



ANEXOS

Investigación previa

1. Información de la empresa, mercado y competencia (*Análisis preliminar*)

La empresa

Para este apartado se ha recogido y analizado información de la página web y de las noticias en las que aparece mencionada la empresa.

Fumigaex S.L. es una empresa afincada en Mérida, provincia de Badajoz (Extremadura). Se dedica al sector de las D.D.D, también conocidas como desinfección, desinsectación y desratización.

Fue fundada por Manuel Rapestre y el personal que forma la empresa está integrado por licenciados en biología y ciencias ambientales que trabajan junto a técnicos y aplicadores cualificados.

Posee una flota de 10 vehículos cuyo objetivo es poder responder a cualquier incidencia en un período de 24 horas como máximo.

Fumigaex S.L. ha sido registrada y homologada para el ejercicio de su actividad por la Junta de Extremadura, la Junta de Andalucía y la Junta de Castilla la Mancha.

Es miembro de la Asociación Madrileña de Empresas de Desinfección (AMED) y de la Asociación Central de empresas de Calidad de ambiente interior (ACECAI).

Trabaja con distribuidores e instaladores exclusivos como Ramarpul para los sistemas de microclimas y nebulización; y con AguaPura para los tratamientos de agua.

Fumigaex ofrece los siguientes servicios:

- Desinfección
- Desinsectación
- Desratización
- Control de aves urbanas
- Control de xilógagos: tratamientos de madera, carcoma, termitas, etc.
- Control y prevención de legionella.
- Instalación y mantenimiento de microclimas.
- Tratamientos fitosanitarios (Control de plagas de parques y jardines: procesionaria, babosas, pulgones, etc)
- Mantenimiento de parques y jardines: Podas, recortes de setos, etc.
- Estudios y colocación de sistemas de riego.
- Venta e instalación de descalcificadores de agua.
- Limpiezas de conductos de aire acondicionado.
- Recogida de muestras de calidad de ambientes interiores: Quirófanos, centros de trabajo, etc.
- Laboratorio agroalimentario.
- Análisis de potabilidad de aguas: Aguas de red, pozos, etc.
- Control de sistemas de seguridad alimentaria, también llamado APPCC.

Durante los últimos años, ha ganado los concursos para la aplicación y mantenimiento del sistema de microclima en el centro comercial de la ciudad de Mérida, capital de Extremadura.

Ubicación:

La sede de la empresa está situada en una nave industrial de la Calle Bilbao, polígono industrial El Prado, Mérida.

Análisis de la competencia

Por ubicación (cercanía)	Fumigaciones JMS Chino control de plagas GTSA (Gabinete Técnico de Sanidad Ambiental)
Servicio regional	PlagaExtrem Control de plagas AGS Tradisha (Badajoz) Hiamex Fumigaciones JMS
Marcas nacionales fuertes	Pet System International Rentokil
Mejor situadas web y páginas amarillas	Tradisha Rentokil Pet System International Fumigaciones JMS

Existe un gran número de empresas en el sector, sin embargo, ninguna de ellas consigue diferenciarse de la competencia. Todas ofrecen los mismos servicios y no realizan una comunicación efectiva.

DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none"> Comunicación pobre Página web antigua Poco personal 	<ul style="list-style-type: none"> Alta competitividad
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none"> Muchos años en el sector Personal cualificado 	<ul style="list-style-type: none"> Mala comunicación de la competencia Sector sin ninguna diferenciación

2. Metodología

Tras el análisis preliminar, se llegó a la conclusión de que la mejor opción para la investigación era diseñar un sistema exploratorio. Esta decisión fue tomada debido a la poca cantidad de datos disponibles sobre el mercado y el consumidor.

Se acordó realizar una entrevista con la empresa para ampliar información de la misma y de su visión del mercado, una encuesta online dirigida a consumidores particulares, y, por último, una encuesta cara a cara destinada a las empresas y locales públicos que reclamaban este tipo de servicio.

