

Distribución de Óptica

(Junio 2025 – 27ª 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
- ⇒ Análisis del **riesgo comercial** del sector
- ⇒ **Fecha de constitución y accionistas** de los **principales grupos de compra y cadenas**
- ⇒ 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
- ⇒ Número e importe global de los **contratos públicos adjudicados** a los **principales grupos de compra y cadenas** en los últimos años. **Detalle** de los más recientes
- ⇒ **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, Gafas.es, General Óptica, Hawkers, Luxottica, Medical Óptica, Miller & Marc, Mr. People Ópticas, Muralla Óptica, NavÓptica, 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 vigesimoséptima edición del estudio **Sectores** de DBK "Distribución de Óptica" cuenta con una extensión de 192 páginas y su estructura es la siguiente:

Identificación y segmentación del sector

Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2024.

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, 2024.
- Tablas 3-4. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo Alain Afflelou (2019-2024) y del grupo Fielmann (2009-2024).
- Tabla 5. Evolución de la facturación y del número de establecimientos del grupo EssilorLuxottica, 2020-2024.
- Tabla 6. Distribución del número de establecimientos del grupo EssilorLuxottica por marcas, zonas geográficas y régimen de propiedad, 2024.
- Tablas 7-8. Evolución de la fact. de algunos de los ppal. grupos fabricantes de productos ópticos por áreas de negocio y áreas geográficas, 2022-2024.
- Tabla 9. Evolución de la población con 65 o más años en los países de la UE, 2015-2024.
- Tabla 10. Evolución del gasto en consumo privado en los países de la UE, 2021-2023. Previsión 2024-2026.

1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 11. Distribución geográfica de los establecimientos, 2024.
- Tabla 12. Distribución del número de establecimientos en función de su integración en grupos de compra y cadenas, 2024.
- Tabla 13. Grado de penetración en el mercado de las ópticas independientes, 2024.
- Tabla 14. Grado de concentración de la oferta, 2024.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tabla 15. Fuerzas competitivas relevantes, 2025.
- Tabla 16. Cuotas de mercado de las principales empresas fabricantes e importadores de productos ópticos, 2022-2023.
- Tabla 17. Factores clave de éxito, 2025.

1.4. Evolución de la actividad

- Tablas 18-19. Evolución del mercado total (2002-2024) y por tipo de operador (2022-2024).
- Tabla 20. Distribución del mercado por tipo de operador, 2022-2024.
- Tabla 21. Evolución del mercado por segmentos, 2021-2024.
- Tabla 22. Evolución del gasto per cápita en productos ópticos, 2006-2024.

1.5. La demanda

- Tabla 23. Evolución del consumo final de los hogares, 2007-2024. Previsión 2025-2027.
- Tablas 24-25. Evolución de la población de 65 o más años (2006-2025). Población de 65 años o más y de 85 años o más por ccaa. (2025).
- Tablas 26-27. Grado de utilización de elementos compensadores de la visión tota (2020 y 2023) y por edades (2023).
- Tabla 28. Distribución de las ventas de lentes oftálmicas por tipos, 2023 y 2024.
- Tabla 29. Evolución de la miopía en la población adolescente, 2017 y 2022.
- Tabla 30. Distribución de las compras de productos ópticos por tipo de producto, 2024.
- Tablas 31-32. Evolución del nº de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2010-2023. Distribución de los centros com. por ccaa, 2023.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

- Tabla 33. Estructura media de costes y del balance de los principales grupos de compra, 2023. Tendencia 2024.
- Tabla 34. Estructura media de costes y del balance de las principales cadenas, 2023. Tendencia 2024.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

- Tabla 35. Estructura de las principales cadenas, 2024.
- Tabla 36. Titularidad del capital de las principales cadenas, 2024.
- Tabla 37. Principales operaciones corporativas realizadas por algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2022-junio 2025.
- Tablas 38-39. Nº de asociados y de establecimientos y nº medio de establecimiento por asociado de los ppal. grupos de compra, 2023-2024.
- Tabla 40. Superficie total y media por establecimiento de algunas de las principales cadenas, 2023-2024.
- Tabla 41. Plantilla de algunas de las principales cadenas, 2022-2024. Número medio de empleados por establecimiento, 2024.

