

**INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR
TECNOLÓGICO PRIVADO
JOHN VON NEUMANN**

**CARRERA PROFESIONAL TÉCNICA DE
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**



**“FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA
DE LICORES, BEBIDAS VÍA APP A DELIVERY EN LA
CIUDAD DE TACNA, 2019”**

TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO A NOMBRE DE LA NACIÓN DE:

**PROFESIONAL TÉCNICO EN
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS INTERNACIONALES**

AUTORES:

**RUBI DEL PILAR CHAVEZ MAMANI
KIMBERLY ORNELLA SILVA QUISPE
SONIA MARLENY QUISPE QUISPE**

DOCENTE ASESORES:

**ERNESTO LEO ROSSI
ENRIQUE ALEJANDRO CABELLOS BARBOZA**

**TACNA – PERÚ
2019**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

ÍNDICE CONTENIDO

RESUMEN EJECUTIVO	10
CAPITULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO	11
1. Título del Tema	11
2. Origen del Tema.....	11
3. Formulación del Problema.....	12
4. Objetivo General	12
5. Objetivos Específicos	12
6. Metodología.....	13
6.1. Hipótesis base del negocio.....	13
6.2. Proponer el modelo de negocios.....	14
6.3. Determinar la viabilidad del mercado.	14
6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.....	14
6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.....	15
6.6. Determinar la Propuesta Legal.....	15
6.7. Evaluar la Propuesta Económica.....	15
7. Limitaciones del Estudio.....	15
CAPITULO II MODELO DE NEGOCIOS	16
1. La Problemática Identificada	16
2. Nuestra Hipótesis.....	16

3.	Concepto Final	18
4.	El Propósito Estratégico	21
5.	La Misión	21
6.	La Visión.....	21
7.	Los Promotores	21
CAPITULO III DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS		23
1.	Estudio de Mercado	23
1.1.	Análisis del Mercado	23
1.1.1.	Resultados de las encuestas	24
1.1.2.	El Segmento del Mercado.....	28
1.1.3.	El Futuro del Mercado.....	28
1.2.	Estrategia del Producto o Servicio.....	29
1.2.1.	Innovación	29
1.2.2.	Prototipo del producto.....	29
1.2.3.	Relación con el Cliente	30
1.3.	Estrategia de Comunicación.....	30
1.4.	Estrategia del Comercialización	31
1.5.	Estrategias de Ingresos.....	31
2.	Estudio Técnico.....	32
2.1.	Especificaciones Técnicas	32
2.2.	Flujo del Proceso.....	32

2.2.1.	Materiales	32
2.2.2.	Flujo de servicio	33
2.2.2.1.	Recepción y atención al cliente	33
2.2.2.2.	Pago	33
2.2.2.3.	Empaquetado	34
2.2.2.4.	Entrega del producto	34
2.3.	Localización del Proyecto	34
2.3.1.	Macro localización:	34
2.3.2.	Micro localización:.....	35
2.4.	Capacidad Instalada Estimada	35
2.5.	Infraestructura	36
2.5.1.	Área de almacén	36
2.5.2.	Área de administración	36
2.5.3.	Área de recepción.....	36
2.5.4.	Sala de descanso	36
2.5.5.	Estacionamiento	36
2.6.	Distribución de la Planta	37
2.7.	Equipamiento para local	37
2.7.1.	Equipamiento Área de administración	38
3.	Estudio Organizacional.....	38
3.1.	Estructura Organizacional de la empresa.....	38
3.2.	Descripción de los puestos.....	39

3.3.	Requerimiento e inversión de personal	43
4.	Estudio Legal.....	44
4.1.	Selección de la Persona Natural o Jurídica.....	44
4.2.	Selección del Régimen Tributario RER	44
4.3.	Otros Trámites.....	46
4.3.1.	Trámites o permisos especiales, permisos municipales	46
5.	Estudio Financiero.....	47
5.1.	Inversión Inicial.....	47
5.2.	Valor de Venta.....	47
5.3.	Ingresos Proyectados en Unidades.....	48
5.4.	Ingresos Proyectados en Soles	48
5.5.	Costos Proyectados por Unidad.....	49
5.6.	Costos Proyectados en Soles	52
5.7.	Gastos Proyectados Administrativo.....	53
5.8.	Gastos Proyectados de Comercialización	54
5.9.	Flujo Económico	54
5.10.	Análisis Económico	55
CAPITULO IV DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS		56
1.	Decisión de Inversión	56
2.	Recomendaciones.....	57
CONCLUSIONES		58

