



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
- ⇒ El posicionamiento y los resultados de las **40 principales cadenas** de ópticas y los **17 principales grupos de compra** 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

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