

# Comercio de Muebles

(Julio 2022 – 25ª 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 en los próximos años, y el análisis del marketing mix de los operadores más destacados. El estudio recoge, asimismo, el posicionamiento y resultados de **47 de las principales empresas** que operan en el sector.

## Principales contenidos *(ver índice detallado al dorso)*

- ⇒ **Estructura de la oferta:** distribución de las empresas por zonas y tamaños, concentración
- ⇒ **Evolución del mercado** en valor, total y por segmentos de actividad
- ⇒ **Cuotas** de la distribución especializada y no especializada
- ⇒ Evolución del **número de puntos de venta** de las **principales empresas**
- ⇒ Distribución de los puntos de venta de las principales empresas por **zonas y por régimen de explotación**
- ⇒ **Facturación total y en el sector** de las principales empresas
- ⇒ Distribución de la facturación de las principales empresas por **segmentos de actividad**
- ⇒ **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

A Loja do Gato Preto	Cocinas Puntocom	Grupo VPA 21	Maisons du Monde
Ahorro Total	Conforama	Habitat	Merkamueble
Alcampo	El Corte Inglés	HOME	Mobalpa
Banak	Eroski	Ikea	Mubak
BoConcept	Europa Muebles	Intermobil	Muebles Boom
Brico Dépôt	Grupo ACEM	Julià Grup	Muebles1click
Camino a Casa	Grupo Millán	JYSK	Natuzzi
Carrefour	Grupo Moblerone	Kenay Home	OKsofás
Casa Piocheur	Grupo Muebles La Fábrica	Kibuc	Roche Bobois
Centro Hogar Sánchez	Grupo Muebles Rey	La Oca	Sarton Canarias
Círculo Muebles	Grupo Muebles Sarria	Leroy Merlin	Schmidt
	Grupo Ventura	MacMobles	TPC Cocinas

## Principales magnitudes del sector

Datos de síntesis, 2021		El sector recuperó el nivel de ventas prepandemia en 2021
✓ Mercado (mill. euros)	3.350	Tras el fuerte descenso registrado en 2020 como consecuencia del escenario de crisis sanitaria, la <b>facturación del comercio minorista de muebles</b> experimentó un <b>repunte significativo en 2021</b> . Así, el valor total del mercado alcanzó los <b>3.350 millones</b> de euros, un <b>18% más</b> que en el año anterior.
– Mueble de hogar	2.395	Se registraron aumentos de dos dígitos en las ventas de todas las familias de producto. El segmento de <b>mueble de hogar</b> concentró la mayor parte del negocio, un <b>71,5% del total (2.395 millones)</b> de euros, registrando un <b>aumento del 18%</b> entre 2020 y 2021. Por su parte, el segmento de <b>mueble de cocina</b> aportó el <b>16,1% del negocio</b> , correspondiendo al <b>mueble de oficina</b> un <b>peso del 8,1%</b> .
– Mueble de cocina	539	
– Mueble de oficina	271	
– Otros muebles	145	
✓ Crecimiento valor del mercado		La <b>penetración</b> en el mercado del <b>canal online</b> se ha <b>ampliado significativamente</b> en los últimos años. Así, las <b>ventas por internet</b> de muebles, iluminación y artículos para el hogar prácticamente se han <b>triplicado</b> desde 2018.
– % var. 2020/2019	-15,7	
– % var. 2021/2020	+18,0	
✓ Cuota de mercado de las cinco primeras empresas (%)	54,7	Una vez recuperado el nivel prepandemia, se espera un <b>aumento adicional</b> del <b>volumen de negocio sectorial en 2022</b> , apoyado en buena medida en la tendencia al alza de los precios.
✓ Cuota de mercado de las diez primeras empresas (%)	71,3	

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La vigesimoquinta edición del estudio **Sectores** de DBK “Comercio de Muebles” cuenta con una extensión de 159 páginas y su estructura es la siguiente:

### Identificación y segmentación del sector

#### Principales conclusiones

Tabla 1. Datos de síntesis, 2021.

#### 1. Estructura y evolución del sector

##### 1.1. Contexto internacional

- Tabla 2. Distribución del valor del mercado de muebles en el mundo por áreas geográficas, 2020.
- Tabla 3. Distribución del valor de la producción de muebles en el mundo por áreas geográficas, 2020.
- Tabla 4. Producción de muebles de hogar en la Unión Europea por países, 2018-2020.
- Tabla 5. Distribución del valor de las importaciones de muebles de madera realizadas por la Unión Europea por áreas de origen, 2020.
- Tabla 6. Facturación, número de empleados y número de puntos de venta de algunas de las principales empresas del sector a escala europea, 2018-2021.
- Tabla 7. Distribución de los puntos de venta de Ikea en el mundo por zonas, junio 2022.
- Tabla 8. Evolución del número de tiendas inauguradas por Ikea en el mundo, 2016-2021.

##### 1.2. Estructura de la oferta

- Tabla 9. Distribución geográfica de las empresas, julio 2022.
- Tabla 10. Número de cadenas especializadas con más de diez, veinticinco y cincuenta puntos de venta, junio 2021.
- Tablas 11-12. Evolución (2004-2021) y distribución geográfica del número de hipermercados (2020).
- Tabla 13. Evolución del número de puntos de venta especializados en artículos de bricolaje, 2012-septiembre 2021.
- Tabla 14. Distribución geográfica de los puntos de venta especializados en artículos de bricolaje, septiembre 2021.
- Tabla 15. Distribución de los puntos de venta especializados en artículos de bricolaje por superficie de venta, septiembre 2021.
- Tabla 16. Grado de concentración de la oferta, 2021.

