

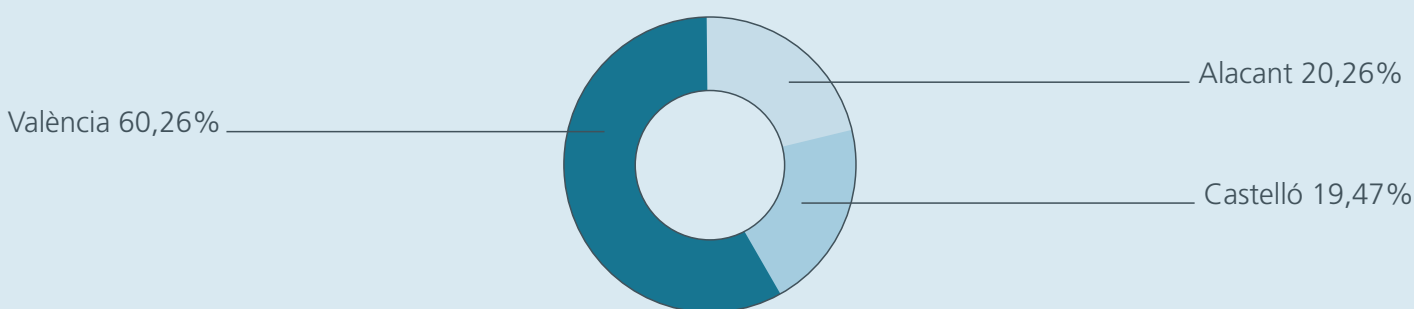
CONTEXT SECTORIAL

Les vendes netes de productes de la indústria alimentària a Espanya van arribar al 86.298 milions d'euros durant l'any 2012. La despesa total en alimentació i begudes el mateix any va ser de 100.678 milions d'euros, dels quals el 67% correspon a la despesa realitzada per les llars.

Esta activitat abasta totes les empreses dedicades a l'elaboració d'aliments preparats de forma principalment manual i relacionats estretament amb un procés d'elaboració propi de la zona geogràfica corresponent. Estos productes es caracteritzen per la seua individualitat i diferenciació de la resta dels aliments del mercat.

Tot i que existeix una gran varietat de productes susceptibles de ser elaborats de manera tradicional, s'ha detectat que a la Comunitat Valenciana este tipus de producció està centrada majoritàriament als treballs de carnisser/xarcuter, pastisser/forner, orxater, torroner, formatger i, en menor grau, apicultor.

DISTRIBUCIÓ DELS ARTESANS D'ALIMENTACIÓ, COMUNITAT VALENCIANA, 2014 (%)



DAFO

AMENACES	OPORTUNITATS
Competència de grans indústries alimentàries Evolució negativa de la situació econòmica i, com a conseqüència, descens del consum d'aliments artesans amb alt valor afegit i de preu superior per al consumidor Reticència dels productors al canvi Normativa reguladora complexa	Gran preocupació per la salut Creixent demanda de productes de qualitat Tradició i bona imatge d'estos productes Reconeixement i certificació de la qualitat del producte Bones oportunitats d'exportació Iniciatives turístiques relacionades amb l'artesania alimentària
FORTALESES	DEBILITATS
Qualitat i exclusivitat dels productes Atenció personalitzada i coneixement del producte Tradició i bon saber fer en el sector Existència de diversos productes que actuen com a dinamitzadors del consum d'altres d'eixe subsector	Negocis xicotets amb pocs recursos Estructures empresarials poc desenvolupades Xicotet volum productiu en comparació amb el sol·licitat per els distribuïdors Dificultats en la distribució dels seus productes Posicionament en canals tradicionals de distribució Relativament alta inversió inicial

ANÀLISI DE LA DEMANDA

DIMENSIONS DEL MERCAT

Segons l'estudi sobre dades de les Denominacions d'Origen Protegides (D.O.P.) i Indicacions Geogràfiques Protegides (I.G.P.) de Productes Agroalimentaris realitzat pel Ministeri d'Agricultura, Alimentació i Medi Ambient, entre els anys 2002 i 2012 el valor comercialitzat d'este tipus de productes va créixer un 73,3%, ja que va passar de 542,58 milions d'euros el 2002 a 940,40 el 2012.

ANÀLISI COMPETITIVA A LA COMUNITAT VALENCIANA

La major part dels artesans d'alimentació es localitza a la província de València (60,26%), amb la resta repartida equitativament entre Alacant i Castelló.

El volum de facturació al que poden arribar les empreses de producció d'aliments d'elaboració tradicional dependrà de factors com ara el tipus de producte que elaboren, el nombre de treballadors que tinguen, el volum de producció al que puguin arribar, els preus que fixen per producte i el tipus de clients principals als qual es dirigeixen.

Dels artesans registrats a la Comunitat Valenciana, el 43,33% són forners, seguits de pastissers (17,79%) i carnisers/xarcuters (14,87%). També és important la presència de torroners i gelaters, amb un 5 % de representació de cadascun.

QUINS PRODUCTES PUC OFERIR ALS MEUS CLIENTS?

PRODUCTES BÀSICS

Formatge, embutits, licors, mel, pa, rebosteria, torrons, orxata, helados, mermelades, etc.

SERVICIS COMPLEMENTARIS

Venda en línia
Cistelles de productes per a regalar

CARACTERÍSTIQUES BÀSIQUES DE L'EMPRESA DE FABRICACIÓ ARTESANA DE PRODUCTES ALIMENTARIS TIPUS

CNAE09	10.13, 10.22, 10.39, 10.52, 10.71, 10.82
SIC	20.79, 20.11, 20.91, 20.22, 20.51, 20.85
IAE	4143, 4161, 4191, 4192, 4212
Condició jurídica	Autònom / Societat Limitada
Facturació	200.000 euros
Localització	Nuclis rurals
Personal i estructura organitzativa	1 Emprenedor i 4 Treballadors
Instal·lacions	Local de 150 m ²
Clients	Magatzemers, botigues especialitzades, establiments d'hostaleria i particulars
Ferramentes de promoció	Boca en boca, pàgina web, directoris comercials i assistència a fires
Valor de l'immobilitzat/Inversió	73.470 euros
Import despeses anuals	176.567 euros
Resultat brut (%)	11,72%

RECOMANACIONS

Cal que personalitzes el teu producte, en doble sentit: desenvolupant una identitat pròpia, amb potenciació dels elements diferenciadors de la teua empresa davant d'altres i adaptació del producte a les especificacions del client, i innovant amb nous productes adaptats als nous àmbits i les noves tendències.

Els productes que ofereixen estes empreses abasten una àmplia gamma. Determinar els que vols oferir constitueix una decisió estratègica de gran importància.

Una important ferramenta de promoció són les fires locals o comarcals, així com les fires sectorials, on pots fer conèixer els teus productes entre potencials clients.

PÀGINES WEB D'INTERÉS

www.mercasa-ediciones.es · www.fiab.es · www.magrama.gob.es · www.agroalimed.es · www.centroartesaniacv.com