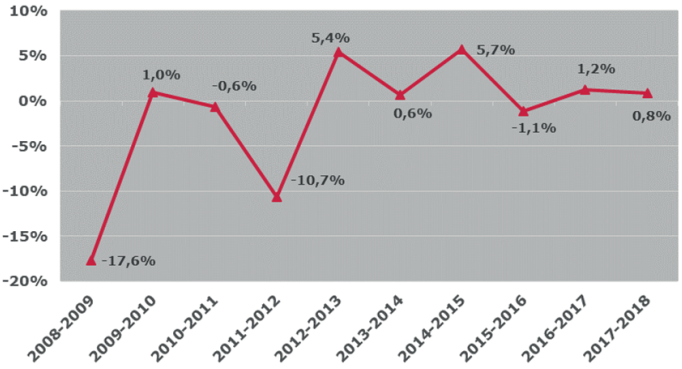
Sector de la Moda

CONTEXT SECTORIAL

El sector ha patit una crisi estructural des de l'any 2005 degut a la competència de productors ubicats a països amb menors costos, on ofereixen els seus productes a preus inferiors en comparació amb els productes espanyols i valencians. Procedents sobretot del sud-est asiàtic, han multiplicat les seues exportacions cap a Europa, a la qual cosa hem d'afegir l'evolució de l'euro davant del dòlar, que ha perjudicat les empreses exportadores.

Així mateix, un altre factor que ha tingut repercussions directes en el sector durant el darrer decenni ha sigut la disminució de la renda disponible de la població espanyola durant el període de recessió econòmica, i amb això del consum intern de productes del sector de la moda.

EVOLUCIÓN DE LA FACTURACIÓN DE LA INDUSTRIA DE LA MODA, 2008-2018, ESPAÑA (%)



La Comunitat Valenciana, Catalunya, Andalusia i la Comunitat de Madrid es mantenen com a les comunitats més importants per al sector de la moda tèxtil en termes d'ocupació, nombre d'empreses i facturació agregada dels tres subsectors del tèxtil.

El sector ha patit un empitjorament de les seues xifres en els darrers anys i les previsions per als pròxims anys preveuen caigudes de fins al 40 % degut a la pandèmia mundial provocada per la COVID-19.

La Indústria Tèxtil, Confecció, Cuir i Calcer a Espanya va facturar durant l'any 2018 15.007 milions d'euros. El sector es caracteritza per una estructura empresarial formada per PIMES. Des del 2010, les exportacions de la indústria tèxtil s'han incrementat en un 26 %, i les de confecció en un 80 %.

DAFO

AMENACES

- Competència dels països asiàtics o d'Europa de l'Est.
- Pressió dels tradicionals competidors europeus.
- Deslocalització dels processos de producció.
- Dificultat per a trobar personal format.
- Escàs vincle entre moda i indústria.
- Dependència de la conjuntura econòmica.
- Increment dels costos energètics.

OPORTUNITATS

- Augment de les activitats d'R+D.
- Existència d'empreses líders.
- Possibilitat d'integració.
- Diversificació.
- Creixement de l'exportació.
- Creixement de nous canals de comercialització.

PUNTS FORTS

- Creixent incorporació de tecnologies al sector.
- Sector consolidat amb gran tradició i experiència.
- Imatge de la moda espanyola.
- Existència d'indústria auxiliar.

PUNTS FEBLES

- Dependència dels tallers.
- Precarietat laboral.
- Empreses de caràcter familiar i reduïdes dimensions.

ANÀLISIS DE LA DEMANDA

La despesa total en articles de vestir i calcer a la Comunitat Valenciana l'any 2019 va ser de més de 2.816 milions d'euros. La despesa en consum de productes de moda varia en funció del sexe, on és considerablement major en les dones. Els motius que porten a la compra d'estos productes poden ser molt diversos (el gust personal, el preu, la qualitat, el prestigi d'una marca...), però sobretot el que es ressalta és la importància de la moda.

