

WATA UCHU

Crema de pimiento

Integrantes:

- ❖ Cajamalqui Dávila Nataly.
- ❖ Ramírez Villalva Andrea.
- ❖ Pezua suasnabar José

Código

U2010116362
U2010116362
U2010104369



RESUMEN EJECUTIVO

WATA UCHU S.A.C siendo una empresa seria y formal tiene una ventaja competitiva en la generación de una presentación de apertura con facilidad que brindara los mejores productos de calidad, diferenciación con un costo adecuado. Al inicio tendremos dificultades con bajas ventas y poca participación en el mercado. En cuanto a la oportunidad de negocio consideramos la capacidad adquisitiva de la población, en cuanto a las amenazas tenemos nuestros competidores directos y sustitutos. Marcas reconocidas como Hellmans y Alacena, además de ello la propuesta de valor se enfoca que el producto aun no es fabricado en el país determinándolo como un producto nuevo e innovador que aprovecha de las bondades curativas que posee el pimiento beneficiando a la reducción de las células cancerígenas. Con una proyección de ventas de 700 unidades por cada presentación (sachet, light y vidrio).

El monto de inversión de este negocio abordaría s/.157,554.11 del cual tenemos el 80% cubierto por el capital propio y el 20% cubierto por financiamiento.

Según los resultados de la evaluación financiera los indicadores VAN S/.115181.15, TIR104%, PRI en segundo año de recuperar la inversión, muestra que nuestro proyecto de negocio es viable.

DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO:

Conjunto de necesidades nos da una idea de negocio como el de fabricar CREMAS A BASE DE PIMIENTO, para ello esta se a desarrollándolo así un proyecto que ubicaremos en la misma Ciudad de Huancayo, distrito de Huancayo.

WATA UCHU S.A.C siendo una empresa seria y formal tiene una ventaja competitiva en la generación de una presentación de apertura con facilidad que brindara los mejores productos de calidad, aprovecha de las bondades curativas que posee el pimiento beneficiando a la reducción de las células cancerígenas. Con una proyección de ventas de 700 unidades por cada presentación (sachet, light y vidrio).



Estrategia de Precio

¿Cuál es el precio del Producto?	El precio del sachet del producto es de S./ 2.00 (soles)	
¿Cómo se ha determinado el precio?		
COSTO UNITARIO	1.55	
		El sachet de una crema Tarí está entre 1.80 a 2.00 soles según algunos establecimientos El sachet de mayonesa a la cena es de 2.00 soles. Además el costo de producción es de 1.55 y nuestro margen de contribución es del 30% aproximadamente
PRECIO VENTA	2.02	
¿Cuál es el precio del Producto?	El precio del envase de vidrio del producto es de S./ 2.50 (soles)	
¿Cómo se ha determinado el precio?		
COSTO UNITARIO	1.64	
		El costo de producción es de 1.64 y nuestro margen de contribución es del 50% aproximadamente por el envase de vidrio tiene mayor presencia y mantiene mejor el sabor.
PRECIO VENTA	2.45	

NOMBRE DEL PLAN DE NEGOCIO

Nombre Comercial: Crema de Pimiento

“WATA UCHU”

RAZON SOCIAL:

WATA UCHU S.A.C

VISIÓN

Para el 2020 queremos ser la empresa líder en la fabricación de cremas a base de pimientos brindando productos de calidad A-1 y competente para la exportación.

MISIÓN

Somos una empresa encargada en la fabricación de cremas de pimientos de distintos sabores, brindando a nuestros clientes calidad de producto y buen sabor.

FODA

FORTALEZAS

- Existencia de contactos especialistas en la elaboración del producto.
- La materia prima existen en grandes cantidades
- Existencia de mucha confianza entre los integrantes del equipo

OPORTUNIDADES

- La idea es único e innovador.
- Existencia de grupos sociales.
- Facilidad del proceso productivo
- Segmento del mercado bastante descuidado.
- Gente que posee un tipo de economía estable y alta.

DEBILIDADES

- Falta de experiencia en el campo.
- Inversión alta
- Falta de manejo de información clave sobre la elaboración del producto

AMENAZAS

- La cultura conservadora
- Baja cantidad de gente mayoristas y minoristas
- Demasiados trámites y costos para ponerla en funcionamiento de la planta productora.

VENTAJA COMPETITIVA Y PROPUESTA DE VALOR:

WATA UCHU S.A.C tiene una ventaja competitiva en la generación de una presentación de apertura con facilidad que brindara los mejores productos de calidad, diferenciación con un costo adecuado. En cuanto a la oportunidad de negocio consideramos la capacidad adquisitiva de la población, en cuanto a las amenazas tenemos nuestros competidores directos y sustitutos. Con una proyección de ventas de 700 unidades por cada presentación (sachet, light y vidrio).



Estrategia de Promoción



<p>¿Qué se hará para promocionar el negocio?</p>	<p>Como primer punto utilizaremos un tipo de merchandising.</p> <ul style="list-style-type: none">○ La degustación en los lugares de venta, para que el consumidor conozca el producto.
<p>¿Cuánto dinero se puede invertir en estas actividades?</p>	<p>El costo mensual de este tipo de promoción es de S. /1,000.00 (soles) aproximadamente por cada establecimiento.</p>
<p>Otros mecanismos a emplear para la promoción de los productos</p> <ul style="list-style-type: none">• La divulgación de eventos culinarios en la cual se hará una degustación del producto y lanzamiento de esta nueva marca.	

INGREDIENTES: Aceite vegetal,
(Procedente de OMG)
Agua, Yema de Huevo, Vinagre de
Vino, Azúcar, Sal, Estabilizantes:
E-412 y E-415 Conservador E-202,
Acidulante: E-330 Zumo de Limón,
Colorante: E-160 a, Antioxidante
E-385.

MODO DE EMPLEO
Muy apropiada para: Ensaladas
y vegetales (espárragos, judías
verdes etc.), Pescados cocidos
y a la plancha, huevos rellenos,
arroz, sandwichs, bocadillos
frios, pastas en ensalada, etc.


Contenido
Neto
465 ml.



Fabricado por: COSAMI Conservas Vegetales, S.L.
Ctra. Nal. 232 Km.61-26550 Rincon de Soto
(La Rioja) - R.S.I. 26.936/LO

Consumir preferentemente
antes de:

Lote N°



Una vez abierto el
envase consérvese
en frigorífico no
más de un mes.



INDICADORES ECONOMICOS

	<i>VAN</i>	<i>B/C</i>	<i>TIR</i>
Indicadores Económicos	712609.29	2.93	78%
Indicadores Financieros	152350.56	1.51	79%

periodo recuperación del capital (PRC)

año	inversión	monto
1	260743.17	
2	30866.32	229876.85
3	11488.07	19378.25
4	7899.75	3588.32
5	5441.63	2458.12

Informes:

Conti-emprende@continental.edu.pe

