

Distribución de Confección (Mercado Ibérico)

(Septiembre 2023 – 7ª 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 **52 principales cadenas especializadas (28 en España y 24 en Portugal)** y las **6 primeras grandes superficies (3 en España y 3 en Portugal)** 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 en el conjunto del mercado ibérico

Empresas analizadas

Empresas españolas: Alcampo, Benetton, Bestseller, Bimba y Lola, C&A, Calzedonia, Carrefour, Celio, Desigual, El Corte Inglés, El Ganso, Encuentro, Grupo Adolfo Domínguez, Grupo Inditex, Grupo Inside, Grupo Mayoral, Grupo Sonae, H&M, Kiabi, Lacoste, Mango, New Yorker, Pepe Jeans, Primark, Punt Roma, Ralph Lauren, Scalpers, Sociedad Textil Lonia, Tendam, Uniqlo

Empresas portuguesas: Adolfo Domínguez, Auchan, Benetton, Bimba y Lola, C&A, Calzedonia, Desigual, El Corte Inglés, El Ganso, Grupo Inditex, Grupo Sonae, H&M, Inside, Kiabi, Lacoste, Mango, Mayoral, New Yorker, Pepe Jeans, Primark, Punt Roma, Ralph Lauren, Scalpers, Sociedade Têxtil Lonia, Tendam

Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2022		Las cadenas especializadas continúan ganando cuota de negocio
✓ Número de puntos de venta	54.228	El valor de las ventas minoristas de confección en el mercado ibérico se situó en 21.000 millones de euros en 2022, lo que supuso un aumento del 15,9% respecto al año anterior, en el que la variación fue del 26,7%.
– España	43.978	
– Portugal	10.250	Esta evolución se sustentó en el fuerte repunte de la actividad económica y la subida de los precios de venta que siguieron a la notable contracción del negocio experimentada en 2020 por motivo de la crisis sanitaria.
✓ Mercado (mill. euros)	21.000	
– España	17.150	El mercado español experimentó un crecimiento del 14,3% , alcanzando los 17.150 millones de euros, mientras que el negocio en Portugal se incrementó un 23,2% , hasta los 3.850 millones de euros.
– Portugal	3.850	
✓ Crecimiento del mercado (%)	+15,9	Las ventas de las cadenas especializadas registraron un aumento del 19,6% en 2022, ampliando su cuota de participación en el conjunto del mercado ibérico hasta el 63,9% del total.
– España	+14,3	
– Portugal	+23,2	La reducción de la capacidad adquisitiva de las familias, en un contexto de alta inflación y subida de los tipos de interés, permite anticipar una desaceleración del ritmo de crecimiento del valor del mercado de distribución de confección en España y Portugal a corto plazo.
✓ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	63,1	
– España	68,1	
– Portugal	50,1	

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La séptima edición del estudio **Sectores de DBK** “Distribución de Confección (Mercado Ibérico)” cuenta con una extensión de 186 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2022.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

Tablas 2. Evolución del consumo final de los hogares en la UE, 2004-2022. Previsión 2023-2024.

Tabla 3. Evolución del consumo final de los hogares en los países de la UE, 2019-2022. Previsión 2023-2024.

Tabla 4. Distribución del consumo de los hogares en la UE por categoría de bienes y servicios, 2021.

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, 2022.

Tabla 6. Número de puntos de venta de los grupos Inditex, H&M, Mango, Fast Retailing, Tendam, Primark y GAP por países/zonas geográficas, 2022.

Tabla 7. Distribución geográfica de las exportaciones e importaciones de prendas de vestir en el mundo, 2000 y 2021.

Tabla 8. Evolución de la superficie bruta alquilable total y nueva en Europa, 2008-2019.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 9. Número de puntos de venta y empleados de las empresas gestoras de establecimientos de distribución de confección, 2022.

Tabla 10. Evolución del número de puntos de venta en España y del número de empresas gestoras de establecimientos de distribución de confección en Portugal, 2006-2022.

Tabla 11. Distribución de los puntos de venta en España por comunidades autónomas, 2022.

Tabla 12. Distribución de las empresas gestoras de establecimientos de distribución de confección en Portugal por regiones, 2022.

Tabla 13. Evolución del volumen de empleo, 2006-2022.

Tabla 14. Distribución del número de puntos de venta de las principales cadenas en España por régimen de explotación, septiembre 2023.

Tablas 15-16. Evolución del número de hipermercados (total, España, Portugal) (2010-2021) y distribución geográfica (2021).

