

# Modaes

Entorno

## Mercado mundial del lujo: ventas de 318.000 millones en 2013

Modaes  
8 oct 2013 - 11:09

Los mercados emergentes y las firmas integradas dentro de la categoría de lujo asequible beneficiarán al conjunto del sector en 2013. Según la última edición del informe *Passport: Luxury Goods Report*, elaborado por **Euromonitor International**, el sector del lujo concluirá el año con un incremento del 3% en su cifra de negocio, superando los 318.000 millones de dólares (234.301 millones de euros). Pese a la incerteza macroeconómica y a algunos resultados de compañías de lujo peor de lo esperados, la compañía de estudios de mercado confía en que el sector continuará creciendo en 2013.

La incipiente clase media en mercados emergentes de Latinoamérica, Asia-Pacífico y Asia también permitirá que el gasto en productos de lujo se incremente. Según datos de **Euromonitor**, en los próximos cinco años aumentará un 35% el desembolso de los clientes de firmas como **Louis Vuitton, Prada o Dior**.

En ese periodo, la compañía de estudios de mercado prevé que la región de Asia-Pacífico pase a ser el primer mercado del sector del lujo del mundo, por delante de Europa y América. Esto se producirá gracias, en gran parte, a la pujanza y potencia del mercado chino, pero también por el crecimiento de mercados como Malasia e Indonesia, así como de India.

India concluirá el periodo 2008-2013 como el mercado del lujo más dinámico de la región y **Euromonitor International** prevé que, en los próximos cinco años, incremente su valor un 86%, por delante incluso de China, que crecerá un 72%.

El oeste de Europa continúa siendo la región del mundo en la que más se consumen productos de lujo y en 2013 copará más del 33% del gasto global. No obstante, los datos del estudio prevén que el consumo de lujo en Asia-Pacífico se incremente un 170% hasta 2018, por lo que en cinco años Europa pasará a ser el segundo mercado

---

# Modaes

---

mundial del sector.

Además de los países emergentes, las enseñanzas integradas en la categoría de lujo asequible, como **Coach** o **Michael Kors**, también están ayudando a que el sector siga creciendo. El incremento del precio medio de otras firmas como **Louis Vuitton**, que quieren compensar el cambio de divisas de mercados como China e igualar precios, han permitido que enseñanzas como **Coach** incrementen cuota de mercado y ganen nuevos consumidores que dejan de comprar firmas de gama más alta.