El consum del sector va caure un 25 % l'any 2020, fins als 14.840 milions d'euros, ja que, per la situació de pandèmia mundial, la moda no va ser una prioritat. Les categories relacionades amb l'activitat social i l'oci (com ara el bany o el punt exterior de dona) van ser les que van patir una major caiguda, amb baixades en alguns casos de fins al 40 %.

La despesa mitjana per llar i persona va disminuir quasi un 25 % i un 20 %, respectivament, entre els anys 2009 i 2014, moment en què va començar un augment, després de l'inici de la recuperació econòmica, d'entre el 3,6 % i el 3,7 %. No obstant això, cal assenyalar que el 2019 este augment s'ha vist frenat considerablement, amb taxes negatives de l'1,8 % i el 2 %, respectivament.

El 37 % de la facturació del tèxtil correspon a peces de dona, el 33 % a roba d'home i el 13 %, a roba de xiquet (17 % tèxtils de la llar).

L'any 2018 les cadenes especialitzades concentraven el 33,9 % de la quota de mercat, seguida dels hipermercats o supermercats amb el 25,1 %, botigues multimarca (17,4 %), Factory o Outlet (15,1 %) i grans magatzems (8,5 %).

Les vendes pel canal en línia van arribar al 7,4 % de la quota de mercat el 2018, 1,5 punts percentuals per damunt de l'any anterior i 3,4 punts per damunt del 2014, cosa que destaca el creixent i progressiu increment en els últims anys. Les previsions sobre els hàbits de compra després de la pandèmia de la COVID-19 apunten al fet que el comerç en línia continuarà en auge.

ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA

El sector de la moda a la Comunitat Valenciana està format per un total de 5.687 empreses. Més del 90 % de les empreses es distribueixen entre les províncies d'Alacant i València (a Alacant es localitzen dos de cada tres empreses). Si mirem per subsectors, el més representatiu n'és el dedicat al cuir i el calcer, seguit per la indústria tèxtil. L'evolució d'empreses ha sigut negativa des del 2010, amb una reducció del 8 %.

La forma jurídica més adoptada és la de Societat Limitada, opció del 58,5 % de les empreses. L'any 2018, el nombre d'empreses ocupades a la Comunitat Valenciana en el sector de Tèxtil, Confecció i Cuir era de 37.359 persones. Prop del 80 % de les empreses del sector són persones autònomes i microempreses amb una plantilla de menys de 10 persones.

RECOMANACIONS

La realització periòdica d'estudis de mercat dirigits al teu públic objectiu et permetrà obtindre una major adaptació dels teus productes als gustos i les necessitats dels consumidors finals.

Has de definir les principals línies estratègiques de la teua empresa, de manera que els teus objectius a mitjà i llarg termini siguen quantificables.

La persona emprenedora ha de conéixer i diferenciar tots els canals de comercialització.

La innovació i les polítiques d'R+D+i s'han de convertir en aspectes crucials en les estratègies de les organitzacions empresarials d'este sector.

La generació de noves capacitats i habilitats per tal de promoure la cooperació empresarial es preveu com a un requisit important per a competir en l'entorn actual.

Reorientar l'estratègia productiva del sector, amb creació de productes menys estandarditzats, més especialitzats i amb major valor afegit.

Millorar la capacitat exportadora del sector i així aconseguir tindre més presència en els mercats exteriors.

Aconseguir millorar la formació i la qualificació professional del personal que treballa en el sector, amb ampliació de l'oferta formativa en temes de major especialització.

L'ús de la informació sectorial, juntament amb la formació altament especialitzada, s'eleven com a dos elements clau a l'hora de prendre decisions estratègiques més encertades.

Una estratègia eficaç per tal de fer front al plagi de productes passa per elevar la rotació dels productes.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.modaes.es · www.pinkermoda.com · www.cityc.es · www.atevalinforma.com · www.acotex.org