

---

# Modaes

---

Back Stage

## China, Rusia y los Emiratos Árabes 'tiran' del crecimiento del mercado global del lujo en 2017

El 70% de los consumidores en estos tres mercados emergentes aseguran haber incrementado su gasto en artículos de lujo, frente al 53% de los compradores en mercados más maduros como la Unión Europea, Estados Unidos y Japón.

---

Modaes  
17 may 2017 - 14:07

China, Rusia y los Emiratos Árabes 'tiran' del crecimiento del mercado global del lujo e  
Image not found or type unknown

Los emergentes, el trampolín de crecimiento para el mercado internacional del lujo. Siete de cada diez consumidores de artículos de lujo en China, Rusia y los Emiratos Árabes Unidos aseguran haber incrementado el gasto destinado a esta partida en los últimos cinco años, frente al 53% de los compradores en mercados más maduros como la Unión Europea, Estados Unidos y Japón, según el informe *Global Powers of Luxury Goods 2017*, elaborado por Deloitte.

Si se toman los datos de los últimos doce meses, la inclinación a comprar productos de lujo aumentó para el 62% de los consumidores en países emergentes, frente al 49% de los clientes en países con mercados maduros. En conjunto, sólo el 4% de los compradores habituales de lujo aseguraron haber reducido su gasto en el último año.

Al igual que en su edición anterior, el informe destaca el enorme potencial del *travel retail*, con tres de cada diez consumidores de artículos de lujo realizando sus compras durante estancias en el extranjero y el 16% en tiendas ubicadas en aeropuertos. Entre las razones para comprar lujo fuera del país de origen, el 43% de los participantes en el estudio de Deloitte señalaron su mayor asequibilidad, mientras que otro 43% y un 65% apuntaron a una mayor oferta de productos y la carencia de determinados

---

1 / 2

<https://www.modaes.com/back-stage/china-rusia-y-los-emiratos-arabes-tiran-del-crecimiento-del-mercado-global-del-lujo-en-2017>

El presente contenido es propiedad exclusiva de Modaes Información, SLU, sociedad editora de Modaes (www.modaes.com), que se acoge, para todos sus contenidos, y siempre que no exista indicación expresa de lo contrario, a la licencia Creative Commons Reconocimiento. La información copiada o distribuida deberá indicar, mediante cita explícita y enlace a la URL original, que procede de este sitio.

---

---

# Modaes

---

artículos en su mercado doméstico, respectivamente.

## El 'top ten' del lujo mundial, sin grandes cambios

Dentro de las cien mayores empresas de artículos de lujo del mundo, los diez nombres en la parte alta de la clasificación no han sufrido grandes cambios. Los grupos que encabezan el ránking son **LVMH, Richemont, Estée Lauder, Luxottica, Kering, Swatch, L'Oréal, Ralph Lauren, Chow Tai Fook y PVH.**

El grupo **Puig** es la empresa española que ocupa una posición más alta en el *top 100*, situada en el puesto 27 de la clasificación con una cifra de negocio de 1.827 millones de dólares en 2015. **Sociedad Textil Lonja** ha escalado cinco puestos en el informe de este año, hasta colocarse en el puesto 74 con ventas de 368 millones de dólares. **Tous**, en cambio, bajó cinco escalones dentro del ránking, hasta situarse en la posición 79 con una facturación de 332 millones de dólares. **Festina Lotus**, en el puesto 85, es la última compañía española incluida.

En su conjunto, las ventas de artículos de lujo para las cien empresas que forman el ránking creció un 3% en 2015, impactadas de manera positiva por los tipos de cambio. El valor total de todas las compañías alcanza los 212.000 millones de dólares, un 4,5% inferiores con respecto a las de 2014.

En 2015, China, Francia, Alemania, Italia, España, Reino Unido y Estados Unidos concentraron el 88% de las compañías incluidas en el *top 100* de Deloitte, así como el 94% de las ventas globales de bienes de lujo. Para la elaboración del informe, la consultora entrevistó el pasado febrero a más de 1.300 consumidores de artículos de lujo procedentes de once países distintos para conocer de cerca sus hábitos de compra.