

Escenario Económico

INDUSTRIA DE HELADOS ARTESANALES

DesafiAR

2020

Escenario Económico

Contenido

- Descripción del producto 3
- Actividad de la industria 4
- Proyecciones 4
- Estacionalidad de la Demanda..... 4
- Elasticidad de precio 5
- Costos 5
- Créditos 6
- Estrategias de publicidad y ventas..... 6



INDUSTRIA HELADOS ARTESANALES

Bienvenidos a los nuevos empresarios de DesafiAR, en este informe les presentaremos el escenario económico 2020, resultado de un relevamiento de tendencias en algunos indicadores económicos y de informaciones sobre costos previstos para el día a día de la empresa.

Se debe tener en cuenta que eventos sorpresivos pueden afectar la precisión de este documento ya que se encuentra en un mercado en constante cambio inflacionario.

Descripción del producto

El producto que elaborará y venderá la empresa es helado artesanal, la unidad de venta son kilos de helado.

En su forma más simple, el helado o crema helada es un alimento congelado que por lo general se hace de productos lácteos tales como leche, crema y a menudo en combinación con frutas u otros ingredientes y sabores. Generalmente se endulza con azúcar, saborizantes, edulcorantes o miel. Típicamente se le añaden otros ingredientes tales como yemas de huevo, nueces, frutas, chocolate, galletas, frutos secos, yogur y sustancias estabilizantes.

Si el helado es correctamente conservado dentro del recipiente donde se hizo, en un congelador con una temperatura de -19°C , éste aguantará aproximadamente **1 año** desde el día en que se elaboró, sobre todo si es que el helado es de crema ya que las grasas que contiene producen que el producto tarde más en congelarse.

El canal de distribución para sus productos será:

Productores- distribución mayorista- minorista- consumidores: La empresa cuenta con agentes de ventas que se encargan de ir en busca de nuevos clientes para ofrecer este producto; como pueden ser negocios mayoristas que a su vez venden a las grandes cadenas de tiendas o tiendas pequeñas.

Actividad de la industria

La industria del helado se caracteriza por participar de un mercado altamente competitivo donde coexisten tanto empresas locales como nacionales e internacionales. Cada año, los argentinos comen, en promedio, 6,9 kilos de helado. Un relevamiento realizado por la Asociación de Fabricantes Artesanales de Helados y Afines (AFADHYA) revela que entre los fanáticos del helado sobresalen los jóvenes y los consumidores de ingresos medios y altos, que privilegian la calidad de los productos artesanales a la hora de darse un gusto.

Esta situación ha obligado a las firmas a diversificar su producción y diferenciarse mediante la utilización de diversas estrategias tales como, añadir cada vez más valor agregado a sus productos, incorporar nuevos canales de comercialización e incrementar los servicios que brindan en sus bocas de venta.

Proyecciones

Se espera que las ventas para el primer año de la empresa superen los \$3.700.000 lo que significa más de 35.000 kilos de helado vendidos. Tener en cuenta que las ventas del producto se realizara **al por mayor**.

Se estima que la capacidad de producción inicial de 9.000 kilos por trimestre alcanza, en un principio, a cubrir la demanda de los períodos de baja estacionalidad pero **es insuficiente para los de alta**.

Las empresas del sector suelen invertir en publicidad del **1 al 5% de sus ingresos por ventas o entre \$1 y \$5 por unidad vendida**.

Estacionalidad de la Demanda

Los índices estimados son:

Ene/Feb/Mar: 125

Abr/May/Jun: 90

Jul/Ago/Sep: 65

Oct/Nov/Dic: 120

Estos índices muestran cuanto mayor o menor son las ventas en determinado período con relación al promedio anual. Esto es, un índice de 110 señala una demanda 10 por ciento mayor en este periodo que en la demanda promedio anual (100).

Elasticidad de precio

Según el estudio del mercado realizado, se pudo constatar que los consumidores del sector tienen una **elasticidad precio de moderada a alta**.

La alta elasticidad significa que una alteración porcentual del precio tendrá como impacto una alteración porcentual mayor en la cantidad vendida.

Cuando mayor la elasticidad, más sensibles son los consumidores a las variaciones de precio. Una alta elasticidad sugiere que, cuando los precios de determinado producto suben, los consumidores compran mucho menos y que cuando los precios caen, los consumidores compran mucho más. Una baja elasticidad implica que cambios de precio tienen pequeña influencia en la demanda.

Es correcto esperar una cierta correlación entre el nivel de actividad económica y la elasticidad en esta ciudad. Cuando el mercado está en un nivel alto de actividad económica, las personas son menos sensibles a las variaciones de precio.

El estudio realizado también señala que, el precio promedio por kilo de helado en el mercado actual es de **\$100**. Siendo el precio \$90 un precio bajo y \$110 un precio alto.

Los consumidores se muestran dispuestos a pagar un precio mayor por productos con mayor calidad (mientras que no superen el máximo tolerable), aunque prefieren el más barato entre productos de calidad equivalente.

La competencia basada en calidad y en la innovación es una estrategia superadora en el largo plazo con respecto a la estrategia de precios de productos no diferenciados. Ésta última puede llevar a una eventual guerra de precios que pocas empresas pueden sostener.

Costos

El sueldo básico de todo el personal es de \$71.500 mensual. El costo de la mano de obra depende de las cargas sociales, las cuales son diferentes para cada periodo del año, y de la cantidad de horas extras. En el primer periodo el costo de la mano de obra es de \$321.300.

Se estima que el costo de **los insumos de producción para un kilo de helado que rondan entre los \$28 y \$34** aumente por una disminución en la oferta de la leche para los próximos meses.

Créditos

Para financiar las inversiones necesarias para constituir la empresa se pidió un préstamo al Banco de largo plazo a 5 años con sistema de amortización francés. El monto de la cuota trimestral es de \$86000.

Podrá solicitar un préstamo de corto plazo a una **Tasa Anual 32 %**.

Inicialmente se compraron 9000 insumos de calidad "Estándar", parte de esta compra se financió con el proveedor. Un 50% se pagó al contado y el 50% restante se deberá abonar a los tres meses en un solo pago. El monto a pagar es de \$135.000 y el interés sobre la compra a plazo con el proveedor es del **15 % Tasa Anual**.

Estrategias de publicidad y ventas

A pesar de que el consumo se va desestacionalizando levemente con relación a los datos históricos, el verano sigue siendo la estación de más ventas. Según una encuesta de AFADHYA en los meses cálidos, el 80% de la población elige el helado. Predominan los jóvenes de entre 18 a 24 años, de nivel socio económico alta y media. La encuesta indica que el 52% entra en la categoría de consumidores típicos, el 23% son fanáticos (lo toman durante todo el año), el 20% son lejanos (no les gusta) y el 4% son "esquimales" (consumen en invierno, pero no en verano).

Analizando la industria del helado, en los últimos años es posible apreciar una serie de cambios que han generado en la misma un proceso de crecimiento y diversificación. A modo de síntesis se pueden enumerar algunos aspectos relevantes que caracterizan a esta industria en la actualidad:

- Aparición de nuevas marcas y ampliación de locales de las marcas existentes.
- Fuerte competencia en el mercado, que ha obligado a las empresas a diversificarse mediante a la incorporación de mayor valor agregado a la producción.
- Diversificación de la oferta tanto para helados artesanales como industriales, con la introducción de nuevos productos especialmente en helados industriales, así como nuevos sabores en helados artesanales.
- Diversificación de las bocas de venta fundamentalmente en lo relativo al helado industrial, con la incorporación de quioscos, estaciones de servicio, supermercados, entre otros.

- Generación de inversiones tanto para ampliación o instalación de nuevas plantas como en equipamiento y logística con el fin de incrementar su capacidad de producción, así como para instalar nuevos locales de venta.
- Tendencia progresiva a la desestacionalización del consumo, derivada del cambio de hábitos de consumo como consecuencia en parte de la diversificación de la oferta.
- Incremento en los niveles de consumo per cápita a nivel nacional aunque todavía se mantiene en niveles inferiores a otros países de Latinoamérica, Estados Unidos y países de Europa.