

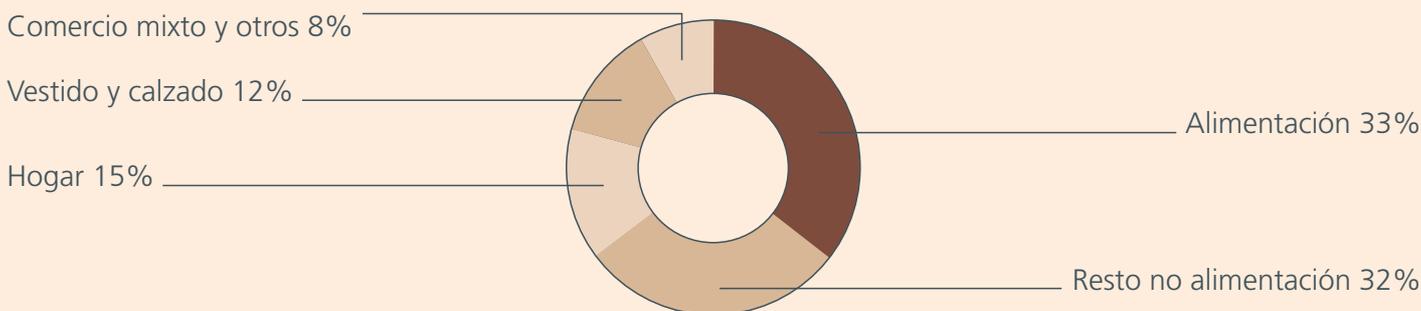
CONTEXTO SECTORIAL

Dentro de la Unión Europea el número de establecimientos de carácter minorista supera los 3,4 millones. España, con alrededor de un 14%, se configura como el segundo país de Europa que mayor número de establecimientos minoristas alberga.

En la actualidad, 194.554 empleados integran el sector del comercio en establecimientos textiles minoristas. La recesión económica se hace notar en el sector textil que acumula una caída del 13,93%.

La Comunidad Valenciana ocupa el cuarto lugar a nivel nacional en cuanto a facturación, con un 10,41% de la facturación en España.

DISTRIBUCIÓN DEL COMERCIO MINORISTA EN LA COMUNIDAD VALENCIANA, 2013 (%)



DAFO

AMENAZAS

- Creciente competencia internacional de países asiáticos y de Europa del Este, principalmente
- Aumento de los alquileres en las calles comerciales
- Demanda cada vez más exigente de los consumidores
- Escasa fidelidad hacia el establecimiento
- Economía sumergida que endurece la competencia
- Entrada de operadores más profesionales
- Aumento de la competencia de cadenas especializadas
- Disminución en el consumo de productos textiles

PUNTOS FUERTES

- Flexibilidad y capacidad de adaptación al entorno y a los cambios que se producen en el mismo
- Atención y trato personalizado
- Creciente valoración de la marca o el diseño

OPORTUNIDADES

- Inconvenientes que presentan otras formas de distribución
- Incorporación de nuevas tecnologías en los negocios las redes sociales permiten el conocimiento de las necesidades, gustos y preferencias de los consumidores
- Desarrollo de procesos de integración horizontal

PUNTOS DÉBILES

- Elevados niveles de rotación en el negocio
- Dependencia de las administraciones locales para ofrecer determinados servicios
- Pequeño tamaño de los locales
- Escaso poder de negociación con proveedores
- Estacionalidad de las ventas
- Insuficiente formación técnica y de orientación al marketing
- Dualidad en términos de profesionalización entre el colectivo de comerciantes

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

La Comunidad Valenciana cuenta con 80.782 comercios minoristas de los cuales, el 11,93% corresponde a tiendas de vestido y calzado. El gasto medio por habitante en prendas de vestir se estima en 459,41 euros, en calzado casi de 140 euros y en accesorios alrededor de los 30 euros.

CLIENTES

Los clientes tipo del comercio minorista de confección y complementos varían en función de la especialidad del establecimiento. Las variables que más influyen en los consumidores a la hora de elegir un establecimiento para comprar son la calidad de las prendas, el servicio, la localización, el sistema de pago e incluso el tamaño de la tienda.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

La mayor parte de los comercios minoristas de confección y complementos se sitúan en la provincia de Valencia (43,58%) y Alicante (43,57%), mientras que en Castellón se localiza el 12,84% restante.

¿QUÉ PRODUCTOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS
Prendas de confección (artículos de vestir)	Calzado
Accesorios (bolsos, cinturones, bisutería, etc.)	Artículos personales (monederos, carteras, maletines, etc.)
	Facilidades de pago (tarjeta, pago fraccionado, etc.)

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL COMERCIO MINORISTA DE CONFECCIÓN Y COMPLEMENTOS TIPO

CNAE (2009)/SIC	47.71, 47.72 / 56.11, 56.21, 56.31, 56.41, 56.51, 56.61, 56.71, 56.81
IAE	651.2, 651.3, 651.5, 651.6, 651.7
Condición jurídica	Autónomo
Localización	Zonas urbanas o proximidades
Personal y estructura organizativa	Propietario-gerente y un empleado
Instalaciones	Sala de ventas (50-65 m ²) y almacén (10-15 m ²)
Clientes	Varía en función de la especialidad del establecimiento
Herramientas promocionales	Boca-oído, tarjetas, <i>mailing</i> , anuncios en prensa y radios locales, comunicación mancomunada, técnicas de animación en el punto de venta, etc.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	36.387,64 euros
Importe gastos anuales	49.538,29 euros
Resultado bruto (%)	10,37%

RECOMENDACIONES

Una adecuada ubicación del negocio en ámbitos concurridos, diseño, calidad de servicio y sistema de pago son variables más importantes que el precio en sí.

Diferénciate de la competencia ofreciendo calidad en tus prendas y complementos, así como un exquisito trato al cliente.

Contrata personal con experiencia comercial en el sector de la confección.

Mantén al día en cuanto a las nuevas tendencias de la moda en el sector textil, acude a ferias y asesórate a través de tus proveedores.

Confecciona una imagen corporativa que transmita calidad en productos y servicios, pues será la primera referencia que tengan los clientes a la hora de acudir a tu establecimiento..

Buen servicio, confianza en el profesional, buen precio y rapidez son los requisitos imprescindibles que demanda el público actual, junto a la experiencia demostrada, la capacidad de gestión, la innovación y una imagen actualizada.

ENLACES DE INTERÉS

www.barcelonabridalweek.com · www.pinkermoda.com · www.cityc.es