Entrevista con la empresa

El objetivo de la entrevista no era otro que el de ampliar la información recogida a través de la web y las noticias. Se concertó una reunión con el fundador de la empresa y se le formularon diversas preguntas sobre su público objetivo, sus servicios, etc. (La entrevista se adjunta en el anexo)

Encuesta online

Se realizó una encuesta online la cual se distribuyó a 100 personas residentes en Extremadura y zonas colindantes. El objetivo de la misma era averiguar las pautas de consumo de este tipo de servicio. Se eligió a aquellos que representasen al consumidor particular y se decidió realizar una segmentación por edad.

El objetivo último de la encuesta era averiguar cuántos de los encuestados habían contratado alguna vez un servicio de fumigación para sus casas y cómo fue el proceso de elección y decisión de la empresa. A aquellos que aún no se habían visto en la tesitura de tener que contratar un servicio de este estilo se les formularon preguntas sobre cómo actuarían en el hipotético caso de que tuvieran que hacerlo.

Aparte, se añadieron preguntas sobre lo que valoraban más de estos servicios, si recordaban el nombre de alguna empresa del sector y un pequeño test sobre la identidad visual actual de la empresa Fumigaex.

Encuesta cara a cara

También se realizaron encuestas dirigidas al público formado por empresas y locales comerciales. Esta vez se realizó en persona y los objetivos perseguidos eran los mismos que en la anterior encuesta. Se eligió el azar como criterio para realizar la encuesta.

3. Conclusiones

Entrevista con la empresa

Tras la entrevista se sacaron las siguientes conclusiones:

Sobre la empresa:

- Fue fundada en 1991 como autónomo y en 1999 pasó a ser una Sociedad Limitada.
- Empezaron siendo un solo empleado y fueron creciendo hasta convertirse en una empresa formada por 11 trabajadores.
- Sus servicios más solicitados son: D.D.D, control de legionella, tratamiento fitosanitario, sistema APPCC, control de ambiente interior (limpieza de conductos de aire acondicionado), control de xilófagos, instalación de microclimas y control de aves urbanas.

Sobre la competencia y el mercado:

- Según el fundador, el sector presenta una alta competencia.
- Muchos clientes anteponen el precio a la calidad del servicio.
- Existe mucho intrusismo y falta de regulación en el sector.
- El territorio abarcado por sus servicios comprende Extremadura, Andalucía y Castilla la Mancha, sin embargo, en estas dos últimas comunidades solo tienen una serie de clientes fijos a los que atienden de manera anual.

Sobre los consumidores:

- Tienen como consumidores clave a instalaciones comerciales, locales públicos y domicilios particulares.
- Según la empresa los consumidores están repartidos en una proporción semejante.

Encuesta online para consumidores particulares

Las conclusiones extraídas de la encuesta online fueron las siguientes:

El 53% de los encuestados eran mujeres y el 47% restante eran hombres. De estos, el 21% tenía entre 18 y 25 años, el 25% entre 25 y 40, el 34% se encontraba entre los 40 y los 65 y, por último, el 20% restante tenía más de 65 años.

De todos los encuestados, el 69% vivía en Extremadura. El resto vivía en zonas colindantes donde la empresa también puede ejercer sus actividades.

Solo el 14% de todos los usuarios que se sometieron a la encuesta habían solicitado alguna vez los servicios de una empresa de fumigación para su hogar. En su mayoría fueron casos de D.D.D. o limpiezas de aires acondicionados.

Este porcentaje, perteneciente a las personas que habían contratado alguna vez el servicio, se concentraban en edades por encima de los 40 años. La gran mayoría había dado con la empresa a través de Internet, aunque algunos también lo habían hecho gracias a las recomendaciones de conocidos o las páginas amarillas.

La inmensa mayoría de este grupo de encuestados (89% del 14%) antepone la calidad al precio, aunque entendía que el precio era un factor importante.

En lo que a recuerdo se refiere, ninguno fue capaz de nombrar a ninguna empresa perteneciente al sector, ni siquiera a aquellas que les habían prestado algún servicio anteriormente.

El porcentaje restante, es decir, aquellos que no habían contratado nunca un servicio del estilo respondieron preguntas sobre cómo actuarían si tuvieran que ponerse en contacto con una fumigadora.

Las conclusiones fueron muy similares a las del anterior grupo: La mayoría utilizaría la web para encontrar la empresa y valoraban la calidad por encima del precio, aunque en este caso, el porcentaje de aquellos que daban más importancia al precio aumentó.

