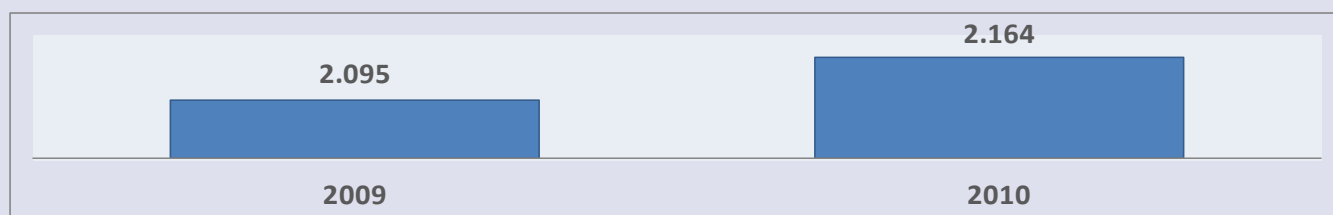


CONTEXT SECTORIAL

Els nous estils de vida i hàbits de consum afavoreixen el desenvolupament de totes les variants d'este sector a Espanya. Així, durant l'any 2011 se xifren en 13.162 les empreses del sector de provisió de menjars preparats.

El Panell d'Alimentació que anualment realitza el Ministeri d'Agricultura, Pesca i Alimentació assenyala que entre els anys 2009 i 2010 la despesa de les llars espanyoles en esta partida, en valor dels plats comprats, va passar de 2.095 a 2.164 milers d'euros, el que suposa un increment del 3,29% superior a la taxa de variació experimentada per l'alimentació en general, el -2,29%.

Evolució de la despesa en plats preparats a les llars, Espanya, 2009-2010 (valor dels plats comprats, milers d'euros)



DAFO

AMENACES	OPORTUNITATS
- Entrada de productes substitutius més barats - Increment de l'oferta de menjars preparats - Incorporació del servici de venda a domicili per part de restaurants tradicionals i oferta de plats per emportar - Fort competència per part dels grans grups d'alimentació	- Canvis en els hàbits de consum - Incorporació massiva de la dona al mercat laboral: nous models de família - Aparició de nous nínxols de mercat: joves independents, tercera edat, empreses, etc. - Capacitat per a obrir-se a nous negocis, com el càtering
PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
- Mobilitat, capacitat d'atendre un entorn ample - Àmplia oferta de plats disponibles davant de l'oferta més limitada d'altres empreses de la competència (pizzeries, etc.) - Opció de venda al local	- Identificació de tot el sector amb menjar ràpid - Alt grau d'exigència del consumidor - Reduïda dimensió dels negocis - Preus elevats en comparació amb els substitutius

ANÀLISI DE LA DEMANDA

Dimensions del mercat

Quan parlem d'empreses de menjar a domicili ens trobem amb la impossibilitat de trobar dades desagregades. Existeixen dades agrupades sota el mateix epígraf de CNAE a una sèrie d'activitat que no se ceneixen únicament a l'empresa tipus que abasta l'estudi d'esta fitxa.

Les dimensions del teu mercat vindrà definit bàsicament per dos factors:

- La grandària de la població del teu àmbit d'influència immediat (la teua zona) i indirecte (tota la zona que pots cobrir).
- La competència que existeix, les seues característiques i la seua localització.

Clients

El perfil tipus de client són persones al voltant dels 25-45 anys, treballadors i matrimonis amb fills, que pertanyen a la classe mitjana-alta i amb certa capacitat adquisitiva. A més, el moment de compra sol coincidir amb el temps d'oci.

També existeixen altres perfils de clients amb un cert potencial: els treballadors individuals d'empreses i les persones de la tercera edat.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

Este tipus de negocis és molt comú a la Comunitat Valenciana per la comoditat que suposa tant per a la seua població com per al turisme que visita la Comunitat a través d'estàncies en segones residències o apartaments llogats. Si estudiem on es localitzen este tipus d'establiments observem com la majoria es localitzen a la província de València (57%), seguida per ordre d'importància d'Alacant (35%) i finalment Castelló (8%).

L'establiment tipus factura menys de 300.000 euros. Sol tindre una plantilla formada per menys de 5 empleats, i el seu local tipus s'estima que posseeix aproximadament 90 m². La forma jurídica que predomina en este tipus d'empresa és la d'autònom.

QUINS PRODUCTES I SERVICIS PUC OFERIR ALS MEUS CLIENTS?

PRODUCTES BÀSICS	SERVICIS COMPLEMENTARIS
- Carta amb els diferents plats que es preparen - Menús (venda agrupada) - Enviament a domicili - Atenció telefònica	- Pagament amb targeta - Reserva en línia - Menjars especials (diabètics, celíacs, infantils, etc.) - Targeta de fidelització - Geomàrqueting (descomptes)

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DEL COMERÇ DE PROXIMITAT TIPUS

CNAE 2009	5629
IAE	677.9
Condició jurídica	Autònom i S.L.
Facturació mitjana	162.000 €
Localització	Zones metropolitanes
Personal i estructura organitzativa	Cuiner, ajudant de cuina i dependent
Instal·lacions	90 m ²
Clients	Famílies amb fills, treballadors, públic de 25-45 anys
Ferramentes promocionals	Boca en boca, directoris comercials, bustiada
Valor de l'immobilitzat/inversió	29.555 €
Import despeses	153.616,61 €
Resultat brut (%)	5,17 %

RECOMANACIONS

Analitza el tipus d'establiment existent a la teua àrea d'influència i intenta fer-te un lloc en el mercat, triant com a estratègia la diferenciació de la teua competència.

Estudia els hàbits de consum de la zona, de forma que pugues estimar un volum de mercat aproximat.

Per a poder oferir-te un servei integral, la teua oferta ha d'incloure tant alimentació (entrants, plats principals i postres) com begudes.

El preu ha d'estar definit pel tipus de productes i servicis que oferisques i no allunyar-se dels del mercat, tot i que la diferenciació quant a oferta i servicis et pot permetre apujar-los.

Has d'utilitzar diferents ferramentes publicitàries i promocionals per tal de fer conèixer la teua empresa: directoris comercials, bustiada, imatge corporativa, etc.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.e-restauracion.com
www.cierval.es
www.ine.es

www.mundocatering.com
www.consumo-inc.es
www.ive.es

www.fehr.es
www.secot.org