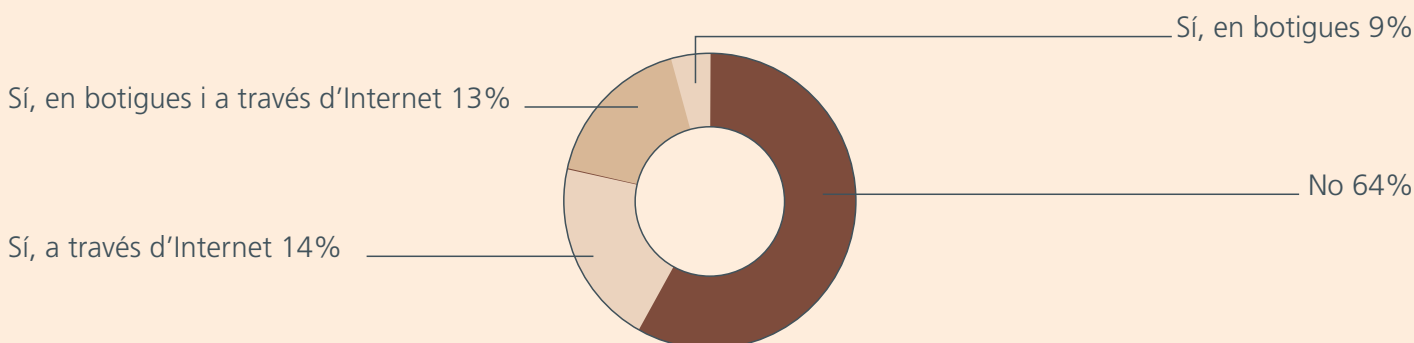


CONTEXT SECTORIAL

La crisi econòmica regnant ha provocat un major moviment en les empreses de compravenda d'objectes de segona mà. Durant els últims anys ha augmentat tant el nombre de clients que busquen preus baixos com el de consumidors que acuden als establiments per tal de vendre diferents articles. A Espanya, el 37% de la població ja ha utilitzat este sistema.

Segons dades de compra de regals per a l'any 2010, Espanya ocupa els nivells més alts en intenció de compra d'este tipus de productes.

GRÀFICA D'INTENCIÓ DE COMPRA DE PRODUCTES DE SEGONA MÀ PER A REGALAR (2010)



DAFO

AMENACES	OPORTUNITATS
Gran oferta en línia Intrusisme de botigues d'organitzacions sense ànim de lucre Venta en línia (eBay)	La crisi afavoreix la compravenda Continua renovació tecnològica que afavoreix la circulació de productes
PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
Garanties que no ofereixen els particulars Gran varietat de productes Fortalesa davant altres comerços	Sobrecàrrega de productes Mercat ocupat per grans empreses/franquícies Baixos marges de beneficis

ANÀLISI DE LA DEMANDA

DIMENSIONS DEL MERCAT

Actualment les famílies busquen noves fórmules per millorar l'economia domèstica i promoure l'estalvi familiar. Les botigues de segona mà són les grans protagonistes en este procés, ja que el 63% dels espanyols mostra una clara intenció d'adquirir productes de segona mà. Per això, les vendes d'estos productes s'han elevat a alguns establiments fins al 20%.

Electrònica, imatge i so, telefonia mòbil i joieria són els productes més demandats a l'hora de comprar i vendre.

CLIENTS

Els clients d'estes empreses són consumidors de qualsevol edat que volen beneficiar-se de preus més econòmics i particulars que volen vendre alguna cosa de la seua propietat a un preu raonable, així com empreses que volen posar en el mercat objectes que ja no necessiten per tal de recuperar capital.

Segons estudis, al 62% dels espanyols els agradaria que les botigues oferiren més productes de segona mà. Esta tendència és més pronunciada entre els joves i les persones amb menys ingressos.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

A la Comunitat Valenciana la major part dels establiments dedicats a la venda de segona mà pertany al règim de franquícia. A Espanya existeixen set ensenyas relacionades amb la venda d'objectes nous i usats.

En concret, l'actual situació econòmica ha propiciat que l'obertura d'empreses de compravenda d'or haja crescut de forma ràpida en els últims anys.

QUINS SERVICIS PUC OFERIR AL MEU CLIENT?

SERVICIS BÀSICS	SERVICIS COMPLEMENTARIS
Compra de productes nous i utilitzats	Valoració econòmica de productes usats
Venda de productes nous i utilitzats	Reparació i manteniment
Gestió d'empenyoraments	

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DE LA BOTIGA DE SEGONA MÀ TIPUS

CNAE 2009	4779
IAE	6390
Condició jurídica	Societat Limitada
Localització	Àrees metropolitanes
Personal i estructura organitzativa	2-5 empleats
Instal·lacions	Local comercial de 200 m²
Clients	Particulars
Ferramentes promocionals	Relacions personals, anuncis a guies comercials, màrqueting en línia i màrqueting 2.0, premsa, ràdio, TV
Facturació mitjana	130.000 - 400.000 euros
Valor de l'immobilitzat/Inversió	100.000 euros
Import despeses anuals	60.000 - 320.000 euros

RECOMANACIONS

Cada dia és major la confiança del consumidor en el comerç electrònic, de manera que seria interessant oferir un catàleg de productes a la web.

El mercat està copat per grans empreses/franquícies, de manera que cal oferir millors preus i servicis addicionals que et diferencien d'ells.

Cal portar un rigorós control juntament amb la policia de la procedència dels productes per tal d'evitar el tràfic d'objectes robats, ja que així ho exigeix la normativa vigent.

ENLLAÇOS D'INTERÉS

www.cash-converters.es · www.trashopping.es · www.secondcompany.es · www.daily-price.es · www.lovendoporti.es · www.ebay.es