Tabla 17. Grado de concentración de la oferta, 2022.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tablas 18-19. Fuerzas competitivas relevantes y factores clave de éxito, 2023.

Tabla 20. Ventas globales de algunos de los principales operadores de venta online de moda, 2022.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 21. Evolución del mercado (total, España, Portugal), 2006-2022.

Tabla 22. Evolución del mercado por tipo de operador (total, España, Portugal), 2019-2022.

Tabla 23. Distribución del mercado por tipo de operador (total, España, Portugal), 2022.

Tabla 24. Distribución del mercado español por segmentos (mujer, hombre, niño), 2022.

1.5. La demanda

Tabla 25. Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2022. Previsión 2023-2024.

Tabla 26. Tasa de variación anual de los precios de prendas de vestir en España y Portugal, 2005-2023.

Tabla 27. Distribución del gasto de los hogares españoles en bienes y servicios por grupos de gasto, gasto medio por hogar y gasto medio por persona, 2022.

Tabla 28. Distribución del mercado español por comunidades autónomas, 2022.

Tabla 29. Distribución del mercado portugués por regiones, 2021.

Tabla 30. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable en España, 2009-2022.

Tabla 31. Evolución del número de compradores por internet en España, total y de ropa, zapatos o accesorios, 2020-2022.

Tabla 32. Características sociodemográficas del número de compradores por internet en España de ropa, zapatos o accesorios, 2020-2022.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tablas 33-34. Estructura media de costes y del balance en los mercados español y portugués, 2021. Tendencia 2022.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 35. Sociedades cabeceras de las cadenas de establecimientos de los principales grupos, septiembre 2023.

Tabla 36. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, 2021-septiembre 2023.

Tabla 37. Titularidad del capital de las principales empresas, 2022.

Tabla 38. Tipos de establecimientos gestionados por las principales empresas, septiembre 2023.

Tabla 39. Plantilla de las principales empresas, 2020-2022.

Tabla 40. Enseñas de las principales empresas, junio 2023.

Tabla 41. Distribución del número de puntos de venta de los principales grupos en el mercado ibérico por países, junio 2023.

Tablas 42-43. Evolución del número de puntos de venta de las principales empresas en España y Portugal, junio 2015-junio 2023.

Tablas 44-45. Distribución del número de puntos de venta en España y en Portugal de las principales empresas por régimen de explotación, junio 2023.

Tablas 46-47. Distribución del número de puntos de venta en España y Portugal de las principales empresas por comunidades autónomas y distritos, junio 2023.

2.2. Diversificación

Tablas 48-49. Facturación en el sector en España y Portugal (2022) y segmentos de actividad de las principales empresas (junio 2023).

2.3. Internacionalización

Tabla 50. Distribución del número de puntos de venta de las principales empresas de origen español y portugués por zonas geográficas, junio 2023.

Tabla 51. 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 2023.

Tabla 52. 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 2023.

Tabla 53. 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 2023.

Tabla 54. Facturación total en España y en el extranjero de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

Tablas 55-56. Evolución de la facturación de Grupo Inditex por zonas geográficas (2020-2022) y por enseñas (2020-2022).

2.4. Marketing mix

Tabla 57. Canales de distribución utilizados por las principales empresas por enseñas, junio 2023.

Tabla 58. Evolución de la facturación derivada de la venta online de algunas de las principales empresas, 2021-2022.

Tabla 59. Número de *corners* ubicados en El Corte Inglés de algunos de los principales grupos, junio 2023.

Tablas 60. Otras acciones de marketing y sociales desarrolladas por las diez principales empresas del mercado ibérico, 2022-septiembre de 2023.

2.5. Cuotas y resultados

Tabla 61. Evolución de la facturación en el sector en el mercado ibérico de los principales grupos, 2020-2022.

Tablas 62-63. Evolución de la facturación en el sector en España y Portugal de las principales empresas, 2020-2022.

Tablas 64-66. Cuotas de mercado de los principales grupos en el mercado ibérico y de las principales empresas en España y Portugal, 2020-2022.

Tablas 67-69. Cuotas de mercado de los principales grupos en el segmento de cadenas especializadas en el mercado ibérico, en España y Portugal, 2020-2022.

Tablas 70-72. Cuotas de número de puntos de venta de los principales grupos en el mercado ibérico, en España y Portugal, junio 2023.

Tabla 73. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2020-2022.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 74. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2023.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 75. Previsión de evolución del mercado, 2023-2024.

Tabla 76. Proyectos de algunas de las principales empresas, septiembre 2023.

4. Perfiles de los principales competidores