

# Distribución de Joyería y Relojería

(Diciembre 2022 – 11ª 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 **53 de las principales empresas** que operan en el sector.

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

- ⇒ 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**
- ⇒ 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

## Principales magnitudes del sector

### Datos de síntesis, 2021

➤ Número de puntos de venta	8.900
➤ Mercado (mill. euros)	1.500
– Cadenas especializadas	845
– Comercios independientes	320
– Otros	335
➤ Crecimiento del mercado (%)	+28,8
– Cadenas especializadas	+33,1
– Comercios independientes	+26,0
– Otros	+21,4
➤ Cuota de mercado conjunta de las cinco primeras empresas (%)	41,3
➤ Cuota de mercado conjunta de las diez primeras empresas (%)	54,9

### Recuperación de las ventas minoristas de joyería y relojería

Tras el **retroceso de más del 30%** registrado en **2020** por las ventas minoristas de **joyería y relojería**, en el ejercicio siguiente esta magnitud experimentó una evolución muy positiva, en un contexto de **recuperación del consumo privado** y de reactivación de la **actividad turística**. Así, el valor del mercado registró un **incremento del 28,8% en 2021**, hasta situarse en **1.500 millones** de euros.

Las **cadenas especializadas** concentraron el **56,3% del mercado** en 2021, con un valor de las ventas de **845 millones** de euros y un crecimiento del 33%. Por el contrario, **el peso** de los **comercios independientes** tiende a **disminuir**, pasando a suponer el 21,3% del total.

El sector se caracteriza por la presencia mayoritaria de operadores de **pequeño tamaño**, si bien en los últimos años se ha producido un **avance** en el proceso de **concentración de la oferta**. En 2021 los **cinco primeros operadores** reunieron una cuota de mercado conjunta del **41,3%**.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

La undécima edición del estudio **Sectores** de DBK “Distribución de Joyería y Relojería” cuenta con una extensión de 153 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. Evolución del mercado mundial de relojes y joyería de lujo, 2017-2021.

Tabla 3. Principales países exportadores de relojes, 2021.

Tabla 4. Principales países importadores de relojes, 2021.

Tabla 5. Distribución de las exportaciones de relojes de Suiza por zonas geográficas, 2019 y 2021.

Tabla 6. Evolución de las exportaciones de relojes de pulsera de Suiza, 2017-2021.

Tabla 7. Facturación de la industria manufacturera de joyería y artículos relacionados en algunos países de Europa, 2020.

##### 1.2. Estructura de la oferta

Tabla 8. Distribución del número de puntos de venta en función del grado de integración en cadenas, 2021.

Tabla 9. Grado de concentración de la oferta, 2021.

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

Tabla 10. Fuerzas competitivas relevantes, 2022.

Tabla 11. Factores clave de éxito, 2022

##### 1.4. Evolución de la actividad

Tabla 12. Evolución del mercado, 2005-2021.

Tabla 13. Evolución del mercado por tipo de operador, 2019-2021.

Tabla 14. Distribución del mercado por segmentos de producto, 2021.

Tabla 15. Evolución de las importaciones españolas de joyería, bisutería y relojería, 2005-2021.

Tabla 16. Distribución de las importaciones españolas de joyería, bisutería y relojería por países de origen, 2020-2021.

##### 1.5. La demanda

Tabla 17. Evolución del gasto en consumo final de los hogares, 2005-2021. Previsión 2022-2024.

Tabla 18. Evolución de la entrada de turistas extranjeros y de los ingresos por turismo, 2005-2021.

Tabla 19. Evolución del número de centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2008-2021.

Tabla 20. Distribución geográfica de los centros comerciales y de la superficie bruta alquilable, 2021.

Tabla 21. Evolución del número de visitantes a los centros comerciales, 2008-2021.

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

Tabla 22. Estructura media de costes y del balance, 2021. Tendencia 2022.

Tabla 23. Evolución del precio del oro, 2006-octubre 2022.

Tabla 24. Evolución del precio de la plata, 2006-octubre 2022.

Tabla 25. Evolución del precio del platino, 2006-octubre 2022.

#### 2. Principales competidores

##### 2.1. Accionistas y recursos

Tabla 26. Sociedad gestora de las cadenas de puntos de venta de las principales empresas, 2021.

Tabla 27. Principales operaciones corporativas realizadas por algunas de las principales empresas, octubre 2020-noviembre 2022.

Tabla 28. Titularidad del capital de las principales empresas, 2021.

Tabla 29. Actividad y plantilla de las principales empresas, 2018-2021.

Tabla 30. Distribución del número de puntos de venta en España de las principales empresas por régimen de explotación, noviembre 2022.

Tabla 31. Distribución geográfica de los puntos de venta en España de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 32. Aperturas y cierres de puntos de venta en España de algunas de las principales empresas, octubre 2020-noviembre 2022.

Tabla 33. Número de *corners* ubicados en los grandes almacenes El Corte Inglés de algunas de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 34. Distribución geográfica de los *corners* ubicados en los grandes almacenes El Corte Inglés de algunas de las principales empresas, noviembre 2022.

##### 2.2. Diversificación

Tabla 35. Facturación de las principales empresas por áreas geográficas (España, extranjero), 2019-2021.

Tabla 36. Distribución de la facturación de las principales empresas por áreas geográficas (España, extranjero), 2020-2021.

Tabla 37. Segmentos de producto en los que están presentes las principales empresas, 2021.

Tabla 38. Distribución de la facturación en el segmento de joyería y bisutería de algunas de las principales empresas por líneas de producto, 2021.

Tabla 39. Porcentaje de penetración de las ventas online sobre la facturación en España, 2021.

Tabla 40. Sociedades participadas en España por algunas de las principales empresas, 2021.

##### 2.3. Internacionalización

Tabla 41. Evolución de la facturación en el extranjero de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 42. Número y localización de los puntos de venta en el extranjero de algunas de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 43. Sociedades participadas en el extranjero por algunas de las principales empresas, 2021.

##### 2.4. Marketing mix

Tabla 44. Principales marcas comercializadas por algunas de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 45. Distribución de la facturación de algunas de las principales empresas por comunidades autónomas, 2021.

Tabla 46. Acciones de marketing desarrolladas por algunas de las principales empresas, 2020-noviembre 2022.

##### 2.5. Cuotas y resultados

Tabla 47. Evolución de la facturación total de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 48. Evolución de la facturación en España de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 49. Evolución de la facturación en el extranjero de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 50. Cuotas de mercado de las principales empresas, 2019-2021.

Tabla 51. Número total de puntos de venta en España de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 52. Número de puntos de venta de las principales empresas en Madrid, Cataluña, Andalucía, Comunidad Valenciana, Canarias, Galicia, Castilla y León y País Vasco, noviembre 2022.

Tabla 53. Indicadores de rentabilidad de algunas de las principales empresas, 2019-2021.

#### 3. Perspectivas

##### 3.1. Amenazas, oportunidades y tendencias

Tabla 54. Amenazas, oportunidades y tendencias, 2022.

##### 3.2. Previsiones de crecimiento

Tabla 55. Previsión de evolución del mercado por tipo de operador, 2022-2023.

##### 3.3. Proyectos y previsiones de las empresas

Tabla 56. Proyectos de inversión de algunas de las principales empresas, noviembre 2022.

Tabla 57. Previsión de variación de la facturación en España de algunas de las principales empresas, 2022-2024.

#### 4. Perfiles de los principales competidores