

# Modaes

Entorno

## El lujo repunta un 1% en el primer trimestre respecto a los niveles precrisis

China y Estados Unidos han sido el principal motor de crecimiento para la industria en los últimos meses, según Bain. En paralelo, la segunda mano del sector también ha experimentado un *boom* que la consultora prevé que se mantenga.

Modaes  
17 may 2021 - 16:33



El lujo empieza a recuperarse tras el golpe de la pandemia. **La industria a escala global ha crecido entre un 0% y un 1% en el primer trimestre** comparado con el mismo periodo de 2019, antes del estallido de la pandemia. China y Estados Unidos han sido los principales motores de crecimiento del sector, así como el canal online y el mercado de segunda mano.

**La industria de bienes personales de lujo cerrará este año con una cifra de negocio de entre 250.000 millones de euros y 295.000 millones de euros**, según se desprende del último informe elaborado por Bain en colaboración con Fondazione Altgamma. Pese

# Modaes

a las buenas previsiones, la consultora matiza que “las perspectivas para 2021 continúan siendo inciertas”.

El gran impulso del sector a escala internacional ha sido la recuperación de China, que fue el primer país afectado por la pandemia, pero también el primero en remontar tras la crisis y donde el gasto interno se ha acelerado en el último año; y del mercado estadounidense. “La renovada confianza del consumidor, junto con los estímulos económicos y un rápido desarrollo en el proceso de vacunación, ha supuesto que **el consumo de lujo regresara a un ritmo sorprendentemente rápido**”, ha remarcado Bain.

**En Europa, el lujo continúa por debajo de los niveles alcanzados en 2019**, a raíz de una campaña de vacunación más lenta y de la falta de turismo internacional. España es uno de los países donde el sector se ha visto fuertemente impactado por la crisis, por lo que las perspectivas de recuperación, en línea con el conjunto del mercado europeo, son más lentas.

“**Las tendencias de digitalización y sostenibilidad también han cobrado importancia en España**, donde vemos a compañías del sector invirtiendo y poniendo mucho más el foco en desarrollar estas capacidades”, ha indicado Cira Cuberes, socia de Bain en Madrid.

## **El sector del lujo podría cerrar el año con una facturación de 295.000 millones de euros a escala mundial**

“Está claro que los consumidores todavía quieren comprar artículos de lujo y esto, junto con la capacidad de las marcas para adaptarse e innovar, está impulsando un retorno al crecimiento en el mercado”, ha argumentado Claudia D’Arpizio, socia de Bain y principal autora del estudio.

Pese al optimismo de los resultados hasta la fecha, **el estudio remarca que podrían darse dos escenarios en el plano internacional que podrían truncar el ritmo de crecimiento**. Por un lado, que la senda de la recuperación continúe a lo largo de 2021, alcanzando ya los niveles precrisis. Bain señala que hay una probabilidad de sólo el 30% de cumplirse este escenario.

Por el contrario, podría darse el caso de que, pese al fuerte impulso en el primer trimestre (que se da en buena parte gracias a la baja base comparable en Asia respecto al mismo periodo del año pasado), **el crecimiento del conjunto del año se vea frenado por la ralentización en las compras de lujo nacionales y por el mermo del turismo**. En este escenario, que el informe estima que haya un 70% de posibilidades de que se cumpla, la recuperación del sector se aplazará hasta 2022.

## **El negocio de la segunda mano y el auge del canal online son dos tendencias aceleradas por la pandemia que deben tenerse en cuenta en los próximos meses, según Bain**

En el último año, son varias las tendencias que se han acelerado a raíz de la pandemia a escala mundial. El informe destaca tres factores que deberán tenerse en cuenta en los próximos meses. En primer lugar, **la reconfiguración del mercado del lujo en Estados Unidos**, a raíz, entre otras cosas, de la mejora de las condiciones macroeconómicas, una mayor confianza de los consumidores y el surgimiento de nuevos centros urbanos, “un nuevo énfasis creciente en las áreas suburbanas y un aumento de la mentalidad de la próxima generación”.

**Otro gran cambio de la industria en los últimos doce meses ha estado protagonizado por el canal online**. Más del 85% de las ventas de lujo se han generado, aunque sea indirectamente, a través de la Red en 2021, según estimaciones de Bain. No obstante, la consultora apunta que el “toque humano” continúa siendo muy relevante para los consumidores, ya sea en tienda o de forma remota.

Finalmente, otra de las tendencias que se ha visto favorecida por la crisis del Covid-19 es el auge de la segunda mano de lujo. **Este mercado tendrá un valor de 28.000 millones de euros en 2020**, según datos de Bain, frente a los 26.000 millones de euros de valoración de 2019. Este tipo de negocio “no sólo abarca a las generaciones más jóvenes”, tal como apunta el informe, sino que también está en el punto de mira de, por ejemplo, coleccionistas. **“Las marcas están aprovechando cada vez más este mercado** y se están convirtiendo en plataformas para interactuar con los clientes durante todo el ciclo de vida de un artículo”, afirma la consultora.

**“Las empresas líderes deberán mantenerse en contacto directo con las tendencias clave que dan forma al nuevo estilo de vida**

---

# Modaes

---

“, al mismo tiempo que se mantienen diferenciadas y crean una narrativa fiel a su propia cultura”, sentencia el informe.