BIBLIOGRAFÍA	60
ANEXOS	61

INDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i> Modelo del negocio	20
<i>Tabla 2.</i> Población	23
<i>Tabla 3.</i> Equipamiento para el área del local	37
<i>Tabla 4.</i> Equipamiento para el área de administración	38
<i>Tabla 5.</i> Requerimiento de personal	43
<i>Tabla 6.</i> Inversión Inicial	47
<i>Tabla 7.</i> Valor de la venta	47
<i>Tabla 8.</i> Ingresos proyectados en unidades	48
<i>Tabla 9.</i> Ingresos proyectados en soles	48
<i>Tabla 10.</i> Costo unitario bebidas alcohólicas básica	49
<i>Tabla 11.</i> Costo unitario de bebidas alcohólicas intermedio	49
<i>Tabla 12.</i> Costo unitario de bebidas alcohólicas premium	50
<i>Tabla 13.</i> Costo unitario de bebidas alcohólicas deluxe	50
<i>Tabla 14.</i> Costo unitario de gaseosa	51
<i>Tabla 15.</i> Costo unitario de agua	51
<i>Tabla 16.</i> Costo unitario de snack	52
<i>Tabla 17.</i> Costo unitario de cigarro caja	52
<i>Tabla 18.</i> Costo proyectado en soles	53
<i>Tabla 19.</i> Gastos administrativos	53
<i>Tabla 20.</i> Gastos de comercialización	54
<i>Tabla 21.</i> Flujo caja económico	54
<i>Tabla 22.</i> Análisis económico	55

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Concepto final	19
Figura 2. Grafico estadístico de encuesta 1	24
Figura 3. Grafico estadístico de encuesta 2	25
Figura 4. Grafico estadístico de encuesta 3	25
Figura 5. Grafico estadístico de pregunta 4	26
Figura 6. Grafico estadístico de encuesta 5	27
Figura 7. Grafico estadístico de encuesta 6	27
Figura 8. Prototipo del producto	29
Figura 9. Flujo de servicio	33
Figura 10. Macro localización del proyecto	34
Figura 11. Micro localización del proyecto	35
Figura 12. Distribución de la planta	37
Figura 13. Estructura organizacional	39

RESUMEN EJECUTIVO

Se ha observado en el mercado tacneño que, a un considerable porcentaje de personas les gusta la diversión, reflejado en salidas los fines de semana, fiestas, eventos, reuniones, en pareja o grupo, lo cual esta ligado al consumo de bebidas alcohólicas, en ocasiones cuando se acaba el licor y debido a las altas horas, las personas no encuentran establecimientos cercanos que brinden seguridad.

Por tanto, se realiza la propuesta de una idea de negocio, que brinda el servicio de delivery de licores, bebidas y aperitivos para el mismo, brindando rapidez, garantía y seguridad en la entrega de los productos.

En el estudio de mercado se realizó el análisis del perfil del consumidor ver si es factible la puesta en marcha del proyecto. En el estudio técnico se determinó la localización óptima del almacén, el proceso de distribución del producto, los requerimientos de mano de obra y servicios, para que se lleve a cabo el servicio sin ninguna complicación.

En el estudio legal se define el tipo de sociedad para la empresa, analizando también las normas legales que deberá de cumplir la empresa para su funcionamiento.

El plan de negocio tiene como objetivo la viabilidad técnica y económica de la venta de licores mediante delivery en la ciudad de Tacna. Se observo que a partir del análisis económico se define al plan de negocio como viable, debido a que la tasa interna de retorno (TIR) es superior al costo de oportunidad y el VAN de es mayor a cero.

CAPITULO I

ANTECEDENTES DEL ESTUDIO

1. Título del Tema

“FORMULACIÓN DE UN PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA DE LICORES, BEBIDAS VÍA APP A DELIVERY EN LA CIUDAD DE TACNA, 2019”

2. Origen del Tema

Cuando se solicita un pack de cervezas u otro tipo de licor a través de un servicio de radio taxi, el tiempo de espera es largo, lo cual termina causando malestar en los clientes.

En el caso de que se desee salir a realizar la compra directamente a pie o en auto, debido a las altas horas, muchas de las tiendas no atienden o están completamente cerradas, poniendo en riesgo la vida del consumidor, más aún si este se encuentra conduciendo en estado de ebriedad.

