



Jaume Rey. *Gestor de Fondos de Inversión*

Si ha sido uno de los afortunados que ha podido viajar durante estas vacaciones y ha cogido un avión, seguro que ha aprovechado para echar un vistazo a las **tiendas del aeropuerto**. Y si, además de ello, con la excusa que todavía no había tenido tiempo para desconectar se ha permitido preguntarse si ésta sería **una buena industria donde invertir...**

¡Enhorabuena! Es usted de los míos. Allí van algunos datos que pueden interesarle:

La industria de Duty Free Retailing es una industria que mueve unos 100.000 millones de dólares al año. Aunque el principal punto de venta son los **aeropuertos**, con un 60% de la cuota (y la tendencia es que continúe siendo así), la industria también vende a través de diversos canales como **compañías aéreas** o **puertos**.

En cuanto a zonas geográficas, recientemente **la zona de Asia Pacífico destronó a Europa como la región con más ventas con un 35%** vs el 34% del viejo continente y el 23% de las Américas.

Sin embargo, analizando los datos por aeropuertos, el más grande del mundo en cuanto a ingresos es el aeropuerto de **Dubái**, con una facturación de más de 1.500 millones de dólares anuales, mientras que por categoría de productos, **el 31% de las ventas proviene de fragancias y cosméticos** seguido de las bebidas alcohólicas con un 17%.

La industria goza de unas buenas perspectivas para los siguientes años

El primer “tailwind” es el **crecimiento de la circulación en los aeropuertos**. Según la IATA (la Asociación Internacional del Transporte Aéreo, por sus siglas en inglés), **entre 2015-2019 el número de pasajeros crecerá un 5,3% anualmente**, mientras que según datos del consenso de analistas de Bloomberg, **las ventas de la industria están previstas que crezcan un 7% anualmente** impulsadas sobre todo por la zona del sureste asiático, donde se prevén crecimientos entorno al 11%.

Además de ello, se trata de un sector muy productivo. Si bien es cierto que los retailers deben negociar unos duros alquileres con los gestores de los aeropuertos, **la industria está bastante monopolizada con unos 20 players dominando prácticamente todo el mercado**. La más importante de ellas, y presente en el Fondo [GVC Gaesco 300 Worldwide](#), es la empresa suiza **Dufry** que, tras adquirir World Duty free y Nuance, se ha convertido en la líder del sector con una cuota de mercado de casi el 25%. Para que se hagan una idea, esta empresa está reportando unos márgenes EBITDA de alrededor del 13% mientras que el clásico retailer de un gran almacén no suele superar el 5%. ¿Por qué esa diferencia tan grande? Uno podría pensar que es porque pueden ofrecer productos libres de impuestos a un precio más competitivo o que los productos que venden son de un alto margen de por sí. Sin ninguna duda, son factores importantes a tener en cuenta pero no hay que olvidar un factor determinante: el psicológico. **El hecho de estar de vacaciones, de estar con los niños y la familia o el simplemente hacer algo para matar el tiempo hace que uno esté más dispuesto a pagar más sin apenas enterarse.**

No todo son factores positivos

La venta al por mayor vía internet de todo tipo de artículos y la reducción del tiempo de espera en los aeropuertos debido, especialmente, al check-in online son las principales amenazas para el sector.

A nivel más interno, éste no difiere mucho del sector retail tradicional. La buena gestión del

working capital, así como el establecimiento de tiendas en puntos estratégicos dentro del aeropuerto, son fundamentales. Además, la industria tiene unas economías de escala considerables debido a la compra al por mayor. **El poder de compra con los proveedores es básica para obtener un margen bruto mayor.**

Con todo ello, creo haber expresado algunos de los rasgos principales y los retos a los que se enfrenta la industria para los próximos años. Le dejo una lista de las **principales empresas** que componen el sector por si quiere profundizar más:

- **Dufry:** Es el player más activo y el consolidador principal del mercado.
- **DFS:** Presente sobretodo en Asia y la compañía más importante en cuanto a la venta de cosméticos.
- **Lagardère:** Empresa francesa conocida especialmente por la venta de prensa y libros bajo la marca Relay.
- **Lotte:** Es el mayor player asiático y el tercer del sector. Caracterizado más por la venta de marcas de lujo.

Síguenos: