

CONTEXTO SECTORIAL

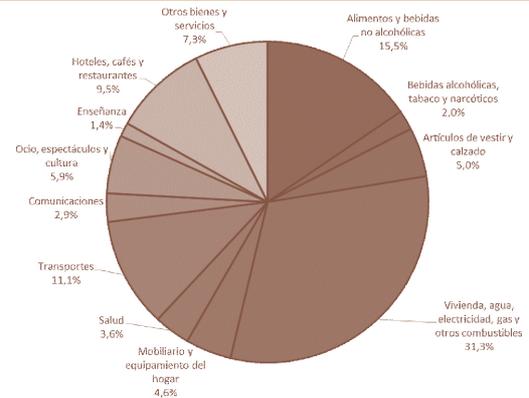
La aparición de nuevas tecnologías junto con nuevas fórmulas comerciales han transformado positivamente el sector del comercio minorista.

En 2015, en España existían 576.211 establecimientos comerciales minoristas que suponen un 15% del total.

En 2014, la facturación del sector comercial minorista en España (excepto vehículos) fue de 204.260 millones de euros, lo que representa un 31,1% del total de la cifra de negocios del sector.

En 2015, el grupo de gasto de bienes diarios (vivienda, agua, electricidad, etc.) ocupa la mayor parte del gasto en los hogares de la Comunitat Valenciana (31,3%), seguido de los alimentos y bebidas no alcohólicas (15,5%). Otras partidas importantes son transportes (11,1%) y hoteles, cafés y restauración (9,5%). En el periodo 2012-2015, se produce una reducción del gasto medio, pero en el último año se observa una ligera recuperación.

DISTRIBUCIÓN DEL GASTO EN LOS HOGARES, COMUNITAT VALENCIANA, 2015, (%)



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> Dependencia de la coyuntura económica Exceso de oferta, precios y trámites burocráticos Competencia de las grandes superficies Incrementos de tiendas <i>low-cost</i> y <i>outlets</i> Invasión de las franquicias Nuevos hábitos de compra que favorecen el desplazamiento y exigen oferta de ocio complementaria 	<ul style="list-style-type: none"> Sector minorista estratégico como generador de empleo Segmentos de mercado que rechazan las prácticas de las grandes superficies Papel dinamizador del pequeño comercio en los barrios Existencia de agrupaciones empresariales Web, tienda online, marketing online, portales de compras colectivas y herramientas de geolocalización
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> Posibilidad de diferenciación Capacidad de fidelización Alta capacidad técnica de la fuerza de ventas Especialización y trato personalizado al cliente Cercanía con el comprador (confianza) Aceptación de un sector consolidado 	<ul style="list-style-type: none"> Deficiencias en los sistemas de gestión y bajo grado de implantación de TICs Fuerte carácter familiar y necesidad de formación Dificultades para invertir en proyectos de mejora Atomización del sector, precios poco competitivos, horarios y escaso poder de negociación con proveedores

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

TAMAÑO DE MERCADO

En 2015, en la Comunitat Valenciana, el gasto medio por persona en el comercio minorista fue de 10.179,35 euros/año, siendo el gasto medio por hogar de 24.955,88 euros/año.

Por orden de importancia, el sector de la vivienda, agua, electricidad, gas y otros combustibles es el grupo de gasto al que más presupuesto se le destina, seguido de alimentos y bebidas no alcohólicas.

CLIENTES

Los clientes en su mayoría son particulares, aunque las empresas tienen también cierta relevancia en función de la rama comercial que se trate.

Para el consumidor actual, precio y calidad son elementos esenciales, pero cada vez muestra mayor interés hacia artículos de marcas socialmente comprometidas.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

La mayor parte de los comercios minoristas se ubica en la provincia de Valencia (46,9%) y Alicante (40,7%), mientras que en Castellón se localizan el 12,3% restante.

En el año 2015 el comercio minorista de la Comunitat Valenciana facturó 22.249 millones de euros. Es la tercera comunidad autónoma con mayor tasa de crecimiento promedio (5%).

La plantilla de un comercio de proximidad está formada por un número reducido de personas, generalmente de carácter familiar, susceptible de ser incrementada en las épocas de más trabajo. La superficie de sus instalaciones ronda los 100 m².

La forma jurídica que más predomina en este tipo de establecimientos es la de Autónomo, seguida muy por detrás de otras fórmulas jurídicas como Sociedad Limitada o Sociedad Anónima.

¿QUÉ PRODUCTOS Y SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Actividades comerciales de alimentación, (pequeñas tiendas, carnicerías, panaderías, fruterías, pescaderías, etc.). Actividades comerciales no alimentarias (comercio tradicional, textil-hogar, calzado, quioscos, droguerías, tiendas 24h, mercerías, etc.).	Dependiendo de la actividad que se desarrolle: Pedidos por teléfono, online y reparto a domicilio; Instalación; Recogida; Pago con tarjeta; Devoluciones; Financiación; Asesoramiento; Reparación; Programa de fidelización; Aparcamiento gratuito o con descuento; Garantías; Atención personalizada; Empaquetado; Zona para dejar a los niños durante las compras.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL COMERCIO DE PROXIMIDAD TIPO

CNAE 2009	47.1 a 47.5
IAE	Agrupación 64 y 65
Condición jurídica	Autónomo
Facturación media	334.894 euros
Localización	Barrios de poblaciones principales y secundarias
Personal y estructura organizativa	1-2 personas (a menudo de carácter familiar)
Instalaciones	Tamaño medio de 100 m ²
Clientes	Particulares que viven o frecuentan la zona
Herramientas promocionales	Boca-oído, rótulo, asociaciones de comerciantes y publicidad en medios de comunicación locales, web, redes sociales

RECOMENDACIONES

Estudia el territorio donde quieras ubicar tu establecimiento, preferiblemente en zonas residenciales, con elevado tráfico peatonal, aparcamientos y variedad de comercios.

Diferénciate de la competencia en tu área de actuación a partir de la imagen y surtido. Aporta novedades que sean irresistibles para los clientes.

Cuida tanto el aspecto interior (decoración e interiorismo, iluminación, mobiliario, señalización, etiquetado y limpieza) como exterior (fachada, puerta, escaparate y acera anexa) de tu local comercial de forma que sea coherente con la imagen que pretendes transmitir.

Un trato individualizado y el contacto directo con los clientes ofrece mayor confianza. Aprovechate de la proximidad existente entre vendedor y comprador para dar a conocer tus productos.

En este tipo de comercio es de vital importancia la excelencia en el trato al cliente, puesto que de ello dependerá que el cliente vuelva a nuestro comercio y hable bien de él a posibles nuevos clientes.

ENLACES DE INTERÉS

www.pateco.org · www.facpyme.es · www.covaco.org · www.infocec.es · www.portaldecomerciante.com · www.cecoval.es · www.aecosan.msssi.gob.es · www.ico.es · www.ipyme.org · www.ivace.es · www.comercio.gob.es · www.ceaccu.org