

# EL MONITOR DEL MULTIMARCA

## MONITOR DEL MULTIMARCA: EL VERANO ADORMECE AL CANAL Y REGISTRA UNA EVOLUCIÓN PLANA EN JULIO Y AGOSTO

16 SEP 2016

MO  
MAD  
EVENTOS DE MODA  
EN MADRID

modaes.es

El calor y el buen tiempo no ayudan al negocio del multimarca en la temporada de verano y rompe su racha alcista. Julio y agosto han sido meses complicados para las empresas panelistas del Monitor del Multimarca, representantes de tiendas tradicionales de moda situadas a lo largo de toda la geografía española, que cerraron los meses más cálidos del año con una evolución plana. El sector pone así fin a la racha alcista que mantenía desde principios de año. En enero, el negocio multimarca en España registró su mayor caída, con una reducción del 4,1% en su facturación (la mayor en dos años), mientras que en febrero el negocio del multimarca volvió a ver cómo sus ventas se contraían, en este caso sólo un 0,6%. En marzo, su facturación volvió a caer, hasta un 1,6%. Abril fue el mes en que el canal del multimarca vio cómo sus ventas pasaban del rojo al negro, al elevar su cifra de negocio en conjunto un 7%. En junio, el repunte en las ventas volvió a coincidir con el buen ritmo del comercio textil en España, que después de reducir un 2,4% sus ventas en mayo recuperó el aliento con un ascenso de la facturación del 6,5% en junio. En términos generales, un gran número de panelistas registraron mejores ventas en julio que

**Abril fue el mes en que el canal del multimarca vio cómo sus ventas pasaban del rojo al negro, al elevar su cifra de negocio en conjunto un 7%**

en agosto, mes en el que las ventas de algunos negocios multimarca españoles cayeron a doble dígito.

Las ventas de la campaña de verano están en sintonía con la evolución del número de compradores. Para un 47% de los encuestados, los visitantes a sus tiendas ni se elevaron si se contrajeron en los últimos dos meses, mientras que cerca de un 30% recibieron la visita de más consumidores en julio y agosto. Para un 18%, la evolución del número de compradores fue mala o muy mala.

### El hombre adelanta a la mujer

El hombre gana terreno a la mujer en el negocio multimarca en España. Para un 53% de los encuestados, el hombre fue la categoría que mejor evolucionó en julio y agosto, mientras que la mujer registró mejores crecimientos para el 41% de los panelistas. Los complementos, por su parte, sólo funcionaron de manera excepcional para el 6% de los encuestados. En julio y agosto, la política de contención de precios se mantuvo en el canal multimarca de moda y calzado en España. La gran mayoría de las empresas participantes en el Monitor del Multimarca mantuvo sus precios "sin variación", mientras que un 29% registró una "disminución sustancial" de sus etiquetas.

### Nuevas decisiones empresariales

El Monitor del Multimarca es un proyecto impulsado por Modaes.es, con el apoyo de Modam-Eventos de Moda en Madrid, que tiene como objetivo ofrecer mes a mes la evolución de este importante canal de ventas en la moda española. Además, en cada edición el Monitor del Multimarca, aborda un tema de interés en el sector, que en julio y agosto ha sido las decisiones empresariales del nuevo curso y planes de crecimiento.

La caída del consumo y la situación política

continúan mermando los planes de algunos actores del canal multimarca. El 53,3% de los encuestados ha asegurado no estar pensando en tomar decisiones empresariales en el nuevo curso. El resto de los panelistas sí que han pensado en emprender nuevos retos.

La expansión es uno de los ejes de crecimiento para el multimarca en los próximos meses. "Replicaremos el modelo y seguiremos creciendo con nuestra cadena DeWe", explica Jaime Peña, fundador del comercio multimarca ByDrop.

Para el multimarca madrileño TMT Tomato, "el cambio de orientación y producto" será clave para los próximos meses, mientras que la expansión con nuevas tiendas será el eje de crecimiento de Urban Sons. Este último acaba de abrir un nuevo establecimiento en el centro comercial Bulevard, en Vitoria. "Es un buen momento para aprovechar oportunidades aunque el consumo no acompañe", añaden desde Urban Sons.

La gallega Lolita Moda también ha abierto un nuevo establecimiento en Vitoria, pese a que las ventas de la temporada "no han sido buenas". Los multimarcas Positivo y Juan Bilbao también están en negociaciones para abrir nuevos establecimientos.

**Para un 53% de los encuestados, el hombre fue la categoría que mejor evolucionó en julio y agosto**

# MONITOR DEL MULTIMARCA: EL VERANO ADORMECE AL CANAL Y REGISTRA UNA EVOLUCIÓN PLANA EN JULIO Y AGOSTO

**MO  
MAD**  
EVENTOS DE MODA  
EN MADRID

[modaes.es](http://modaes.es)

16 SEP 2016

## EVOLUCIÓN MENSUAL DE LAS VENTAS