Al igual que antes, casi nadie fue capaz de recordar el nombre de ninguna empresa del sector. Solo 7 de los encuestados lograron nombrar alguna empresa. Estas fueron Protexplagas, Chinos y Fumigaex. Esto vuelve a confirmar que apenas existe recuerdo entre las empresas del sector.

Por último, a todos los encuestados se les preguntó su opinión sobre la identidad visual actual de Fumigaex. El 85% declaró que les resultaba confusa y recargada, incluso varios llegaron a relacionar el logotipo con la contaminación o con que Extremadura era una Comunidad sucia.

Encuesta cara a cara para el sector empresarial

Las conclusiones sacadas a raíz de estas encuestas mostraron unos patrones muy similares a los anteriores.

Alrededor del 60 % de los encuestados había solicitado alguna vez los servicios de una fumigadora. Aunque la mayoría prefería la calidad al precio, en esta ocasión aparecieron más usuarios que optaron por un servicio más barato y de menor calidad. Esto se debía principalmente a que muchos de ellos debían realizar trabajos de desinfección o mantenimiento anuales porque se los exige la ley.

Todos ellos habían buscado a la empresa a través de internet, aunque algunos también se habían dejado llevar por las recomendaciones.

La principal diferencia con el público de las viviendas particulares radica en el tipo de servicios solicitados. Aunque la desinsectación estaba a la cabeza de la lista, también se dieron casos de desinfección, de instalación de microclimas y de limpieza de aire acondicionado.

Casi ninguno de los encuestados fue capaz de nombrar la empresa que había realizado el trabajo, sin embargo, aquellos que quedaban contentos con el servicio prestado solían guardar el contacto de la empresa para futuros trabajos.

La identidad visual fue clasificada de manera muy similar a la del anterior grupo.

4. Análisis completo

La empresa

Para este apartado se ha completado la información obtenida en la fase preliminar con la recogida en la investigación posterior.

Fumigaex S.L. es una empresa afincada en Mérida, provincia de Badajoz (Extremadura). Se dedica al sector de las D.D.D, también conocidas como desinfección, desinsectación y desratización.

Fue fundada en 1991 por Manuel Rapestre, se mantuvo como autónomo hasta consolidarse como Sociedad Limitada en 1999. El personal que conforma la empresa está integrado por licenciados en biología, licenciados en ciencias ambientales que trabajan junto a técnicos y aplicadores cualificados.

Aunque en la actualidad puede actuar en todo el territorio nacional, restringe su actividad a estas tres comunidades, representando Andalucía y Castilla la Mancha un porcentaje significativamente menor que Extremadura.

Posee una flota de 10 vehículos cuyo objetivo es poder responder a cualquier incidencia en un periodo de 24 horas como máximo.

Fumigaex S.L. ha sido registrada y homologada para el ejercicio de su actividad por la Junta de Extremadura, la Junta de Andalucía y la Junta de Castilla la Mancha.

Es miembro de la Asociación Madrileña de Empresas de Desinfección (AMED) y de la Asociación Central de empresas de Calidad de ambiente interior (ACECAI).

Trabaja con distribuidores e instaladores exclusivos como Ramarpul para los sistemas de microclimas y nebulización; y con AguaPura para los tratamientos de agua.

Fumigaex ofrece los siguientes servicios:

- Desinfección
- Desinsectación
- Desratización
- Control de aves urbanas
- Control de xilógagos: tratamientos de madera, carcoma, termitas, etc.
- Control y prevención de legionella.
- Instalación y mantenimiento de microclimas.
- Tratamientos fitosanitarios (Control de plagas de parques y jardines: procesionaria, babosas, pulgones, etc)
- Mantenimiento de parques y jardines: Podas, recortes de setos, etc.
- Estudios y colocación de sistemas de riego.
- Venta e instalación de descalcificadores de agua.
- Limpiezas de conductos de aire acondicionado.
- Recogida de muestras de calidad de ambientes interiores: Quirófanos, centros de trabajo, etc.
- Laboratorio agroalimentario.

- Análisis de potabilidad de aguas: Aguas de red, pozos, etc.
- Control de sistemas de seguridad alimentaria, también llamado APPCC.

