

ESTUDIO DE MERCADO

INDUSTRIA HELADO ARTESANAL

Para facilitar el ingreso de los emprendedores en este nuevo escenario, presentamos en este informe, el resultado de un levantamiento de tendencias en algunos indicadores de mercado y algunas informaciones sobre costos previstos para la operación. Obviamente, eventos no previstos pueden afectar la precisión de este documento, pero se cree que la mayoría de las informaciones presentes aquí se llevarán a cabo.

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 aguanta 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 realizará 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

Aunque tradicionalmente se asocia el helado con el verano, los resultados sugieren que la demanda de helados artesanales en Argentina no presenta una estacionalidad tan definida como en el pasado. En la década pasada, las heladerías argentinas tenían una temporada de apertura que comenzaba en octubre y terminaba en abril, con una oferta tradicional y limitada. Sin embargo, actualmente, el mercado demanda helados artesanales durante todo el año.

Factores que influyen la demanda

- La creciente conciencia del consumidor sobre la importancia de la salud y la calidad de los productos alimenticios ha llevado a una mayor preferencia por helados artesanales elaborados con materias primas de alta calidad y sin aditivos químicos.
- La tendencia hacia la experimentación de nuevos sabores y texturas en cualquier momento del año ha aumentado la demanda de helados artesanales innovadores.
- La proyección para el año entrante es positiva, según AFADHYA, que agrupa a 3000 heladerías de todo el país. El 91% de los consumidores considera que el helado es para cualquier estación del año.

En resumen, la demanda de helados artesanales en Argentina ha perdido estacionalidad y se ha convertido en un producto que se consume durante todo el año. La creciente conciencia del consumidor sobre la calidad y la salud, la tendencia hacia la experimentación y la innovación, y la proyección positiva para el futuro indican que la industria de helados artesanales en Argentina seguirá creciendo y evolucionando.

Los índices estimados son:

Ene/Feb/Mar: **120**

Abr/May/Jun: **85**

Jul/Ago/Sep: **80**

Oct/Nov/Dic: **115**

Estos índices muestran cuánto 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**.