Debido a lo mencionado, se realiza la propuesta de una solución rápida y fácil llamada “Rapitragos” que se basa en una aplicación en el cual los clientes podrán preparar sus reuniones sociales en sus casas u oficinas con tan un solo clic.

3. Formulación del Problema

En el mercado nacional existe problemas al solicitar el servicio de un radio taxi y pedir la compra de licores, bebidas a delivery, puesto que no lo traen a tiempo y tampoco el pedido que uno ha realizado, generando malestar a los usuarios del servicio.

Basándonos en lo expuesto y en la oportunidad presentada en el problema, se realiza la propuesta de una aplicación que permita realiza la compra y entrega de los productos con seguridad, comodidad y rapidez, desde el lugar en el cual se encuentre, podrá adquirir licores, bebidas y complementos desde su smartphone, sin poner en riesgo su salud e integridad.

4. Objetivo General

Formular un plan de negocios para determinar la viabilidad técnica financiera para la venta de licores, bebidas vía App a delivery a través de aplicativo móvil en la ciudad de Tacna, 2019.

5. Objetivos Específicos

- 5.1. Comprobar la hipótesis base del negocio que permita validar la idea de negocio

- 5.2. Proponer el modelo de negocios que permita analizar la viabilidad del plan de negocio.
- 5.3. Determinar la viabilidad del mercado que permita analizar el público objetivo y poder establecer las estrategias adecuadas de servicio.
- 5.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa que permita determinar las características más resaltantes del proceso de servicio.
- 5.5. Determinar la Propuesta Organizacional que permita conocer la capacidad operativa de la empresa.
- 5.6. Determinar la Propuesta Legal que permita conocer las normas y requisitos existentes relacionados al tema de estudio.
- 5.7. Evaluar la Propuesta Económica el cual me permite determinar la viabilidad económica y financiera del plan del negocio a realizar.

6. Metodología

6.1. Hipótesis base del negocio.

La metodología que se utilizo es Design Thinking

Según Tim Brown, actual CEO de IDEO, el Design Thinking “Es una disciplina que usa la sensibilidad y métodos de los diseñadores para hacer coincidir las necesidades de las personas con lo que es tecnológicamente factible y con lo que una estrategia viable de negocios puede convertir en valor para el cliente, así como en una gran oportunidad para el mercado”.

6.2. Proponer el modelo de negocios.

La metodología que se utilizo es el Modelo de Canvas.

El modelo canvas es una herramienta creada por Alex Osterwalder y se divide en nueve módulos y cada uno de ellos son las piezas que necesita una empresa para establecer su estrategia de negocios.

6.3. Determinar la viabilidad del mercado.

A través de encuestas y de entrevistas directas con potenciales clientes se determina las características del producto, precio plaza y promoción de la propuesta.

6.4. Determinar la Propuesta Técnica Operativa.

Utilizando un flujograma de proceso se determinará la disponibilidad de los equipos, herramientas y tecnologías necesarios para el desarrollo de la propuesta.

6.5. Determinar la Propuesta Organizacional.

Diseño de los requerimientos de personal y sus características usando un organigrama.

6.6. Determinar la Propuesta Legal.

Se propone la constitución legal más adecuada de acuerdo a las propuestas anteriores, según el marco legal peruano.

6.7. Evaluar la Propuesta Económica.

Se utiliza el flujo económico para determinar el VAN, TIR de la propuesta.

7. Limitaciones del Estudio

Las limitaciones del presente estudio son:

- a) Tiempo: solo disponemos de 2 meses para la elaboración del Plan.
- b) Espacio: La propuesta solo abarca el mercado de Tacna.

CAPITULO II

MODELO DE NEGOCIOS

1. La Problemática Identificada

A nosotros los tacneños nos encanta disfrutar de aquellos momentos con nuestras familias y/o amistades, de manera que siempre hay un pretexto para organizar una reunión donde no puede faltar sus respectivas bebidas, las reuniones usualmente tienden a extenderse más de lo esperado, el anfitrión de la reunión es el que generalmente invita las primeras rondas, pero cuando este se acaba, llega el momento de realizar la denominada “chanchita”, junto con los problemas que este conlleva, tales como dónde comprar, cómo comprar; en la mayoría de los casos se recurre a solicitar el servicio de un radio taxi, pero estas no cumplen con el pedido ni el plazo solicitado, tomándose más tiempo de lo esperado; también se plantea el trasladarse hasta la bodega o tienda para la compra, pero esto trae problemas de delincuencia, robos y asaltos que puede atentar contra la vida y salud de las personas.