##### 1.3. Fuerzas competitivas y factores clave de éxito

- Tabla 17. Fuerzas competitivas relevantes, 2022.
- Tabla 18. Factores clave de éxito, 2022.

##### 1.4. Evolución de la actividad

- Tabla 19. Evolución del mercado, 2003-2021.
- Tabla 20. Evolución del mercado por segmentos de actividad, 2014-2021.
- Tabla 21. Distribución del mercado de mueble de hogar por tipo de mobiliario, 2021.
- Tabla 22. Cuotas de mercado de la distribución especializada y no especializada, 2021.
- Tabla 23. Evolución del comercio electrónico de muebles, 2014-2021.
- Tablas 24-25. Evolución de las importaciones de mueble de hogar y de su participación sobre el mercado de mueble de hogar (2003-2021) y distribución por países de origen (2020-2021).

##### 1.5. La demanda

- Tabla 26. Evolución del consumo final de los hogares, 2005-2021. Previsión 2022-2024.
- Tabla 27. Evolución del número de ocupados y de parados, 2009-primer trimestre 2022.
- Tabla 28. Distribución del gasto de los hogares en bienes y servicios por grupos de gasto, gasto medio por hogar y variación anual, 2021.
- Tabla 29. Evolución del número de viviendas iniciadas y terminadas, 2001-2021.
- Tabla 30. Evolución del número de viviendas terminadas por comunidades autónomas, 2018-2021.
- Tabla 31. Evolución del número de transacciones de viviendas, 2013-2021.
- Tabla 32. Evolución del número de transacciones de viviendas por comunidades autónomas, 2019-2021.
- Tablas 33-34. Evolución del parque de viviendas (2003-2021) y distribución por provincias (2021).
- Tabla 35. Evolución del tipo de interés de referencia del mercado hipotecario, 1996-junio 2022.
- Tabla 36. Evolución del esfuerzo trimestral para la adquisición de viviendas, 2011-marzo 2022.
- Tabla 37. Evolución de la contratación de oficinas en Madrid y Barcelona, 2004-2021.
- Tabla 38. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable media por centro, 2008-2021.

##### 1.6. Costes, rentabilidad y financiación

- Tabla 39. Estructura media de costes y del balance, 2020. Tendencia 2021.

## 2. Principales competidores

### 2.1. Accionistas y recursos

- Tabla 40. Titularidad del capital de las principales empresas, 2021.
- Tabla 41. Tipología de empresa y plantilla de las principales empresas, 2019-2020.
- Tabla 42. Plantilla de algunas de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 43. Sociedades gestoras de tiendas propias, franquicias y centrales de compras de las principales empresas, junio 2022.

### 2.2. Diversificación

- Tabla 44. Facturación total y facturación en el sector de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 45. Facturación y actividad fuera del sector de las principales empresas, 2021.
- Tabla 46. Distribución de la facturación de las principales empresas especializadas por segmentos de actividad (muebles, otros artículos para el hogar), 2021.
- Tablas 47-48. Distribución de la facturación de las principales empresas por tipo de mueble y por tipo de mueble de hogar, 2021.
- Tabla 49. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por venta de complementos y objetos de decoración por tipos, 2021.
- Tabla 50. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por zonas geográficas, 2021.

### 2.3. Marketing mix

- Tabla 51. Nombres comerciales de los puntos de venta de las principales empresas, junio 2022.
- Tabla 52. Evolución del número de puntos de venta en España de las principales empresas, junio 2020-junio 2022.
- Tablas 53-54. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por zonas geográficas, junio 2021-junio 2022.
- Tabla 55. Variación del número de puntos de venta en España de las principales empresas por zonas geográficas, junio 2022/junio 2021.
- Tablas 56-57. Número y localización del número de puntos de venta en España inaugurados y clausurados entre junio de 2021 y junio de 2022 por las principales empresas.
- Tabla 58. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de las principales empresas, junio 2022.
- Tabla 59. Superficie total y superficie media por punto de venta de algunas de las principales empresas.
- Tabla 60. Número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, junio 2020-junio 2022.
- Tabla 61. Canales de distribución utilizados por las principales empresas, junio 2022.
- Tabla 62. Condiciones de franquicia de algunas de las principales empresas, junio 2022.
- Tabla 63. Facilidades de financiación ofrecidas por algunas de las principales empresas, junio 2022.
- Tabla 64. Facturación derivada de la venta online de algunas de las principales empresas, 2020.
- Tablas 65-66. Medios publicitarios empleados y otras acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2021.

### 2.4. Cuotas y resultados

- Tabla 67. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2019-2021.
- Tabla 68. Evolución de la facturación en el sector de las principales empresas, 2019-2021.
- Tabla 69. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2020-2021.
- Tabla 70. Número de puntos de venta de las principales empresas especializadas, junio 2022.
- Tabla 71. Número de puntos de venta de las principales empresas especializadas en las principales comunidades autónomas, junio 2022.
- Tabla 72. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas gestoras de cadenas especializadas, 2019-2020.

## 3. Perspectivas

### 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

- Tabla 73. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

### 3.2. Previsiones de crecimiento

- Tabla 74. Previsión de evolución del mercado, 2022-2023.

### 3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

- Tabla 75. Proyectos de algunas de las principales empresas, julio 2022.
- Tabla 76. Previsión de variación de la facturación en el sector de algunas de las principales empresas, 2022-2023.

## 4. Perfiles de los principales competidores