

CONTEXT SECTORIAL

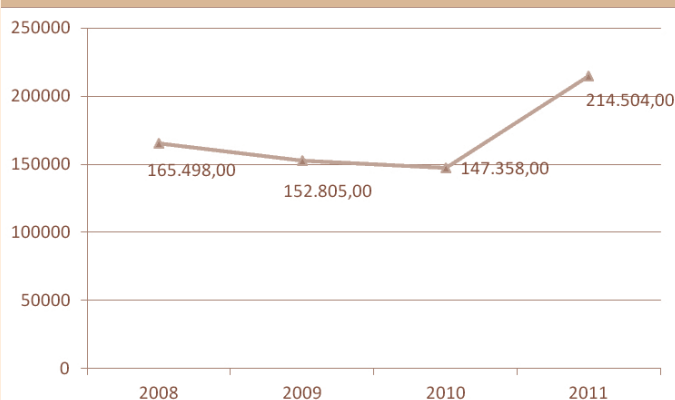
En plena crisi econòmica, les botigues de segona mà s'han convertit en una opció que cal tindre en compte, ja que l'estalvi en la compra de roba a les botigues de segona mà pot oscil·lar entre el 20% i el 75% respecte del preu original de la peça.

No obstant això, no és només la crisi el motiu del sorgiment d'este tipus d'establiments com a alternativa als negocis convencionals, tant físiques com a través d'Internet.

Així, una altra de les causes de la proliferació d'estos negocis també radica en un canvi de mentalitat dels consumidors, els quals han deixat de veure la roba com a un subproducte per convertir-la en competidora de l'oferta convencional amb un valor propi.

L'auge de la moda *vintage* ha contribuït enormement a això. Este terme ha reinventat gran part del sector de venda de roba usada. Si fins ara les botigues de caritat relacionades amb ONG i suposadament per necessitat eren els principals canals de comercialització, i la principal motivació per a la compra era la necessitat, hui dia moltes persones visiten este tipus de botigues per l'estil i la personalitat de les peces úniques.

EVOLUCIÓ VOLUM DE NEGOCI DE LES BOTIGUES DE SEGONA MÀ, ESPANYA, 2008-2012 (milers d'euros)



DAFO

AMENACES

Cultura de segona mà encara incipient a Espanya
Competència d'*outlets* i *factory* i Factor moda
Forte auge de l'intercanvi i venda entre particulars
Competència d'ONGs i botigues de caritat
Franquícies de segona mà de tota classe d'articles

OPORTUNITATS

Moda *vintage* en auge
Menor renda disponible de les famílies
Consumidor més concienciat amb l'estalvi per la crisi
Auge del consum responsable i ecològic
Possibilitats de comercialització a través d'Internet

PUNTS FORTS

Atenció personalitzada i qualitat del servei
Ofereix proximitat i accessibilitat al client
Tracte més relaxat i humà
Capacitat de fidelització de la clientela
Combinació de varietat, preu i bona qualitat
Gran quantitat de potencials proveïdors

PUNTS FEBLES

Falta de formació
Negocis xicotets amb escassos recursos, cosa que els impedeix evolucionar a mercats més amplis
Atomització del sector i falta de especialització
Desconfiança quant a les garanties

ANÀLISI DE LA DEMANDA

DIMENSIONS DEL MERCAT

Segons un estudi realitzat per eBay anuncios, el 85% dels espanyols compra o ven articles usats, i ho considera la millor opció per combatre els «mals temps». A més, el 75% de les persones enquestades estaria disposat a vendre alguna de les seues pertinences per tal d'aconseguir un extra al mes.

D'altra banda, l'Observatori Cetelem 2013 de Consumidors Europeus mostra que un 63 % dels enquestats espanyols declara haver adquirit productes de segona mà, mentre que un 76 % afirma que en el futur ho farà igual o més que ara.

CLIENTS

En el mercat de la roba de segona mà es poden trobar tres tipus de clients segons la seua motivació principal: les famílies castigades per la situació econòmica, els seguidors de la moda *vintage*, i els consumidors responsables amb el medi ambient.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

A la Comunitat Valenciana existeixen 181 botigues dedicades a la venda d'objecte de segona mà, tot i que has de tindre en compte que en este epígraf queden incloses activitats de venda de tota classe d'objectes, a més d'organitzacions no governamentals. Per províncies, Alacant concentra quasi el 50% de l'oferta, seguida de prop per València amb el 44,5%, mentre que Castelló gairebé no frega el 5%.

Els preus de l'oferta de roba de segona mà oscil·len entre samarretes i camises de reestrena per 10 euros, vestits a menys de 20 euros o peces de cuir que no arriben als 40 euros. No obstant això, estos preus poden variar molt en funció del posicionament i tipus de peces comercialitzades per l'empresa.

QUINS PRODUCTES PUC OFERIR AL MEU CLIENT?

PRODUCTES BÀSICS	PRODUCTES COMPLEMENTARIS
Peces de vestir: pantalons, jaquetes, suèters, abrics, camises, samarretes, abrics, etc.	Retoc de peces
Accessoris: bosses, carteres i resta d'articles de marroquineria	Botiga en línia i pagament amb targeta
	Embolcaller a regal
	Assessorament al client
	Acceptació de devolucions

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DE LA BOTIGA DE ROBA DE SEGONA MÀ TIPUS

CNAE 2009/SIC	4779/5932
IAE	656
Condició jurídica	Autònom
Facturació mitjana	120.000 euros
Localització	Zona comercial transitada
Personal i estructura organitzativa	Gerent i depenent
Instal·lacions	50 m ²
Clients	Particulars, definits en funció de l'especialització del establiment
Ferramentes promocionals	Publicitat al punt de venda, pàgina web, premsa
Valor de l'immobilitzat/Inversió	58.161 euros
Import despeses anuals	113.602,51 euros
Resultat brut (%)	5,33%

RECOMANACIONS

L'especialització és especialment important en este sector segons el tipus de client al qual vulgues dirigir-te. Decideix si et centraràs en vendre roba usada econòmica, roba exclusiva, roba infantil, etc.

Crea un flux continu de mercaderies i agrega nous articles regularment al teu estoc, ja que donarà una raó als clients per a visitar-te amb freqüència.

Quant als proveïdors, has de seleccionar bé amb qui treballes en funció del teu posicionament. Si acceptes peces de particulars has d'assegurar-te de la seua qualitat i neteja abans de posar-les a la venda. Una altra forma de proveir-te de roba més exclusiva és la visita a fires *vintage*, rastells o mercadets.

Pel que fa a la localització de la botiga, has de buscar un lloc cèntric i amb abundant tràfic de vianants. Busca especialment un espai pròxim a altres negocis acords al teu posicionament.

Per últim, comptar amb una pàgina web amb botiga en línia t'ajudarà a posicionar-te en el mercat i estendre enormement el teu radi d'acció, tot i que has de valorar-lo en funció del teu posicionament i de les implicacions logístiques i econòmiques que implica la gestió d'un negoci a través d'Internet.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.acotex.org · www.noticierotextil.net · www.feriamodavintage.es · www.portaldelcomerciante.com