 2021.

Tabla 13. Distribución geográfica de los establecimientos especializados en la venta de artículos de bricolaje en el mercado ibérico, septiembre 2021.

Tabla 14. Distribución de los establecimientos especializados en la venta de artículos de bricolaje por superficie de venta, septiembre 2021.

Tabla 15. Grado de concentración de la oferta, 2020.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 16. Fuerzas competitivas relevantes, 2021.

Tabla 17. Evolución del número de hipermercados, 2005-2020.

Tabla 18. Distribución geográfica de los hipermercados, 2020.

Tabla 19. Número de asociados y localización de los principales grupos de compra de productos de ferretería y suministros industriales en España, septiembre 2021.

Tabla 20. Factores clave de éxito, 2021.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 21. Evolución de la facturación, 2018-2020.

Tabla 22. Evolución de la facturación en España, 2012-2020.

Tabla 23. Evolución de la facturación en Portugal, 2012-2020.

Tabla 24. Facturación media por establecimiento, 2020.

1.5. La demanda

Tabla 25. Evolución del consumo final de los hogares, 2007-2020. Previsión 2021-2023.

Tabla 26. Evolución del número de viviendas iniciadas, 2008-2020.

Tabla 27. Evolución del número de viviendas terminadas, 2008-2020.

Tabla 28. Evolución del número de viviendas terminadas en España por comunidades autónomas, 2017-2020.

Tabla 29. Evolución del número de viviendas terminadas en Portugal por zonas geográficas, 2016-2020.

Tabla 30. Evolución del número de transacciones de viviendas usadas en España, 2012-2020.

Tabla 31. Evolución del número de transacciones de viviendas nuevas en España, 2012-2020.

Tabla 32. Evolución del número de transacciones de viviendas en Portugal, 2012-2020.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 33. Estructura media de costes y del balance en el mercado español, 2019. Tendencia 2020.

Tabla 34. Estructura media de costes y del balance en el mercado portugués, 2019. Tendencia 2020.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 35. Estructura de las principales empresas, septiembre 2021.

Tabla 36. Titularidad del capital de las principales empresas, 2020.

Tabla 37. Plantilla de las principales empresas, 2018-2020. Grupo de compra/servicios al que están asociadas, septiembre 2021.

Tabla 38. Evolución del número de establecimientos de las principales empresas, 2018-septiembre 2021.

Tabla 39. Número de establecimientos, superficie total y superficie media de venta de los establecimientos de las principales empresas, septiembre 2021.

2.2. Diversificación

Tabla 40. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 41. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2020.

Tabla 42. Distribución del número de establecimientos de las principales empresas españolas por comunidades autónomas, septiembre 2021.

Tabla 43. Distribución del número de establecimientos de las principales empresas portuguesas por distritos, septiembre 2021.

Tabla 44. Localización de los establecimientos de las principales empresas, septiembre 2021.

Tabla 45. Distribución de la facturación de las principales empresas españolas por comunidades autónomas, 2020.

Tabla 46. Distribución de la facturación de las principales empresas portuguesas por zonas geográficas, 2020.

2.3. Marketing mix

Tabla 47. Enseñas de los establecimientos de las principales empresas, septiembre 2021.

Tabla 48. Aperturas y cierres de establecimientos de las principales empresas, 2020 y enero-septiembre 2021.

Tabla 49. Localización de las aperturas y los cierres de establecimientos de las principales empresas, enero 2020-septiembre 2021.

Tabla 50. Inversión en acciones de marketing de algunas de las principales empresas, 2020.

Tabla 51. Medios publicitarios empleados por algunas de las principales empresas, 2020.

Tabla 52. Otras acciones de marketing realizadas por algunas de las principales empresas, 2020-2021.

2.4. Cuotas y resultados

Tabla 53. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 54. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2018-2020.

Tabla 55. Evolución de la facturación media por establecimiento de las principales empresas, 2019-2020.

Tabla 56. Cuotas de mercado de las principales empresas en el mercado ibérico, 2019-2020.

Tabla 57. Cuotas de mercado de las principales empresas en España, 2019-2020.

Tabla 58. Cuotas de mercado de las principales empresas en Portugal, 2019-2020.

Tabla 59. Cuotas de las principales empresas sobre el número total de establecimientos en el mercado ibérico, 2020-septiembre 2021.

Tabla 60. Cuotas de las principales empresas sobre el número total de establecimientos en España, 2020-septiembre 2021.

Tabla 61. Cuotas de las principales empresas sobre el número total de establecimientos en Portugal, 2020-septiembre 2021.

Tabla 62. Cuotas de las principales empresas sobre la superficie total de venta en el mercado ibérico, septiembre 2021.

Tabla 63. Cuotas de las principales empresas sobre la superficie total de venta en España, septiembre 2021.

Tabla 64. Cuotas de las principales empresas sobre la superficie total de venta en Portugal, septiembre 2021.

Tabla 65. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas españolas 2018-2020.

Tabla 66. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas portuguesas 2018-2020.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 67. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2021.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 68. Previsión de variación de la facturación, 2021-2023.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 69. Aperturas de establecimientos previstas por algunas de las principales empresas en 2021-2023.

Tabla 70. Otros proyectos de algunas de las principales empresas, septiembre 2021.

Tabla 71. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

4. Perfiles de los principales competidores