

Distribución de Óptica

(Junio 2024 – 26ª edición)

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 el sector en los próximos años
- ⇒ Los resultados de las **principales empresas** que operan en el mismo

Principales contenidos

- ⇒ **Evolución del mercado** por tipo de operador: ópticas **asociadas a grupos** de compra y ópticas **no asociadas a grupos** de compra; ópticas **integradas en cadenas** y ópticas **no integradas en cadenas**
- ⇒ Evolución del mercado por segmentos: **lentes oftálmicas, monturas, contactología, gafas de sol y otros**
- ⇒ **Estructura de la oferta**: número de establecimientos, distribución geográfica y en función de su integración en grupos de compra y cadenas
- ⇒ **Fuerzas competitivas** relevantes y **factores clave** de éxito
- ⇒ Número y localización de los **establecimientos** de los **principales grupos de compra y cadenas**
- ⇒ **Facturación** del conjunto de establecimientos de los principales grupos de compra y cadenas
- ⇒ **Cuotas de mercado**, totales y por tipo de operador, de los principales grupos de compra y cadenas
- ⇒ **Cuotas de número de establecimientos** de los principales grupos de compra y cadenas
- ⇒ **Resultado antes de impuestos** y su participación sobre los ingresos de los principales grupos de compra y cadenas
- ⇒ **Oportunidades y amenazas** a las que se enfrenta el sector
- ⇒ **Previsiones** de evolución del mercado

Empresas analizadas

El estudio recoge el posicionamiento y resultados de las 40 principales cadenas de ópticas y los 17 principales grupos de compra que operan en el sector:

Cadenas: +Visión, Alain Afflelou, Armand Optics, Centro Óptico Social, Cottet, Eroski Óptica, Gafas.es, General Óptica, Hawkers, Luxottica, Medical Óptica, Miller & Marc, Mr. People Ópticas, Muralla Óptica, Navarro Óptico, Óptica & Audiología Universitaria, Óptica 2000, Óptica Andorrana, Óptica Delgado, Óptica Herrera Cerpa, Óptica Milent, Óptica Óptima, Óptica Orotava, Óptica Principal, Óptica Roma, Óptica Salas, Óptica Val, Ópticas del Atlántico, Ópticas Florida, Ópticas Rodríguez, Ópticas San Gabino, Optimil, Roberto Martín, Soloptical, Ulloa Óptico, Vision Lent, Visionlab, vistaÓptica, Visual Óptica, Visualis

Grupos de compra: CECOP, CIONE, Eurovisión Ópticos, Farmaoptics, Federópticos, Innovavisión, Kimervisión, MiOptico, Multiópticas, Natural Optics, Óptica Orberá, Opticalia, Ópticas ClaraVisión, Optigrup, UGO, Vistalia, Zas Visión

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La vigesimosexta edición del estudio **Sectores** de DBK "Distribución de Óptica" cuenta con una extensión de 175 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2023.

1. Estructura y evolución del sector

1.1. Contexto internacional

- Tabla 2. Distribución del valor del mercado minorista mundial de productos ópticos por segmentos de producto y zonas geográficas, 2023.
- Tabla 3. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo Alain Afflelou, 2019-2023.
- Tabla 4. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo Fielmann, 2009-2023.
- Tabla 5. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo EssilorLuxottica, 2020-2023.
- Tabla 6. Distribución del número de establecimientos del grupo EssilorLuxottica por marcas, zonas geográficas y régimen de propiedad, 2023.
- Tabla 7. Evolución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos ópticos por áreas de negocio, 2021-2023.
- Tabla 8. Evolución de la facturación de algunos de los principales grupos fabricantes de productos ópticos por áreas geográficas, 2022-2023.
- Tabla 9. Evolución de la población con 65 o más años en los países de la UE, 2014-2023.
- Tabla 10. Evolución del gasto en consumo privado en los países de la UE, 2020-2022. Previsión 2023-2025.

1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 11. Distribución geográfica de los establecimientos, 2023.
- Tabla 12. Evolución del número de establecimientos en función de su integración en grupos de compra y cadenas, 2022-2023.
- Tabla 13. Grado de penetración en el mercado de las ópticas independientes, 2023.
- Tabla 14. Grado de concentración de la oferta, 2023.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tabla 15. Fuerzas competitivas relevantes, 2024.
- Tabla 16. Cuotas de mercado de las principales empresas fabricantes e importadores de productos ópticos, 2020-2021.
- Tabla 17. Factores clave de éxito, 2024.

1.4. Evolución de la actividad

- Tabla 18. Evolución del mercado total, 2002-2023.
- Tabla 19. Evolución del mercado por tipo de operador, 2021-2023.
- Tabla 20. Distribución del mercado por tipo de operador, 2021-2023.
- Tabla 21. Evolución del mercado por segmentos, 2020-2023.
- Tabla 22. Evolución del gasto per cápita en productos ópticos, 2006-2023.