Según la empresa, los servicios más demandados y, por tanto, los que representan una cuota de ventas mayor son:

- D.D.D (Desinfección, desinsectación y desratización)
- Control de legionella
- Tratamiento fitosanitario
- Sistemas APPCC
- Control de ambiente interior.
- Instalación de microclimas
- Control de aves urbanas

Durante los últimos años, ha ganado los concursos para la aplicación y mantenimiento del sistema de microclima en el centro comercial de la ciudad de Mérida, capital de Extremadura.

Ubicación:

La sede de la empresa está situada en una nave industrial de la Calle Bilbao, polígono industrial El Prado, Mérida.

Comunicación anterior:

La comunicación que han utilizado hasta la fecha es meramente informativa y no incita al recuerdo. Carece de creatividad y planificación estratégica. Suelen utilizar la televisión, radio y prensa regionales.

Competencia

Por ubicación (cercanía)	Fumigaciones JMS Chino control de plagas GTSA (Gabinete Técnico de Sanidad Ambiental)
Servicio regional	PlagaExtrem Control de plagas AGS Tradisha (Badajoz) Hiamex Fumigaciones JMS Protexplagas
Marcas nacionales fuertes	Pet System International Rentokil
Mejor situadas web y páginas amarillas	Tradisha Rentokil Pet System International Fumigaciones JMS

Existe un gran número de empresas en el sector, sin embargo, ninguna de ellas es capaz diferenciarse de la competencia. Todas ofrecen los mismos servicios y ninguna realiza una

comunicación efectiva, lo cual desemboca en que no haya ninguna marca en este ámbito que sea recordada por el consumidor.

A esto hay que sumar el intrusismo laboral llevado a cabo por empresas pertenecientes a otros ámbitos, usualmente pintura o albañilería, que ofrecen servicios de fumigación a un precio relativamente menor sin contar con los materiales adecuados ni el personal correctamente cualificado.

Mercado

El mercado está conformado por dos tipos de consumidores principalmente. El primero de ellos es el que requiere el servicio de la empresa para su vivienda particular y el segundo se trata de empresas o locales públicos que de vez en cuando también requieren dichos servicios.

Ambos sectores representan un número de ventas similar en las finanzas de la empresa, sin embargo, se ha detectado que la solicitud de los servicios de fumigación en particulares es significativamente mayor a partir de los 40 años de edad. En este segmento los servicios más demandados son los relacionados con las D.D.D (sobre todo desinsectación y desratización), además de limpiezas para aire acondicionado.

En el segmento del público empresarial los servicios solicitados son más amplios. Aparte de las D.D.D y las limpiezas de conductos de ventilación, hay que añadir la colocación y mantenimiento de microclimas, el control de legionella y, en ocasiones, el control de aves. Este público solicita más a menudo estos servicios debido a que muchos de ellos están obligados por la ley.

El método de búsqueda más utilizado por los consumidores para ponerse en contacto con las empresas fumigadoras es internet. La búsqueda en páginas amarillas o las recomendaciones de familiares y conocidos tienen bastantes adeptos pero representan un porcentaje significativamente menor.

Aunque la mayor parte de los consumidores prefiere un trabajo de calidad, la crisis ha conseguido que muchos de ellos renuncien a parte de dicha calidad a favor de un precio más asequible, repercutiendo a favor de empresas que utilizan materiales de peor calidad o favoreciendo el intrusismo laboral, pues ciertas empresas (pintura, albañilería, etc.) ofrecen servicios de fumigación a muy bajo precio debido a que no cuentan con personal titulado ni con las herramientas adecuadas. Esto se debe en parte a la falta de regulación existente en el sector.

En lo referente a la comunicación del sector, se puede decir que es nula o de mala calidad. La poca publicidad existente no cuenta con planificación estratégica previa ni con una creatividad estudiada. Debido a esto no es posible la diferenciación entre empresas ni conseguir el recuerdo en la mente de los consumidores.

Aparte de lo mencionado, hay que tener en cuenta que otro consumidor es la Administración Pública, sin embargo, esta encarga los trabajos a aquellas empresas que presenten el proyecto más rentable mediante un concurso.

