

## CONTEXTO SECTORIAL

En la actualidad, el comercio textil en España factura 17.373 millones de euros y emplea a 198.667 trabajadores. La Comunidad Valenciana ocupa el cuarto lugar a nivel nacional en cuanto a facturación, con un 10,38% de la distribución al por menor de este sector.

La moda infantil ha ganado peso específico en el sector textil español, con un volumen superior a los 2.100 millones de euros, concentrando el 12,1% de su valor total. Las previsiones son positivas para los próximos años porque el presupuesto destinado al equipamiento infantil no se ha visto tan afectado como en otros sectores.

Esta actividad comercial tiene una fuerte estacionalidad en determinadas épocas del año, como son otoño (coincidiendo con la vuelta al colegio), primavera (época de comuniones) y navidades.

El sector de moda infantil y juvenil es uno de los que cuentan con mayor cantidad de establecimientos franquiciados (3.297 locales). La inversión media de una tienda de moda infantil en franquicia es de 56.560 €.

Cada vez más personas compran moda por Internet. El 3% de los 4,2 millones de ellos afirma adquirir moda infantil.

## DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contracción del gasto familiar</li> <li>Bajada de la natalidad</li> <li>Competencia de grandes superficies comerciales, grandes almacenes, mercados ambulantes y tiendas de ropa deportiva</li> <li>Impacto de las importaciones chinas</li> <li>Aumento de los <i>outlets</i></li> <li>Pérdida de ventas canal multimarca</li> <li>Falta de financiación</li> <li>Préstamo de ropa entre familiares y amigos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Crecimiento de los establecimientos especialistas y de proximidad</li> <li>Incremento del consumo por niño, debido a la profileración de familias con hijo único</li> <li>Mayor preocupación de los niños por la moda</li> <li>Internet como nuevo canal de venta e información</li> <li>Marcas y franquicias españolas reconocidas mundialmente</li> <li>Plazos de entrega pequeños (stocks en fábrica)</li> </ul>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Atención personalizada y calidad del servicio</li> <li>Diferenciación de productos y servicios complementarios</li> <li>Capacidad de fidelización de la clientela</li> <li>Diseños y calidad: sector en constante innovación</li> <li>Baja morosidad</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Negocios pequeños con escasos recursos, lo que les impide evolucionar a mercados más amplios</li> <li>Concentración geográfica de los establecimientos generando más competencia</li> </ul>

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

En la Comunidad Valenciana residen 760.079 niños con edades comprendidas entre los 0 y los 14 años. Desde 2000 se ha incrementado este segmento de población un 25,6%.

La ropa para niños de entre los 2 y los 14 años concentra en torno al 85% del valor total de las ventas, correspondiendo el 15% restante a ropa de bebé. Durante los primeros 36 meses el gasto en textil asciende a 1.118 €.

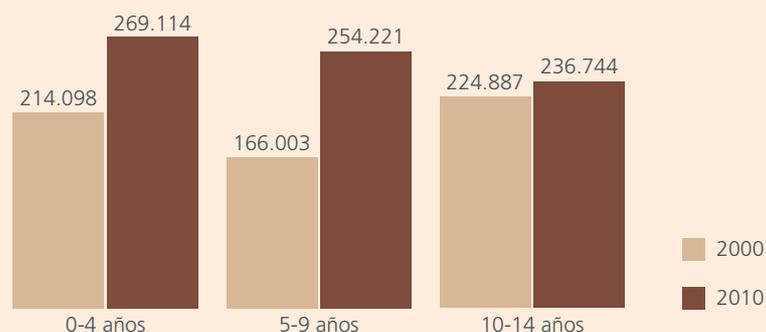
El 60,6% de los clientes que entran en una tienda de moda infantil sin programarlo compran siempre, fijando su gasto medio a partir de 20 €.

### CLIENTES

Los clientes del comercio minorista de moda infantil son madres de 28 a 45 años, de toda condición social, que necesitan vestir a sus hijos; o bien otros familiares o amigos que quieren hacer algún regalo y eligen ropa para ello.

Las variables que más influyen en los consumidores a la hora de elegir un establecimiento para comprar son la calidad y el diseño de las prendas, y el trato al cliente ofrecido por el comerciante.

## EVOLUCIÓN DE LA POBLACIÓN (0-14 AÑOS), COMUNITAT VALENCIANA 200-2010



## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

El 12% de los comercios valencianos se dedican a la venta de textil y calzado (11.429 establecimientos). El gasto medio anual por habitante en textil es de 440 € (en torno a la media nacional).

Su plantilla suele estar formada por entre 1 y 2 personas, susceptible de ser incrementada en las épocas de mayor trabajo (vuelta al cole, navidades, etc.), cuenta con un local de entre 50 y 65 m<sup>2</sup> de sala de ventas y la forma jurídica más común es la de autónomo.

## ¿QUÉ PRODUCTOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS
Textil	Alimentación, Dentición e Higiene
Confección bebé	Seguridad
Premamá	Puericultura y Juguetes

## CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DEL COMERCIO MINORISTA DE MODA INFANTIL TIPO

CNAE/SIC	5242, 52488 / 5641
IAE	651
Condición jurídica	Autónomo
Facturación	87.447 euros / empleado
Localización	Zona céntrica
Instalaciones	Local de 65 m <sup>2</sup>
Clientes	Madres (28-45 años) con un nivel de renta variable, y familiares y amigos que quieren hacer regalo
Cartera de productos	Especialidad en confección de bebé, niño y de premamá y productos complementarios
Herramientas promocionales	Boca-oido, directorios comerciales, Internet, catálogos y anuncios ocasionales en prensa y radio local.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	33.275 euros
Importe gastos anuales	76.121,93 euros
Resultado bruto (%)	9,91%

## RECOMENDACIONES

Es recomendable potenciar las ventas durante todo el año con descuentos y promociones, consiguiendo así que el cliente anticipe sus compras.

Tanto la atención personalizada al cliente como ofrecer un producto especializado y de calidad son elementos de diferenciación entre las empresas.

El emprendedor deberá obtener recursos suficientes para financiar el periodo temporal entre el momento en que se produce el gasto y el momento en que se realiza el ingreso.

## ENLACES DE INTERÉS

[www.fimi.es](http://www.fimi.es) · [www.acotex.org](http://www.acotex.org) · [www.asepri.es](http://www.asepri.es) · [www.noticierotextil.es](http://www.noticierotextil.es) · [www.puericulturamarket.com](http://www.puericulturamarket.com) · [www.cityc.es](http://www.cityc.es)