2. Nuestra Hipótesis

Actualmente los clientes no se encuentran satisfechos con el servicio de compra de bebidas, licores por medio de una empresa de radio taxi o tener

que salir de su casa, lugar donde se encuentre para ir en busca de los productos, puesto que se pueden presentarse inconvenientes.

Como es la experiencia actual

El cliente tiene que llamar a alguna empresa de radio taxi y realizar un pedido de compra, aquí puede surgir el inconveniente de que no pueda un taxi disponible en fechas festivas, demoras en traer el producto a su destino, pueda surgir también que el producto que llegue no sea el pedido que realizo el cliente, otro problema que puede presentarse es que el cliente tenga que salir a altas horas de la noche en busca de su producto ya sea buscando alguna tienda cerca del lugar donde se encuentre, tener que manejar en estado etílico arriesgando su seguridad.

Que problemas presenta

- Demora en llegar el producto
- El producto no es el solicitado.
- Riesgo para la vida y salud.
- Poca disponibilidad de radio taxi.
- Abono solo en efectivo.

Quien están involucrados

- Familias
- Amigos
- Personas mayores de edad

Posibles soluciones

Con el presente plan de negocios queremos ofrecer a nuestros clientes la posibilidad de disfrutar de una reunión o fiesta ya sea con la familia y/o amistades sin la preocupación de tener que salir de la comodidad de su casa y con el compromiso de que recibir el producto solicitado en el menor tiempo posible.

3. Concepto Final

Nombre

RapiTragos

Que es

Servicio de compra y delivery vía aplicativo móvil

Como funciona

Se realiza la compra de su licor, bebida a elección del cliente a través de la aplicación móvil, una vez seleccionado su producto deberá confirmar el

modo de pago, efectivo o tarjeta, luego confirmado la compra y el pago se mandará un delivery hasta su destino.

Porque es Especial

Al realizar su pedido desde la comodidad en el lugar que se encuentre, a través de un aplicativo móvil donde escogerá el producto a su preferencia, una vez seleccionado y confirmado el pago, se hará la entrega vía delivery, el cliente podrá hacer el seguimiento de su pedido hasta que llegue a su destino y ahí se realizará la contra entrega del producto y/o servicio.



Figura 1. Concepto final
Fuente: Google
Elaboración: propia

Tabla 1. Modelo del negocio

SOCIOS CLAVES	ACTIVIDADES CLAVES	PROPUESTA DE VALOR	RELACION CLIENTES	SEGMENTO DE CLIENTES
<ul style="list-style-type: none"> - Proveedores de cervezas y bebidas como: Backus, Coca Cola - Proveedores en Maquinarias - Proveedores en vinos, piscos, ron, snack, cigarros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Distribución - Alistamiento de la orden de compra <p style="text-align: center;">RECURSOS CLAVE</p> <ul style="list-style-type: none"> - App móvil - Motos para distribución - Almacén 	<p>Ofrecer a nuestro cliente un servicio de delivery completo a través de un aplicativo móvil, en el cual incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Seguridad, comodidad y rapidez a la hora de la entrega de su pedido. - Alternativas diferentes en escoger licores, snack y bebidas, - Aceptar dos modos de pagos: Efectivo o tarjeta. 	<ul style="list-style-type: none"> - Bonos de descuento - Tarjeta VIP (cliente frecuente) - Ofertas <p style="text-align: center;">CANALES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Aplicativo móvil - Página web - Llamadas 	<ul style="list-style-type: none"> - Hombres y mujeres - Edad entre 18-40 años de edad - Estatus social: medio-alto - Vida social activa. - Familia, amistades.
ESTRUCTURA DE COSTOS			FUENTES DE INGRESO	
<ul style="list-style-type: none"> - Transporte - Marketing - Gastos: administración y ventas 			<ul style="list-style-type: none"> - En promedio 65% de nuestros ingresos será por bebidas y 35% en lo que son comestibles. 	

