

**Efecto tractor** Actividad clave para miles de pymes y autónomos

# El sector de la bodas intenta dar el «sí quiero» a la recuperación

► Miles de enlaces se han aplazado para otoño e invierno, lo que podría ser un balón de oxígeno para la industria nupcial

M. J. PÉREZ-BARCO

El Covid y la desescalada han cogido a la industria de las bodas en el inicio de su temporada más alta. De abril a octubre es cuando más enlaces de este tipo tienen lugar en España (el año pasado fueron unas 170.000, según el Instituto Nacional de Estadística). Y el parón ha sido absoluto. Sin embargo, la mayor parte de estos eventos no se han cancelado sino pospuesto para meses venideros por miedo al contagio, a que los invitados de otras provincias no pudieran asistir y en espera de que la «nueva normalidad» permita que estas celebraciones se realicen de la forma en que estamos acostumbrados. Desde luego, las parejas españolas tienen claro que no quieren perder la oportunidad de tener este gran día y celebrarlo por todo lo alto.

Algo que da esperanza a un sector que mueve 3.500 millones de euros, que da empleo directo a 350.000 personas y a otras 900.000 de forma indirecta, como refleja un estudio realizado por Bodas.net, en colaboración con Esade y Google. Una variopinta industria en la que tienen cabida miles de negocios. De hecho, las parejas españolas suelen contratar al menos diez proveedores para celebrar este gran día de sus vidas en el que se gastan una media de 20.500 euros. Desde el espacio de boda, el catering, la agencia de viajes y los trajes de los novios hasta fotógrafos, músicos, DJ, joyería, floristería, peluquería, animación, imprenta de invitaciones, alquiler de coche o autobús...

«Muchas son pequeñas empresas y autónomos que no tienen un gran pulmón financiero. Parar el negocio dos meses les puede suponer tener que cerrar. Esta situación está perjudicando más a aquellos que se dedican exclusivamente a las bodas. No es lo mismo un restaurante que puede abrir y tener clientes de menú en la terraza que un espacio de banquete,

ya que la boda debe agendarse con un tiempo de anticipación, avisar a los invitados y cerrar toda la logística. Ahora que entramos en la nueva normalidad esperamos ver la recuperación», indica Nina Pérez, CEO de Bodas.net.

## Habrán enlaces este año

Pérez destaca el esfuerzo que están realizando muchos de estos negocios por salir adelante. Aunque el 92% de ellos hayan tenido que acogerse a algún tipo de ayuda para sobrevivir (Erte, una línea de financiación o incluso el aplazamiento de pagos), hay datos que invitan al optimismo: el 42% de las bodas de marzo a septiembre se mantienen para este año (unas 42.000) y algo más de la mitad se han pospuesto para 2021. «Tenemos la esperanza de que el sector vea una rápida recuperación en los próximos meses», estima Nina Pérez. De hecho, «ya hemos empezado a ver y a publicar las primeras bodas que, aunque contenidas, por fases y con restricciones» se han podido celebrar. Parejas de Canarias, Cataluña,

**Negocio**  
Este sector tiene una facturación de 3.500 millones de euros y da empleo directo a 350.000 personas

tiembre se mantienen para este año (unas 42.000) y algo más de la mitad se han pospuesto para 2021. «Tenemos la esperanza de que el sector vea una rápida recuperación en los próximos meses», estima Nina Pérez. De hecho, «ya hemos empezado a ver y a publicar las primeras bodas que, aunque contenidas, por fases y con restricciones» se han podido celebrar. Parejas de Canarias, Cataluña,



El Covid-19 ha generado una situación sin precedentes, cuyo efecto principal resulta en el confinamiento de la población, generando un colapso de la actividad comercial, nunca visto en recesiones anteriores. La salida de forma escalonada y gradual, con probabilidad de rebrotes, puede obligar a una operativa de «arranque y parada» y generar un consumidor en estado de shock poco dispuesto a gastar y que en una primera etapa apostará por lo básico. Sin embargo, tras el duelo es previsible que llegue la necesidad de disfrute y con ella una recuperación gradual del consumo. Las empresas, entonces, tendrán que competir en un nuevo entorno marcado por el distanciamiento social, la digitalización acelerada, una reconfiguración de las cadenas de suministro globales y la necesidad de demostrarse sostenibles ante una sociedad más consciente y exigente.

El sector de la moda nupcial en España, de gran relevancia internacional, deberá adaptarse también a la nueva situación rápidamente.

En este sentido, la primera buena noticia es que las bodas se posponen, no se cancelan. Según estimaciones de «The Wedding Report», 2020 se cerrará con entre un 20-30% menos de bodas. El otoño será la nueva primavera y 2021 «el nuevo 2020». De las uniones

## LA MODA BRIDAL ANTE LAS NOVIAS POST-COVID

JOSÉ LUIS NUENO

PROFESOR DEL IESE Y EXPERTO EN RETAIL



previstas para el segundo cuatrimestre, cerca de un 35% se pospondrán a esa estación. Un 25% pasarán a celebrarse en 2021 y sólo un 7% cancelará el evento. El porcentaje restante intentará mantener la fecha prevista.

Otro punto positivo para esta industria es que todo apunta a que el vestido continuará siendo una prioridad entre las novias. La más que probable recesión económica afectará al presupuesto y las bodas contarán con menos invitados, pero la novia procurará lucir por todos los medios el vestido de sus sueños.

Y llegados a este punto, cabe preguntarse dónde y cómo comprará su vestido. Siempre que afrontamos una crisis, con independencia de su naturaleza, hay un impacto inmediato en el retail. La novedad de ésta es que será temporal, aunque la cadena de suministro se haya visto alterada. En el caso de la moda nupcial, no creemos que como consecuencia de la Covid-19 aumente de forma destacable la compra de vestidos online, pero sí que nos encontraremos ante un proceso con mayor digitalización, donde solamente para aquellas actividades cruciales, la novia se desplazará a un punto de venta que tendrá que adaptarse a las nuevas circunstancias.

Igualmente, otras herramientas clave para la recuperación de la industria tras la pandemia seguirán siendo las ferias y los eventos de relevancia internacional que, como Valmont Barcelona Bridal Fashion Week, líder mundial del sector que precisamente se presenta en su próxima edición con un nuevo formato que combinará la participación presencial y digital, continuarán desempeñando un papel de ele-

mento dinamizador y de conquista de nuevos mercados clave para la moda nupcial.

Todo esto puede reactivar el mercado, pero ¿cuáles serán las firmas que se ganarán el favor de las novias?

La llegada del coronavirus está acelerando en poco tiempo muchas tendencias de trabajo y consumo que ya venían con fuerza de la mano de las generaciones más jóvenes y, en este sentido, la era post-Covid nos traerá consumidores más exigentes que pedirán más que nunca a las marcas que muestren sus valores y tengan un impacto en la sociedad. Estas últimas semanas hemos visto ya como muchas marcas de moda nupcial han transformado sus cadenas de producción para fabricar material sanitario y han puesto a disposición de la Administración sus capacidades logísticas, iniciativas que han sido acogidas de forma muy positiva por futuras clientes que valorarán cada vez más las cuestiones relacionadas con el consumo ético, el origen del vestido, la tradición y el factor artesanal y ecológico, en una vuelta a los orígenes.

Estamos pues ante una situación que nos enfrenta a tiempos difíciles y grandes retos, pero en la que el sector bridal podrá superarlo y abrir un nuevo horizonte en su relación con las novias del futuro de todo el mundo.