

Distribución de Joyería y Relojería

(Diciembre 2025 – 13ª 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 minorista** de joyería y relojería **por tipo de establecimiento**: comercios independientes, cadenas especializadas, grandes superficies, otros
- ⇒ Distribución del mercado **por segmentos de producto**: joyería y bisutería, relojería, otros
- ⇒ **Estructura de la oferta**
- ⇒ Análisis del **riesgo comercial** del sector
- ⇒ **Fecha de constitución** y número de **puntos de venta propios y franquiciados** de las **principales empresas**
- ⇒ Localización de los **puntos de venta en España** de las principales empresas
- ⇒ Evolución de la **facturación** de los puntos de venta de las principales empresas
- ⇒ Distribución de la facturación de los puntos de venta de algunas de las principales empresas **por segmentos de producto y zonas geográficas**
- ⇒ **Facturación** y localización de los **puntos de venta en el extranjero** de las principales empresas
- ⇒ **Cuotas de mercado** de las principales empresas
- ⇒ **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

Empresas analizadas

El estudio recoge el posicionamiento y resultados de 56 de las principales empresas del sector:

Agatha Paris, Apodemia, Aristocrazy, Bannatyne, Bulgari, Chopard, El Corte Inglés, El Cronómetro, Geneve Company, Grassy, Grupo Aresso-Siglo XXI, Grupo Calvo, Grupo Chocrón, Grupo Durán, Grupo Fina García, Grupo Gómez y Molina, Grupo Ideal Joyeros, Grupo Jael Joyería, Grupo Joya & Diseño, Grupo Luxenter, Grupo Oro Vivo, Grupo Pagoda, Grupo Perodri, Grupo Rabat, Grupo Relojería Alemana, Grupo Roselin, Grupo Tous, Grupo Unión Suiza, Grupo Yanes, Jolfer Tiendas de Oro, José Luis Joyerías, Joya 36, Joyería Grau, Joyería Marcos, Joyería Santos, Joyería-Relojería Olazabal, LVMH Relojería, Majorica, Miguel Muñoz Joyeros, Montblanc, Nicol's, Pandora, Quera, Richemont, Roberto Joyero, Saphir, Suárez, Swarovski, Swatch, Tenerife Perla, Thomas Sabo, Tiffany, Time Road, Uno de 50, Vidal&Vidal, Wempe

ÍNDICE DE CONTENIDOS

La decimotercera edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Joyería y Relojería” cuenta con una extensión de 166 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. Evolución del mercado mundial de relojes y joyería de lujo, 2017-2024.

Tabla 3. Principales países exportadores de relojes, 2024.

Tabla 4. Principales países importadores de relojes, 2024.

Tabla 5. Distribución de las exportaciones de relojes de Suiza por zonas geográficas, 2023 y 2024.

Tabla 6. Evolución de las exportaciones de relojes de pulsera de Suiza, 2017-2024.

Tabla 7. Valor de la producción vendida de artículos de joyería en algunos países de Europa, 2024.

1.2. Estructura de la oferta

Tabla 8. Distribución del número de puntos de venta en función del grado de integración en cadenas, 2024.

Tabla 9. Grado de concentración de la oferta, 2024.

1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

Tabla 10. Fuerzas competitivas relevantes, 2025.

Tabla 11. Factores clave de éxito, 2025.

1.4. Evolución de la actividad

Tabla 12. Evolución del mercado, 2005-2024.

Tabla 13. Evolución del mercado por tipo de operador, 2022-2024.

Tabla 14. Distribución del mercado por segmentos de producto, 2024.

Tabla 15. Evolución del comercio electrónico de artículos de joyería y relojería, 2014-2024.

Tabla 16. Evolución de las importaciones españolas de joyería, bisutería y relojería, 2005-2024.

Tabla 17. Distribución de las importaciones españolas de joyería, bisutería y relojería por países de origen, 2023-2024.

1.5. La demanda

Tabla 18. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2009-2024. Previsión 2025-2027.

Tabla 19. Evolución de la entrada de turistas extranjeros y de los ingresos por turismo, 2005-2024.