DAFO

Debilidades	Amenazas
<ul style="list-style-type: none">• Comunicación pobre• Página web antigua• Poco personal• Poca movilidad de RRSS• Identidad visual confusa• Posicionamiento difuso	<ul style="list-style-type: none">• Alta competitividad• Intrusismo laboral• Poca regulación del sector• Crisis económica
Fortalezas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">• Muchos años en el sector• Personal cualificado• Productos con mayor calidad• Marca con más recuerdo en el consumidor	<ul style="list-style-type: none">• Mala comunicación de la competencia• Sector sin ninguna diferenciación

Entrevista con la empresa

1. ¿Podría contarnos algún dato relevante, curioso o que considere importante aparte de los antecedentes de la empresa que aparecen en la web?

La empresa abrió sus puertas en 1991 como autónomo. A partir de 1999 pasó a ser una Sociedad Limitada. Durante el trayecto que han supuesto estos 26 años, uno de los datos más curiosos es que Fumigaex comenzó estando formada por un único empleado, y a día de hoy somos más de 11.

2. ¿De todos los servicios que ofrece la empresa, cuáles son los más solicitados?

- D.D.D
- Control de legionella.
- Tratamiento fitosanitario.
- Sistema APPCC.
- Limpieza de aires acondicionados.
- Control de xilófagos
- Instalación de microclimas
- Control de aves urbanas

3. ¿Hay alguna empresa que identifiquéis como un competidor potencial? ¿Por qué?

Todas las empresas de nuestro sector representan una fuerte competencia. Esto es debido a que los clientes prefieren servicios más baratos debido a la crisis.

4. ¿Cuánto territorio logra abarcar la actividad de la empresa?

Extremadura, Castilla La Mancha y Andalucía. Últimamente nos han surgido algunos trabajos en Madrid. Sin embargo, Extremadura representa el grueso de nuestras actividades.

5. ¿Cuáles son los consumidores clave de la empresa?

- Instalaciones comerciales (Hoteles, Restaurantes, Bares, Establecimientos de alimentación, Bodegas, Bancos, Cajas, Depuradoras, etc.).
- Instalaciones industriales (Tomateras, Cárnicas, Mataderos, etc.).
- Todo tipo de locales públicos. (Hospitales, Residencias de mayores, Guarderías Colegios).
- Centros comerciales, Catedrales e Iglesia, etc.).
- Domicilios particulares.

**En el plan de comunicación se han tratado como tres grandes grupos: Administración pública, consumidores particulares y locales comerciales, ya que varios de estos consumidores poseen características muy similares.*

6. ¿Algún tipo de consumidor que suela reclamar con más frecuencia los servicios de la empresa?

Las empresas privadas presentan un volumen de negocio mayor que el resto de nuestros clientes.

7. ¿Algún problema que hayáis detectado proveniente del mercado en el que os movéis y afecte a la empresa? (Bajada de ventas, aumento de competidores, etc...)

El principal de nuestros problemas es el intrusismo que existe en nuestro sector. Muchas empresas ajenas a la fumigación ofrecen este tipo de servicios sin estar debidamente cualificadas y a un precio bastante más bajo. Suelen ser negocios de albañilería o pintura sin gente cualificada ni materiales debidamente regulados.

Otro de los problemas que deriva de este es la falta de regulación en el sector de la fumigación.

8. ¿Cuál es vuestro principal objetivo con este plan de comunicación?

Reforzar nuestra imagen situándonos por encima de nuestros competidores y llegar a nuestros clientes con más fuerza.

Análisis pieza de Fumigaex

Se ha elegido para su análisis uno de los tres spots que la marca retransmite a través del canal autonómico de Extremadura.

En el anuncio, de 20 segundos de duración, podemos ver cómo un trabajador de la empresa realiza un trabajo de mantenimiento y limpieza en el jardín y tejado de una casa. Mientras dicho trabajador realiza estas acciones, podemos oír una voz en off que nos presenta a la empresa y nos relata parte de los servicios con los que cuenta Fumigaex.

La música de fondo utilizada se corresponde con alguna pieza sin derechos de autor encontrada en un banco de sonidos.

Al final de spot aparece la marca y el logotipo de la empresa mientras la misma voz en off lee el nombre y el slogan corporativo.

Identidad visual corporativa actual

