

CONTEXTO SECTORIAL

La actividad principal comprende la venta al por menor de mobiliario, iluminación, textil hogar, artículos de regalo y decoración, artículos de cocina y artesanía.

En la Comunitat Valenciana existen 2.891 establecimientos comerciales minoristas dedicados al equipamiento del hogar, lo que supone el 6% del comercio al por menor valenciano. Y un 11,3% del total del comercio al por menor de equipamiento del hogar con respecto a España.

El gasto medio por hogar en equipamiento del hogar en 2014 disminuyó con una tasa anual de (-4,1%), desatancando la reducción del gasto en muebles.

Un 36% de los españoles tienen pensado realizar este año un desembolso significativo en cuanto a menaje del hogar.

DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<p>Estancamiento de la actividad inmobiliaria y de construcción (obra nueva, rehabilitación y renovación), muy ligada a la decoración</p> <p>Continua reducción del gasto destinado al hogar</p> <p>Competencia de grandes y medianas superficies especializadas del hogar y grandes almacenes</p> <p>Expansión de las cadenas sucursalistas y redes de tiendas ya establecidas (61% del mercado)</p> <p>Aparición de multinacionales <i>low cost</i> que acaparan una gran cuota del mercado</p>	<p>Incremento del número de hogares unipersonales y estilos de vida que valoran la singularidad y el diseño en el hogar</p> <p>Incorporación continua de criterios de confort, diseño y calidad de los productos</p> <p>Demanda de productos de producción ecológicos y procedentes del reciclado</p> <p>Creciente importancia del mobiliario de optimización del espacio y orden para el hogar</p> <p>Proporcionar información y posibilidad de contacto mediante redes sociales</p> <p>Colaboración entre los profesionales del sector</p> <p>Creación de <i>app</i> para dar a conocer el establecimiento, darse a conocer y potenciar la venta online</p>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<p>Tejido empresarial valenciano del mueble, diseño y artículos del hogar muy potente, con lo que es fácil encontrar buenos proveedores</p> <p>Existencia de personal comercial cualificado y con experiencia en el sector</p> <p>Posibilidad de realizar un trabajo personalizado y colaborar con otros profesionales</p> <p>Posibilidad de ampliar el modelo de negocio incorporando el desarrollo de proyectos integrales de decoración</p>	<p>Necesidad de renovar periódicamente los artículos expuestos</p> <p>El factor localización es clave, lo que puede encarecer el precio del alquiler o compra del local</p> <p>Consideración de los gastos logísticos de almacenamiento y transporte cuando se trabaja con productos de cierto volumen como mobiliario</p>

PERFIL DE LA EMPRESA

La facturación media se sitúa en torno a 300.000 €, su plantilla está formada por entre 2 y 7 personas.

El rendimiento medio por metro cuadrado de superficie comercial (venta y exposición), se sitúa en torno a 1.200 euros por metro cuadrado y por año.

El local adecuado debe contar con una superficie de alrededor de 250 m², si bien a partir de 70 m² se puede desarrollar la actividad con una gama de productos en exposición reducida.

La forma jurídica más común en este tipo de empresas es la de autónomo, seguida de la de Sociedad Limitada y otras condiciones jurídicas como Comunidad de Bienes.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

La mayor parte de las tiendas especializadas en decoración se sitúan en la provincia de Valencia (48,11%) y Alicante (40,53%), mientras que en Castellón se localiza el 11,3% restante.

El sector comercial con 359.780 afiliaciones representó el 21,3% en la Comunitat Valenciana, el número de afiliados en el comercio minorista fue 199.399, representando el 11,8% del total de afiliados a la economía valenciana.

El umbral de población mínimo se sitúa en 25.000 personas, si bien lo óptimo es contar con un área de influencia de 50.000 personas. Hay una propensión al gasto en productos del hogar entre la población residente ubicada en municipios de entre 10.000 y 20.000 habitantes.

¿QUÉ PRODUCTOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS
Venta de mobiliario interior y exterior	Elaboración y ejecución de proyectos integrales de decoración e interiorismo
Comercialización de productos de menaje y decoración, iluminación, textil hogar, regalo, cristalería y complementos para el hogar	Apoyo al trabajo de estudios de arquitectura, diseño e interiorismo y colaboración con esos profesionales
Venta de productos de artesanía	Creación de <i>stands</i> para ferias y escaparates
Montaje del mobiliario	Venta de productos artísticos, de autor y exclusivos y productos de jardinería y pequeños electrodomésticos
Recogida de muebles	

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA TIENDA DE DECORACIÓN TIPO

CNAE/SIC	4759/57.12, 57.19
IAE	653.1/653.3 si es persona física
Condición jurídica	Sociedad Limitada, Autónomo o Comunidad de Bienes
Facturación	259.619 euros
Localización	Zonas urbanas
Personal y estructura organizativa	Emprendedor, encargado de tienda y decorador <i>free-lance</i>
Instalaciones	Local a partir de 70 m ² , si bien lo óptimo son 250 m ²
Clientes	Particulares, locales comerciales, establecimientos de hostelería, agencias inmobiliarias y empresas constructoras/promotoras
Herramientas promocionales	Anuncios en prensa local o revistas especializadas, directorios comerciales, imagen corporativa y boca-oido
Valor de lo inmovilizado/Inversión	51.000 euros
Importe gastos anuales	342.369 euros
Resultado bruto (%)	2%

RECOMENDACIONES

Desarrolla el negocio pensando en un concepto decorativo, ligado a determinados estilos de vida. Elige un local comercial adaptado a la gama de productos que quieres ofrecer. Si vendes mobiliario, prevé la necesidad de ampliar la superficie del negocio.

Elige localizaciones céntricas o en los ejes comerciales principales del barrio, donde se produzcan las mayores afluencias de posibles compradores. Busca sinergias de localización con otros establecimientos comerciales, especializados en mobiliario, iluminación textil hogar, etc. Si puedes, ubícate en zonas donde ya exista una cierta especialización de la oferta en hogar.

Trabaja con proveedores que te ofrezcan gamas de productos distintas. Asegúrate de que son fiables en los plazos de producción y entrega de las mercancías. Este factor es clave en este negocio.

Intenta ofrecer buenos servicios secundarios para destacar frente a la competencia.

ENLACES DE INTERÉS

www.feriahabitatvalencia.com · www.portaldelcomerciante.com · www.cdicv.com · www.aidima.es · www.fevama.es · www.pateco.es · lacasaead.com · www.lasnaves.com · www.spainhabitat.es