

CONTEXTO SECTORIAL

Pasar la ITV al coche, pagar multas de tráfico, hacer cola para comprar unas entradas, devolver unas compras, buscar presupuestos, pasear a las mascotas o acompañar a las personas mayores al médico son tareas para las que muchas personas no tienen tiempo, sobre todo si trabajan. En este sentido, la Encuesta de Empleo de Tiempo elaborada por el INE muestra que de media diaria los españoles gastan 3 horas y 38 minutos en tareas relacionadas con el hogar y la familia, entre las que se encuentran el cuidado de animales domésticos (1:15), el mantenimiento de vehículos (0:58), compras y servicios (1:05) o acompañar a los niños (0:49).

Por otra parte, el Padrón de Habitantes muestra que cada año nuestra población está más envejecida, lo que conlleva un incremento de los servicios de asistencia personal para este segmento de la población. En 2012, el porcentaje de personas mayores de 65 años superaba ya el 17% y se estima que este porcentaje se incrementará año a año.

Otro segmento importante de clientes son las empresas. Se estima que en el año 2007 se perdían alrededor del 4% de las horas de trabajo efectivo, lo que ha provocado que se articulen por parte de las empresas, diferentes medidas para evitar esta pérdida de productividad. Entre ellas se encuentra el denominado *oustourcing* o la externalización de tareas. Así, cada vez más empresas optan por dejar en manos de terceros todas aquellas tareas que no forman parte del "corazón" de su negocio.

DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Sensibilidad a la economía y a los factores de carácter coyuntural Alto número de demandantes de empleo con tiempo disponible	Incremento de la población mayor Tendencia a la externalización por parte de las empresas Mayor valoración del tiempo de ocio Incremento del número de mascotas en nuestro país Horarios de la Administración Pública y otras entidades incompatibles con el horario laboral
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
Posibilidad de poder ofrecer un servicio completo y especializado Fidelización del cliente Buena relación calidad-precio Baja inversión inicial Actividad innovadora en cuanto al concepto del negocio	Desconocimiento del servicio Necesidad de una fuerte labor comercial para captación de clientes Necesidad de ajuste de costes, proporcional entre el coste del servicio y la rentabilidad

ANÁLISIS DE LA DEMANDA

CLIENTES

En este tipo de actividad existen dos perfiles de clientes claramente diferenciados: en primer lugar, están los particulares, entre los que cabe destacar familias cuyos dos progenitores trabajan o incluso *singles* cuya jornada laboral les impide realizar determinadas gestiones o bien que valoran mucho su tiempo de ocio y prefieren delegar ciertas gestiones en terceros. Otra de las tareas más demandadas por este tipo de clientes es el de cuidar o pasear a las mascotas, cada vez más presentes en los hogares.

Otro segmento importante de clientes entre los particulares son las personas mayores que viven solas, y que demandan servicios relacionados con gestiones administrativas y acompañamiento.

Por último, otro gran segmento de clientes es el de las empresas, que cada vez optan más por externalizar servicios intentando reducir sus costes fijos de personal. Entre las tareas más demandadas por este tipo de clientes están llevar documentación a otras empresas, asesorías, bancos o correos, hacer compras de material de oficina, recoger y entregar paquetes, llevar los coches de empresa al taller o ITV, etc.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNIDAD VALENCIANA

En la Comunidad Valenciana existen alrededor de 10 empresas dedicadas a la realización de recados tanto para empresas como para particulares. Se puede afirmar que la competencia es todavía relativamente baja, pero corre el riesgo de saturarse el mercado y entrar en una guerra de precios, debido a las bajas barreras de entrada con las que cuenta la actividad.

La mayoría de las empresas de tareas de terceros son relativamente jóvenes y cuentan con menos de 10 años de experiencia en la actividad. Los servicios más demandados son llevar el vehículo a la inspección técnica (ITV), cuidar de la mascota, realizar la compra semanal o mensual, llevar y recoger a los niños, acompañar a un familiar al médico y gestiones en ayuntamientos o registros.

¿QUÉ PRODUCTOS Y SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS	SERVICIOS COMPLEMENTARIOS
Gestiones administrativas	Buscar información en Internet (técnicos en reparaciones, restaurantes, hoteles, vuelos, etc.)
Paseo y cuidado de mascotas	Lavar el coche
Acompañamiento de niños o personas de la tercera edad	Dar ideas para regalar
Gestiones relacionadas con el vehículo	Revelar fotos
Compras	Pedir presupuestos

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA EMPRESA DE TAREAS A TERCEROS TIPO

CNAE 2009	9609/8299
SIC	7299
IAE	9799
Condición jurídica	Autónomo
Facturación	24.991,74 euros (sin IVA)
Localización	Grandes ciudades
Personal y estructura organizativa	Emprendedor
Instalaciones	No es necesaria una inversión inicial en instalaciones
Clientes	Particulares y empresas
Herramientas promocionales	Boca-oído, página web, redes sociales, tarjetas de visita, directorios especializados
Valor del inmovilizado/Inversión	3.500 euros
Importe gastos anuales	23.867,63 euros
Valor del inmovilizado/Inversión	4,5%

RECOMENDACIONES

Una vez hayas establecido tu negocio, trata de ampliar tu catálogo de actividades, adaptándolo hacia aquellas nuevas necesidades que, desde una perspectiva global, puedan presentarse en el panorama actual del mercado. Algunas empresas optan por no poner límites a la imaginación y directamente proponen que sea el cliente quien pida el presupuesto para la tarea específica. La diversificación de servicios puede ser precisamente lo que te permita diferenciarte de tus competidores.

Trata de potenciar la calidad y la confianza en todas las fases del proceso de prestación del servicio como elemento diferenciador de tu empresa frente a otras.

Lleva a cabo una intensa labor comercial para captar clientes. En el caso de las empresas puedes visitar polígonos industriales, centros de negocio o asociaciones profesionales. Para el caso de particulares el boca a boca e internet pueden ser tus mejores armas de promoción. En este último caso anunciarte en directorios especializados puede ayudarte a darte a conocer.

ENLACES DE INTERÉS

www.domestiko.com · www.eslife.es · www.cronoshare.com · acordamos.com