1.5. La demanda

- Tabla 23. Evolución del consumo final de los hogares, 2006-2023. Previsión 2024-2026.
- Tabla 24. Evolución de la población de 65 o más años, 2006-2024.
- Tabla 25. Población de 65 años o más y de 85 años o más por comunidades autónomas, 2024.
- Tabla 26. Grado de utilización de elementos compensadores de la visión, 2020 y 2023.
- Tabla 27. Grado de utilización de elementos compensadores de la visión por edades, 2023.
- Tabla 28. Distribución de las ventas de lentes oftálmicas por tipos, 2023.
- Tabla 29. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2010-2023.
- Tabla 30. Distribución de los centros comerciales por comunidades autónomas, 2023.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

- Tabla 31. Estructura media de costes y del balance de los principales grupos de compra, 2022. Tendencia 2023.
- Tabla 32. Estructura media de costes y del balance de las principales cadenas, 2022. Tendencia 2023.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

- Tabla 33. Estructura de las principales cadenas, 2023.
- Tabla 34. Titularidad del capital de las principales cadenas, 2023.
- Tabla 35. Principales operaciones corporativas realizadas por algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2021-junio 2024.
- Tabla 36. Número de asociados y de establecimientos de los principales grupos de compra, 2022-2023.
- Tabla 37. Número medio de establecimientos por asociado de algunos de los principales grupos de compra, 2022-2023.
- Tabla 38. Superficie total y media por establecimiento de algunas de las principales cadenas, 2022-2023.
- Tabla 39. Plantilla de algunas de las principales cadenas, 2021-2023. Número medio de empleados por establecimiento, 2023.

2.2. Diversificación

- Tabla 40. Facturación en España de los principales grupos de compra y cadenas, 2022-2023.
- Tabla 41. Facturación media por establecimiento de los principales grupos de compra y cadenas, 2023.
- Tabla 42. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos de compra y cadenas por segmentos de producto, 2023.
- Tabla 43. Número de establecimientos en el extranjero de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2023.

2.3. Marketing mix

- Tabla 44. Evolución del número de establecimientos de los principales grupos de compra, 2022-2023.
- Tabla 45. Localización de los establecimientos de los principales grupos de compra, 2023.
- Tabla 46. Variación del número de establecimientos de los principales grupos de compra por comunidades autónomas, 2023/2022.
- Tabla 47. Nombres comerciales utilizados por las principales cadenas. Número y tipo de establecimientos, 2023.
- Tabla 48. Evolución del número de establecimientos de las principales cadenas, 2022-2023.
- Tabla 49. Localización de los establecimientos de las principales cadenas, 2023.
- Tabla 50. Variación del número de establecimientos de las principales cadenas por comunidades autónomas, 2023/2022.
- Tabla 51. Características de los servicios ofrecidos en el punto de venta por algunas de las principales cadenas, junio 2024.
- Tabla 52. Facilidades de pago ofrecidas por algunas de las principales cadenas en el punto de venta, junio 2024.
- Tabla 53. Principales proveedores de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, junio 2024.
- Tabla 54. Número de establecimientos propios y franquiciados de algunas de las principales cadenas, 2022-2023.
- Tabla 55. Condiciones de franquicia de algunas de las principales cadenas, junio 2024.
- Tabla 56. Disponibilidad de venta online de las principales cadenas, junio 2024.
- Tabla 57. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos de compra y cadenas por canal de venta, 2022-2023.
- Tabla 58. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos de compra y cadenas por zonas geográficas, 2023.
- Tabla 59. Medios publicitarios empleados por algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2023.
- Tabla 60. Otras acciones de marketing empleadas por algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2023-junio 2024.
- Tabla 61. Inversión en acciones de marketing realizada por algunos de los principales grupos de compra y cadenas.

2.4. Cuotas

Tabla 62. Evolución de la facturación total de los principales grupos de compra y cadenas, 2021-2023.

Tabla 63. Cuotas de los principales grupos de compra y cadenas en el mercado total, 2021-2023.

Tabla 64. Cuotas de mercado de los principales grupos de compra en el mercado total, 2021-2023.

Tabla 65. Cuotas de mercado de las principales cadenas en el mercado total, 2021-2023.

Tabla 66. Cuotas de número de establecimientos de los principales grupos de compra y cadenas en el mercado total, 2022-2023.

Tablas 67-70. Número de establecimientos de los principales grupos de compra y cadenas en Andalucía, Cataluña, Madrid y Comunidad Valenciana, 2023.

Tabla 71. Indicadores de rentabilidad de las sociedades cabeceras de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2021-2022.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 72. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2024.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 73. Previsión de evolución del mercado por tipo de operador, 2024-2025.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 74. Proyectos de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, junio 2024.

Tabla 75. Previsión de variación de la facturación total de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2024-2025.

4. Perfiles de los principales competidores