CONCLUSIONES

* En las encuestas realizadas se puede precisar que hay un 83% del mercado efectivo está dispuesto a consumir nuestro producto.
* En las encuestas realizadas los usuarios indican preferencia de mantenerse informados por redes sociales, motivo por el cual se incluye una persona externa para gestionar las redes sociales de FRUTI LIFE.
* En las encuestas se logró evidenciar que la gran mayoría respondió que lo consumiría en cualquier estación del año, sin embargo se realizó una distribución para cada estación del año y en la proyección de ventas hay una disminución de ventas en verano para lo cual debemos crear un plan de marketing de mayor impacto para esa estación.
* El margen que te piden los supermercados y tiendas por conveniencia son elevados, así como también los requisitos para el ingreso.
* La venta a los supermercados y tiendas por conveniencia no deja mucha rentabilidad, una vez posicionado en el mercado podríamos evaluar el ingreso a otros canales.
* El precio del producto se definió de acuerdo a precios de productos similares y resultados de cálculo de costo unitario (Costos Fijos y Variables), el precio de venta al público es de S/. 5.30.
* Al tener el proceso de deshidratado de larga duración y crítico para la producción, establecer un monitoreo y control riguroso de la misma.
* La mayor inversión se realiza en la etapa de pre-operación debido al elevado costo de la maquinaria necesaria.
* Del análisis económico demuestra que el proyecto es rentable ya que presenta un TIRE 51 % y de VANE de 128,632.
* En el análisis de sensibilidad la variable demanda y precio son las más críticas y en menor medida el costo de materia prima. La variable demanda puede variar hasta en 8.5% y precio en 6.1%

RESUMEN EJECUTIVO

En el presente proyecto “Producción y comercialización de snack de frutas deshidratadas en Lima Metropolitana” se ha formulado la creación de la empresa de razón social Dulce Enrollo S.A.C bajo el régimen MYPE, con el nombre comercial FRUTI LIFE. El horizonte de evaluación es de 5 años, iniciando en diciembre del año 2018 hasta el año 2023.

FRUTI LIFE es una mezcla de frutas que pasan por un proceso de deshidratación para ser presentados en forma de rollo, conservando sus propiedades nutritivas, que pueden ser consumidos como snack o complemento al consumo de frutas en cualquier momento del día.

La oportunidad de negocio nace en base a una necesidad identificada en un estudio realizado por Robert Urbe (2015). “Ingesta de Frutas, Verduras y sus Motivaciones, Barreras para consumir 5 porciones al día en los estudiantes de Nutrición de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos”. Tesis de titulación de la Universal Mayor de San Marcos, en la cual indica algunos puntos importantes como cuales son barreras para consumir frutas y verduras, porciones de frutas y verduras consumidos en promedio 3 cuando la FAO y OMS recomiendan 5 porciones.

Otro estudio Jaime Briceño (2015), “Hábitos de compra y consumo en la categoría de snacks" reveló que el 63% de consumidores de snack lo adquieren entre dos a cuatro veces por semana y son de los segmentos socioeconómicos A y B.

La segmentación del mercado para el producto es:

* Geográfica: sector 6 y 7 de Lima Metropolitana
* Demográfica: 20 a 39 años
* Socioeconómico: A y B
* Psicográfica: sofisticados
* Conductual: Consumo alimentos naturales y nutritivos

Los canales de distribución serán los supermercados (Plaza Vea, Wong) y tiendas de conveniencia (Tambo, Listo) ubicadas dentro sector 6 y 7 de Lima Metropolitana.

Para la producción se tiene como proveedor al Mercado Mayorista N°2 de Frutas, quienes nos proporcionarán de naranja, plátano, mango y piña; la unidad de compra será de 50 Kg.

Las maquinarias más costosa son los hornos deshidratadores con un valor de S/. 38,940 y a su vez forman parte del proceso más crítico y de mayor duración en la elaboración del producto.

Según los cálculos realizados se necesitará una inversión de S/. 154,855 como gasto pre-operativo y como capital de trabajo S/. 51,320.

La estructura de financiación está comprendida por Patrimonio 69% (S/. 250,000) y Deuda 31% (S/. 114,607), la deuda será financiada por MiBanco a 4 años a una TCEA 35.40%.