

CONTEXTO SECTORIAL

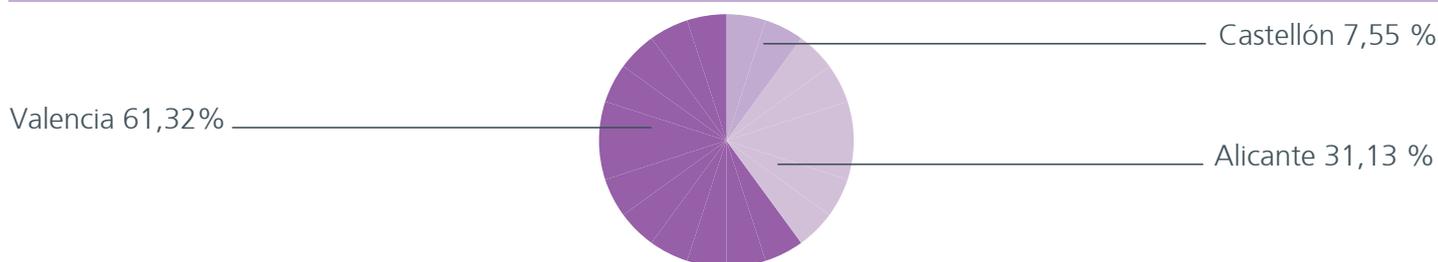
Estas empresas realizan acciones de marketing, tanto en su vertiente estratégica, que incluye el análisis de los mercados, la selección de una estrategia y elaboración de planes de marketing, como en su versión operativa en cuanto a decisiones de producto, servicios al cliente, precios, canales de distribución, ventas, publicidad y otras herramientas promocionales, se refiere.

No es necesaria una titulación concreta, pero es aconsejable contar con una licenciatura en Económicas, Sociología, Derecho o Investigación y Técnicas de Mercado.

La cifra neta de negocios del sector de la investigación en el conjunto del mercado español, para el año 2017, se situó en 506 millones de euros, lo que supuso un crecimiento del 3% con respecto al año anterior.

Los trabajos de servicios de **outsourcing** suponen el 49,8% de los ingresos, el desarrollo e integración representan el 27,6% y los servicios de consultoría tradicional el 22,6% restante.

DISTRIBUCIÓN GEOGRÁFICA DE LAS CONSULTORÍAS DE MARKETING EN LA COMUNITAT VALENCIANA (%)



DAFO

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> · Competencia por agentes institucionales. · Intrusismo. · Reducción de costes en las empresas para este tipo de servicios. 	<ul style="list-style-type: none"> · Adaptación tecnológica y formativa. · Tendencia al outsourcing. · Importancia de trabajos realizados para conocer el consumidor.
PUNTOS FUERTES	PUNTOS DÉBILES
<ul style="list-style-type: none"> · Condición de negocio especializado. · Alta fidelización de la clientela. · Elevada cualificación y experiencia profesional. · Escasa inversión para la puesta en marcha del negocio. 	<ul style="list-style-type: none"> · Dificultad para hacerse con una cartera de clientela. · Actividad insuficientemente valorada. · Elevado reciclaje en formación profesional específica.

PERFIL DE LA EMPRESA

Más del 82% lo componen empresas que no tienen más de 2 personas asalariadas.

Su facturación está en torno a los 280.000 euros anuales.

La forma jurídica más común en este tipo de empresas es la de persona física.

ANÁLISIS COMPETITIVO EN LA COMUNITAT VALENCIANA

En la Comunitat Valenciana, existen registradas 530 empresas de estudios de mercado. Por distribución geográfica, el 61,32% de las empresas se concentra en la provincia de Valencia, mientras que en la provincia de Alicante se ubican el 31,13% de consultoras, y en Castellón el 7,55% restante.

Es un sector diverso, con compañías globales que ofrecen una aproximación multidisciplinar, y soluciones integradas a medida de los negocios de su clientela y pequeñas empresas centradas en nichos de actividad.

Casi el 15% de estas empresas disponen de una plantilla formada entre tres y nueve personas, susceptible de ser incrementada en las épocas de más trabajo, y su facturación y las instalaciones necesarias difieren de unas empresas a otras, según el tamaño y el tipo de productos que ofrezca cada una.

¿QUÉ SERVICIOS PUEDO OFRECER A MI CLIENTE?

SERVICIOS BÁSICOS

- Investigación de mercados.
- Programación y desarrollo del producto, fijación de precios.
- Canales de distribución y logística.
- Comunicación integral: publicidad, comunicación e imagen, Relaciones Públicas, Marketing directo, promoción, etc.

SERVICIOS COMPLEMENTARIOS

- Organización del departamento comercial.
- Internet y nuevas tecnologías.

CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LA CONSULTORÍA DE MARKETING Y ESTUDIOS DE MERCADO TIPO

CNAE/SIC	70.22 - 73.20 - 74.90 / 87.32 – 87.41 – 87.42 – 87.44 – 87.48
IAE	84.6 – 84.7 – 84.99
Condición jurídica	Sociedad Limitada
Facturación	283.000 euros
Localización	Centros urbanos
Personal y estructura organizativa	Dos emprendedores y 2 técnicos
Instalaciones	Local de 90 m ²
Clientes	Empresas de diversos sectores (servicios, construcción, alimentación, etc.)
Herramientas promocionales	Boca-oído, páginas web, mailing y diseño de imagen corporativa.
Valor de lo inmovilizado/Inversión	40.000 euros
Importe gastos anuales	231.488 euros
Resultado bruto (%)	18,20%

RECOMENDACIONES

Los servicios más ofrecidos son estudios de mercado, estudios de opinión y consultorías estratégicas. La persona emprendedora es la que asume normalmente las labores comerciales de la empresa, y suele ser la encargada de tratar con la clientela. Debes cuidar el trato con la clientela y la calidad de los servicios que ofertes. En este sector, es importante la fidelización de la clientela.

La partida para la adquisición de los equipos informáticos es la más elevada que tienes que asumir. Para el comienzo de la actividad empresarial es suficiente con un local de 50 m² para las oficinas y la sala de reuniones.

Ofertar un precio inferior al de la competencia te facilitará la captación clientela que no esté familiarizada con el servicio, y tu experiencia y profesionalidad serán fundamentales para avalar los futuros resultados. Utiliza las nuevas tecnologías como elemento de promoción, ya que transmiten una imagen moderna y dinámica de la empresa.

ENLACES DE INTERÉS

www.consultoras.org · www.aedemo.es · www.aneimo.com · www.aemp.es · www.adigital.org