2.2. Diversificación

- Tabla 42. Facturación en España de los principales grupos de compra y cadenas, 2023-2024.
- Tabla 43. Facturación media por establecimiento de los principales grupos de compra y cadenas, 2024.
- Tabla 44. Distribución de la facturación de algunos de los principales grupos de compra y cadenas por segmentos de producto, 2024.
- Tabla 45. Número de establecimientos en el extranjero de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2024.

2.3. Marketing mix

- Tablas 46-47. Evolución del número de establecimientos (2023-2024) y su localización (2024) de los principales grupos de compra,
- Tabla 48. Variación del número de establecimientos de los principales grupos de compra por comunidades autónomas, 2024/2023.
- Tabla 49. Nombres comerciales utilizados por las principales cadenas. Número y tipo de establecimientos, 2024.
- Tablas 50-51. Evolución del número de establecimientos (2023-2024) y su localización (2024) de las principales cadenas.
- Tabla 52. Variación del número de establecimientos de las principales cadenas por comunidades autónomas, 2024/2023.
- Tablas 53-54. Características de los servicios y facilidades de pago ofrecidas en el punto de venta por algunas de las ppal. cadenas, junio 2025.
- Tabla 55. Principales proveedores de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, junio 2025.
- Tablas 56-57. Nº de establecimientos propios y franquiciados (2023-2024) y condiciones de franquicia (jun. 2025) de algunas de las ppal. cadenas.
- Tabla 58. Disponibilidad de venta online de las principales cadenas, junio 2025.
- Tablas 59-60. Distrib. de la fact. de algunos de los ppal. grupos de compra y cadenas por canal de venta (2023-2024) y zonas geográficas (2024).
- Tabla 61. Evolución del gasto en concepto de servicios de publicidad de algunos de los ppal. grupos de compra y cadenas, 2021-2023.
- Tabla 62. Gasto en concepto de servicios de publicidad sobre ventas de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2023.
- Tablas 63-64. Medios public. (2024) y otras acciones de marketing (2024-junio 2025) empleados por algunos de los ppal. grupos de compra y cadenas.
- Tabla 65. Número e importe global de los contratos públicos adjudicados a algunos de los principales grupos de compra y cadenas en los últimos cinco años (según la fecha de publicación).
- Tabla 66. Importe medio de los contratos públicos adjudicados a algunos de los principales grupos de compra y cadenas en los últimos cinco años (según la fecha de publicación).
- Tabla 67. Detalle de los cinco contratos públicos adjudicados de mayor importe a algunos de los principales grupos de compra y cadenas en los últimos dos años (según la fecha de publicación).

2.5. Cuotas

- Tabla 68. Evolución de la facturación total de los principales grupos de compra y cadenas, 2022-2024.
- Tabla 69. Cuotas de mercado de los principales grupos de compra y cadenas en el mercado total, 2022-2024.
- Tabla 70. Cuotas de mercado de los principales grupos de compra en el mercado total, 2022-2024.
- Tabla 71. Cuotas de mercado de las principales cadenas en el mercado total, 2022-2024.
- Tabla 72. Cuotas de número de establecimientos de los principales grupos de compra y cadenas en el mercado total, 2023-2024.
- Tablas 73-76. Nº de establecimientos de los ppal. grupos de compra y cadenas en Andalucía, Cataluña, Madrid y Comunidad Valenciana, 2024.
- Tabla 77. Indicadores de rentabilidad de las sociedades cabeceras de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2022-2023.

2.6. Riesgo comercial

- Tabla 78. Fecha de constitución y antigüedad de los principales grupos de compra y cadenas.
- Tabla 79. Período medio de pago a proveedores de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2021-2023.
- Tabla 80. Distribución de las principales empresas según el Score de cese de INFORMA y su calificación del riesgo de cese. Comparativa con la distribución del conjunto de empresas españolas, junio 2025.
- Tabla 81. Distribución de las principales empresas según el Score de liquidez de INFORMA y su riesgo de retraso en los pagos. Comparativa con la distribución del conjunto de empresas españolas, junio 2025.
- Tablas 82-83. Matriz de riesgo comercial de los principales grupos de compra y cadenas, junio 2025.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

- Tabla 84. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2025.

3.2. Previsiones de crecimiento

- Tabla 85. Previsión de evolución del mercado por tipo de operador, 2025-2026.

3.3. Proyectos y previsiones de empresas

- Tabla 86. Proyectos de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, junio 2025.
- Tabla 87. Previsión de variación de la facturación total de algunos de los principales grupos de compra y cadenas, 2025-2026.

4. Perfiles de los principales competidores