4. El Propósito Estratégico

Brindar un servicio con rapidez, seguridad y comodidad, mediante el uso de una aplicación móvil, para la compra de los productos de su preferencia con envío vía delivery, contando con un amplio stock de bebidas que puede usar para amenizar sus reuniones.

5. La Misión

Somos una empresa que brinda Servicio de compra y delivery vía aplicativo móvil a amigos, familias; brindando un servicio de calidad basado en la seguridad, rapidez y comodidad para nuestros clientes.

6. La Visión

Ser una empresa líder en el rubro de servicio por delivery, mediante el uso de la tecnología, brindando un servicio de calidad.

7. Los Promotores

El presente plan de negocio se desarrolla de forma grupal, en la cual se cuenta con tres socios y cada uno de ellos aportaran conocimientos y estrategias que será de gran valor para la empresa.

RUBI DEL PILAR CHAVEZ MAMANI egresada de la carrera de Administración de Negocios Internacionales socia inversionista y con experiencia en el área de atención al cliente ya que trabajo como recepcionista en la empresa HOTEL TAKANA INN durante un año.

SONIA MARLENY QUISPE QUISPE egresada de la carrera de Administración de Negocios Internacionales, socia inversionista y con experiencia administración: planifico, organizo, dirección, coordinación, control y experiencia en atención al cliente ya que trabajo en la empresa de artesanía CHIRU.E.I.R.L

KIMBERLY ORNELLA SILVA QUISPE egresada de la carrera de Administración de Negocios Internacionales, socia inversionista y con experiencia en el área de atención al cliente ya que trabajó como atención al cliente en ventas.

CAPITULO III
DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Estudio de Mercado

1.1. Análisis del Mercado

El mercado meta es la ciudad de Tacna, principalmente personas mayores de edad, que lleven una vida social activa, considerando que la ciudad actualmente cuenta con 346 mil habitantes (INEI, 2017)

Tabla 2. *Población*

SEGMENTO	POBLACIÓN (%)
0 a 14 años	25,1%
15 a 64 años	69%
65 a más	5,8%

Fuente: INEI 2017
Elaboración: propia

1.1.1. Resultados de las encuestas

La encuesta se realizó para el mercado de Tacna, personas mayores de 18 años consideramos preguntas abiertas y cerradas, donde a la mayoría les pareció una buena idea de plan de negocio tacneño, ya que en el mercado de Tacna no es muy común este tipo de servicios.

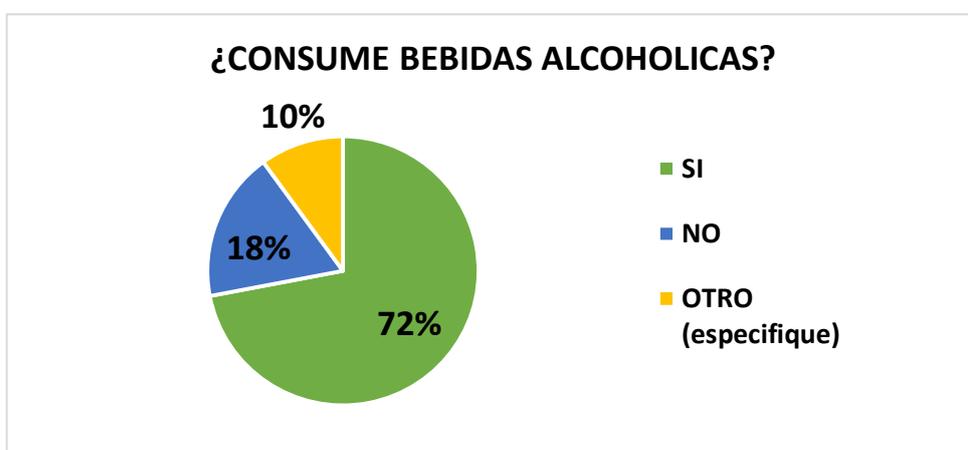


Figura 2. Grafico estadístico de encuesta 1
Fuente: Elaboración propia, 2019

Se observa en la figura 2, los resultados obtenidos de la encuesta revelan que el 72% si consume bebidas alcohólicas, lo que nos da una oportunidad de ingresar en el mercado tacneño ofreciendo nuestro servicio.



Figura 3. Grafico estadístico de encuesta 2
Fuente: Elaboración propia, 2019

Se observa en la figura 3, los resultados obtenidos de la encuesta revelan que el 75% tienen problemas para comprar bebidas a horas altas de la noche, ya que no encuentran algún negocio abierto o el servicio de radio taxi demora más de lo debido en realizar la entrega.

