

## CONTEXTO SECTORIAL

El sector español de la iluminación se caracteriza por su marcada atomización. Así, se estima que entre las 478 empresas existentes en 2016 conviven una decena de grandes empresas con una mayoría de pymes, contando el 86,2% de ellas con menos de 20 empleados.

A nivel de distribución geográfica, se halla concentrado en dos comunidades españolas: Cataluña y la Comunitat Valenciana, que representan en su conjunto el 43,3% del total de empresas que operan en esta actividad.

En cuanto a la facturación, la Asociación Española de Fabricantes de Iluminación (ANFALUM) estima en 1.280 millones de euros el volumen de negocio alcanzado por la industria de la iluminación considerada en su conjunto en nuestro país a lo largo de 2015.

### FACTURACIÓN SECTOR DE LA ILUMINACIÓN, ESPAÑA, 2015 (%)

Alumbrado interior técnico	39,2%
Alumbrado público	22,9%
Alumbrado interior decorativo	13%
Fuentes de iluminación	12,3%
Componentes	10,5%
Báculos y columnas de alumbrado	2%

## DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Competencia creciente de otros países (China)</li> <li>Dependencia de la coyuntura económica</li> <li>Importancia relativa inferior de los aparatos de iluminación frente a otros productos</li> <li>Fuerte relación con el sector de la construcción y el mueble</li> <li>Elevada competencia de comercios minoristas</li> <li>Tendencia elevada hacia la imitación</li> <li>Consumidor más exigente en sus demandas de aparatos de iluminación</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sector de gran dinamismo e introducción de nuevas tecnologías</li> <li>La Comunitat Valenciana es una de las autonomías con mayor relevancia en el sector de la iluminación</li> <li>Mayor preocupación del consumidor por el medio ambiente</li> <li>Políticas públicas orientadas a la eficiencia energética</li> <li>Acortamiento en la duración del periodo de demanda de iluminación</li> </ul>
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> <li>Productos caracterizados por su elevada calidad</li> <li>Imagen de marca</li> <li>Variación de estilos en materiales y diseño</li> <li>Conocimiento de preferencias, necesidades y gustos de los consumidores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Limitaciones por el tamaño medio de las empresas</li> <li>Niveles de inversión inicial elevados</li> <li>Escaso nivel de asociacionismo empresarial</li> </ul>

## ANÁLISIS DE LA DEMANDA

### TAMAÑO DE MERCADO

El número de unidades producidas en el sector iluminación en el ámbito de la Comunitat Valenciana fue de 6.898.470 en 2014, lo que en términos económicos se traduce en 144.236 miles de euros. Las lámparas y demás aparatos eléctricos de alumbrado para colgar o fijar a techo o pared representan el 90,9% y el 86,5%, respectivamente.

### CLIENTES

Los principales segmentos de clientes de las tiendas de iluminación de la Comunitat Valenciana son particular o residencial, comercial o industrial e institucional, destacando la relevancia del primer grupo por ser el que conforma el 97% de la cartera de clientes.

## ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

En 2016 existen un total de 122 tiendas de iluminación en la Comunitat Valenciana, de las cuales el 59% se encuentran en la provincia de Valencia, el 32,8% en Alicante y el 8,2% restante en Castellón.

La principal forma jurídica adoptada es la de empresario individual, seguida de cerca por Sociedad Limitada. Y suelen ser empresas de pequeño tamaño, que facturan menos de 300.000 euros y con menos de 5 empleados.

### ¿QUÉ PRODUCTOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

PRODUCTOS BÁSICOS	PRODUCTOS COMPLEMENTARIOS
Lámparas de colgar, lámparas colgantes o de suspensión, lámparas de pie, lámparas de sobremesa, lámparas infantiles/juveniles, lámparas de exterior (faroles, colgantes, de iluminación de senderos, etc.), arañas de luz, flexos, campanas, plafones y semiplafones, focos empotrables, proyectores, <i>downlights</i> , <i>frames</i> , regletas, iluminacuadros, lámparas-ventiladores, apliques, sistemas, leds, bañadores de pared, etc.	Bombillas, tubos fluorescentes, otros accesorios de iluminación, elementos decorativos textiles para el hogar, accesorios de mobiliario.

### CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA TIENDA DE ILUMINACIÓN TIPO

CNAE (2009)/SIC	4759/57.19
IAE	653.2/653.9
Condición jurídica	Autónomo
Facturación	308.880 euros
Localización	Centros urbanos o barrios con importantes núcleos de población
Personal y estructura organizativa	Propietario-gerente y un empleado a jornada completa
Instalaciones	150 m <sup>2</sup>
Clientes	Particulares
Herramientas promocionales	Boca-oído, directorios electrónicos, publicidad en revistas especializadas, página web
Valor de lo inmovilizado/Inversión	51.170 euros
Importe gastos anuales	276.085,92 euros
Resultado bruto (%)	32.794,08 (10,37% sobre ventas)

### RECOMENDACIONES

Presta especial atención a la imagen que proyectas de tu negocio. Cuida la decoración, la exposición de las lámparas, el diseño corporativo e, incluso, el vestuario de tus empleados.

El establecimiento tiene que estar atendido por personas conocedoras del mundo de la iluminación, capaces de asesorar y orientar al cliente en su elección de compra de aparatos o sobre la decoración más adecuada.

Actualiza constantemente los modelos y catálogos; pues es el mejor medio de combatir que copien tus modelos.

Considera la ubicación de tu negocio como una variable de marketing de gran interés y relevancia. Si decides especializarte, elige en función de un cliente determinado (joven, vanguardista, ecológica, etc.) o de un tipo de aparato de iluminación (de diseño, rústico, clásico, moderno, etc).

Conoce las tendencias que marcan los hábitos de compra de los clientes. Apóyate en la información que obtienes de tus propios clientes, de otros profesionales, de los equipos comerciales de los fabricantes y mayoristas e incluso de los informes publicados en revistas especializadas del sector.

Dada tu labor de intermediario, la dependencia respecto a los fabricantes es mayor. Por ello, resulta imprescindible que lleves a cabo una correcta selección de tus proveedores. Trata de llegar a acuerdos estratégicos con ellos.

### ENLACES DE INTERÉS

[www.ceisp.com](http://www.ceisp.com) · [www.infurma.es](http://www.infurma.es) · [www.mueble.com](http://www.mueble.com) · [www.femeval.com](http://www.femeval.com) · [www.voltimum.es](http://www.voltimum.es)