Tabla 20. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2010-2024.

Tabla 21. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2023.

Tabla 22. Evolución del número de visitantes a los centros comerciales, 2010-2024.

1.6. Costes, rentabilidad y financiación

Tabla 23. Estructura media de costes y del balance, 2024. Tendencia 2025.

Tabla 24. Evolución del precio del oro, 2006-noviembre 2025.

Tabla 25. Evolución del precio de la plata, 2006-noviembre 2025.

Tabla 26. Evolución del precio del platino, 2006-noviembre 2025.

2. Principales competidores

2.1. Accionistas y recursos

Tabla 27. Sociedad gestora de las cadenas de puntos de venta de las principales empresas, diciembre 2025.

Tabla 28. Principales operaciones realizadas por algunas de las principales empresas, 2023-diciembre 2025.

Tabla 29. Titularidad del capital de las principales empresas, 2024.

Tabla 30. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2021-2024.

Tabla 31. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, noviembre 2025.

Tabla 32. Distribución geográfica de los puntos de venta en España de las principales empresas, noviembre 2025.

Tabla 33. Aperturas y cierres de puntos de venta en España de algunas de las principales empresas, noviembre 2024-noviembre 2025.

Tabla 34. Número de *corners* ubicados en los grandes almacenes El Corte Inglés de algunas de las principales empresas, noviembre 2025.

Tabla 35. Distribución geográfica de los *corners* ubicados en los grandes almacenes El Corte Inglés de algunas de las principales empresas, noviembre 2025.

2.2. Diversificación

Tabla 36. Facturación de las principales empresas por áreas geográficas, 2022-2024.

Tabla 37. Distribución de la facturación de las principales empresas por áreas geográficas, 2023-2024.

Tabla 38. Segmentos de producto en los que están presentes las principales empresas, 2024.

Tabla 39. Distribución de la facturación en el segmento de joyería y bisutería de algunas de las principales empresas por líneas de producto, 2024.

Tabla 40. Porcentaje de penetración de las ventas online sobre la facturación en España de algunas de las principales empresas, 2024.

Tabla 41. Sociedades participadas en España por algunas de las principales empresas, 2024.

2.3. Internacionalización

Tabla 42. Evolución de la facturación en el extranjero de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 43. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de algunas de las principales empresas, diciembre 2025.

Tabla 44. Sociedades participadas en el extranjero por algunas de las principales empresas, 2024.

2.4. Marketing mix

Tabla 45. Principales marcas comercializadas por las principales empresas, diciembre 2025.

Tabla 46. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por comunidades autónomas, 2024.

Tabla 47. Evolución del gasto en concepto de servicios de publicidad de algunas de las principales empresas, 2021-2023.

Tabla 48. Gasto en concepto de servicios de publicidad sobre ventas de algunas de las principales empresas, 2023.

Tabla 49. Acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2023-diciembre 2025.

2.5. Cuotas y resultados

Tabla 50. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 51. Evolución de la facturación en España de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 52. Evolución de la facturación en el extranjero de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 53. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2022-2024.

Tabla 54. Número total de puntos de venta en España de las principales empresas, noviembre 2025.

Tabla 55. Número de puntos de venta de las principales empresas en Madrid, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Canarias, Galicia, Castilla y León y País Vasco, noviembre 2025.

Tabla 56. Indicadores de rentabilidad de las principales empresas, 2022-2024.

2.6. Riesgo comercial

Tabla 57. Fecha de constitución y antigüedad de las principales empresas.

Tabla 58. Período medio de pago a proveedores de las principales empresas, 2021-2024.

Tabla 59. 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, diciembre 2025.

Tabla 60. 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, diciembre 2025.

Tabla 61. Matriz de riesgo comercial de las principales empresas, diciembre 2025.

3. Perspectivas

3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 62. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2025.

3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 63. Previsión de evolución del mercado por tipo de operador, 2025-2026.

3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 64. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas, diciembre 2025.

Tabla 65. Previsión de variación de la facturación en España de algunas de las principales empresas, 2025-2027.

4. Perfiles de los principales competidores