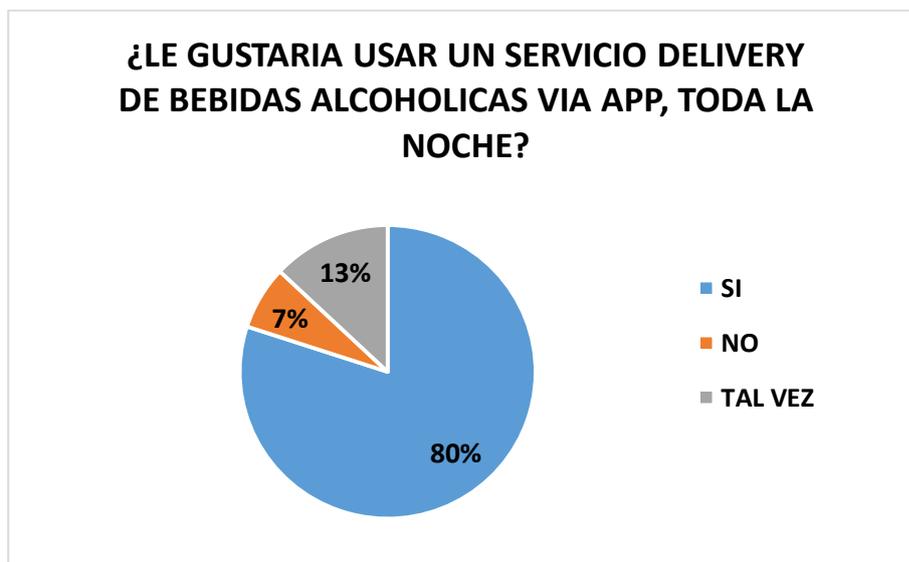


Figura 4. Grafico estadístico de encuesta 3
Fuente: Elaboración propia, 2019

Se observa en la figura 4, los resultados obtenidos de la encuesta revelan que el 80% de interés por este servicio, y se recopiló información sobre que a veces tienen que salir a buscar algún local donde puedan adquirir su bebida o realizar su pedido mediante un servicio de taxi el cual tarda mucho o no recibe lo que el cliente pidió. Con estos comentarios podemos deducir que el servicio RapiTrago tendrá una gran aceptación por los clientes.

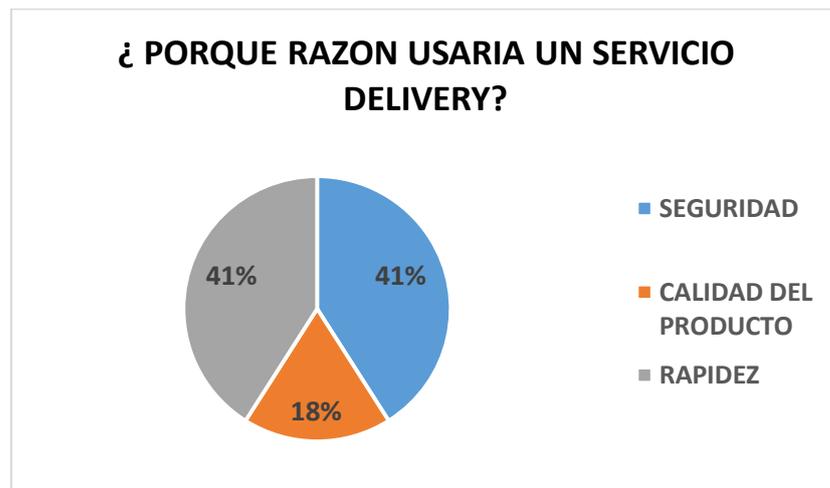


Figura 5. Gráfico estadístico de pregunta 4
Fuente: Elaboración propia, 2019

Se observa en la figura 5, los resultados obtenidos de la encuesta revelan que el 41% optarían por un servicio de delivery, valorando lo que es la seguridad que se le brindará y la rapidez en la entrega del producto.

