El sector textil también sufre

El sector textil redujo en 9,5% su facturación y en un 7,7% en volumen sus ventas durante el 2012, debido, según los expertos, a la fuerte caída del consumo por el aumento del IVA y el paro

24 millones

de consumidores compraron prendas de ropa en establecimientos de cadenas en el 2012

41%

del volumen de moda se adquiere en cadenas

35%

de la facturación del comercio textil en cadenas

465 €

gasto medio por consumidor, que adquiere 36 prendas al año

Las cadenas de moda duplican su cuota y ya copan el 41% del mercado

Mango y H&M siguen la estela de Inditex y crean marcas en nuevos segmentos

AINTZANE GASTESI
Barcelona

Las cadenas de moda siguen ganando cuota de mercado a pesar de la crisis en un imparable ascenso que ha más que duplicado su parte del pastel. Si en el 2003 las cadenas tenían una cuota de mercado en volumen del 18,6%, en el 2012 ésta alcanzó un 41%. El formato más penalizado por la crisis y por el avance de las cadenas es el comercio independiente, que resiste con un 17,7% del pastel (por 18,7% en el 2011), mientras los mercados incrementan levemente su cuota hasta el 14,2% y los hipermercados y supermercados venden el 12,5% de la moda, según el informe anual realizado por la consultora Kantar Worldpanel. Solamente Zara, según explicó esta semana su presidente, Pablo Isla, tiene una

cuota de mercado del 6% y todas las enseñas de Inditex venden el 12% del textil y complementos en España.

Los resultados de Inditex evidenciaron la crisis del consumo en España, donde las ventas del grupo gallego cayeron un 5% y só-

ESTRATEGIA

La mayoría de las cadenas se dirigen al mismo consumidor de entre 25 y 44 años

COMPETENCIA

Los expertos creen que todas las marcas se parecen y por eso prueban nuevas líneas

lo representan el 21% del total de los ingresos de la compañía. Y, aunque Pablo Isla aseguró que Inditex no abrirá más tiendas en España este año, el grupo continúa con su plan de reubicaciones y transformaciones que le permiten mejorar la localización de sus tiendas.

A pesar de la atonía del mercado español, las grandes cadenas siguen creciendo. No solamente en metros y número de establecimientos, sino también con el lanzamiento de nuevas líneas de producto y nuevos formatos. La firma catalana Mango abrirá 13 tiendas durante este año 2013 y empezará a implantar sus nuevas líneas de producto, siguiendo la línea de segmentación de mercado que ha impulsado al grupo Inditex al liderazgo mundial del sector. La marca propiedad de Isak Andic acaba de inaugurar un

EL DATO

13 euros de gasto medio por prenda

■ El informe de Kantar revela que cada ciudadano gastó 465 euros en prendas de vestir, un 5,4% menos que el año pasado. Asimismo, se ha reducido el número de prendas de 37 a 36 anuales. De la combinación de ambas cifras se extrae que el precio medio de la prenda ronda los 13 euros y que se corresponde con el perfil de compra *low cost* y las continuas promociones de las tiendas que han proliferado con la crisis.

gran establecimiento en el paseo de Gracia de Barcelona con más de 1.500 metros cuadrados de superficie en el que se concentrarán todas las líneas del grupo, incluidas las nuevas marcas del grupo catalán: Kids y Sport & Intimates y Young. "La línea infantil y la deportiva se integrarán en las tiendas Mango, pero la línea Young tendrá una expansión en tiendas propias, como se hace con Mango Touch y HE by Mango", explica Enric Casi, director general.

"El problema que tienen las cadenas es que todas se dirigen al mismo público: jóvenes de entre 25 y 44 años, el grupo de edad que más ha recortado su consumo en ropa", explica Rosa López, consultora de Kantar Worldpanel. En cambio, los consumidores mayores de 45 años tienen cada vez más peso en el mercado y, según López, "por primera vez han realizado más compras en cadenas que en tiendas independientes".

La cadena sueca H&M continúa su expansión en España y este año abrirá como mínimo diez nuevas tiendas de la marca, una en Madrid y otras en capitales de provincia y grandes ciudades, como Málaga, Jaén o Mataró. Además, en la misma línea que Inditex y Mango, la empresa sueca empezará a implantar en Europa la nueva enseña &Other Stories, que abrirá su primer establecimiento en Barcelona esta primavera. "El mercado no crece y las cadenas pelean entre ellas; todas acaban pareciéndose, por eso prueban con nuevas líneas y enseñas", señala la consultora Rosa López.●