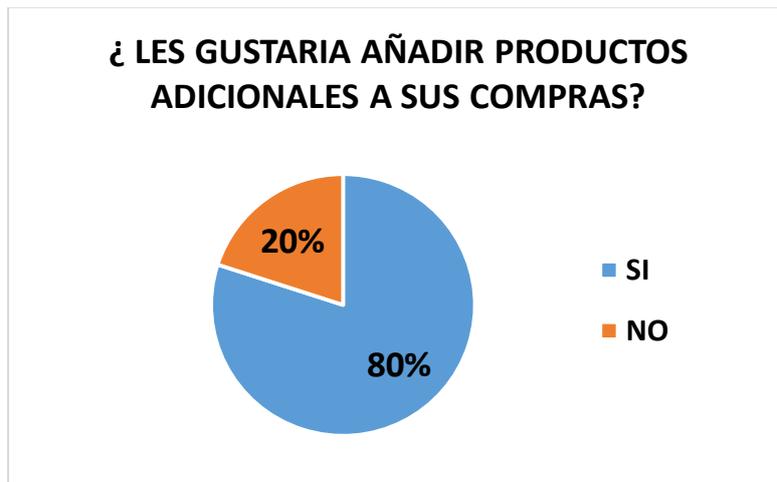


Figura 6. Grafico estadístico de encuesta 5
Fuente: Elaboración propia, 2019

Se observa en la figura 6, los resultados obtenidos de la encuesta revelan que el 80% indicó que desearían agregar productos adicionales como: hielo, gaseosas, cigarros, snack, energizantes.



Figura 7. Grafico estadístico de encuesta 6
Fuente: Elaboración propia

Se observa en la figura 7, los resultados obtenidos de la encuesta revelan que el 70% prefiere realizar el pago en efectivo por seguridad

a la hora de la entrega del pedido y el 30% opta por pagar con tarjeta a través de una transferencia mediante la aplicación o por el sistema de pago inalámbrico Izipay.

1.1.2. El Segmento del Mercado

El proyecto se enfoca en: hombres y mujeres entre las edades de 18 a 45 años de edad, personas que lleven una vida social activa, que les guste disfrutar del tiempo con la familia o las amistades, reuniéndose y celebrando ocasiones especiales como reuniones, cumpleaños, eventos o simplemente salir de la rutina para pasar un tiempo de relax.

1.1.3. El Futuro del Mercado

- Crecimiento de mercado tecnológico.
- El servicio de delivery a través de un aplicativo móvil ya tienen un mercado cautivo, evolucionan, aparición de nueva demanda más exigente.

1.2. Estrategia del Producto o Servicio

En el mercado tacneño existen muchos negocios sobre venta de licores, pero es muy escaso los que te brindan un servicio de delivery. Es por eso que se quiere hacer la diferencia, brindando al cliente la oportunidad de comprar sus bebidas a través del uso de una aplicación móvil, vía online y ofreciéndole el servicio de entrega del producto a su domicilio o lugar donde se encuentre.

1.2.1. Innovación

RepiTragos será un servicio de delivery y compra a través del uso de una aplicación móvil, el cliente podrá realizar su pedido desde la comodidad de su casa, oficina o lugar que se encuentre y podrá escoger entre las bebidas disponibles.

1.2.2. Prototipo del producto



Figura 8. Prototipo del producto
Fuente: propia
Elaboración: propia

1.2.3. Relación con el Cliente

Para mantener la relación con el cliente, una vez descargada la aplicación pediremos sus datos nombres y apellidos, teléfono, correo electrónico para así darles información sobre las ofertas, descuentos, promociones, encuesta de satisfacción.

1.3. Estrategia de Comunicación

Promoción de ventas:

- Por la primera compra, el servicio de delivery será completamente gratis.
- Descuentos especiales para clientes que cumplan años.
- Ofertas en fechas especiales o feriados largos.

Publicidad online:

Usaremos todo tipo de redes sociales como Facebook, Instagram, aplicación móvil, WhatsApp, donde se estimularán nuestros contenidos con mensajes que den mayor interacción a nuestros clientes

Merchandising:

Regalaremos artículos publicitarios como: llaveros, destapadores, encendedores, imantados con el logo de nuestro servicio a modo de recuerdo hacia nuestra marca.

1.4. Estrategia del Comercialización

Contaremos con motorizados capacitados, lo cual resaltarán nuestro servicio reforzando la relación con nuestros clientes. También a través de la aplicación móvil se brindará una comunicación adecuada y cordial para la atención de los pedidos en caso que sea por medio telefónico o WhatsApp.

1.5. Estrategias de Ingresos

En el presente proyecto los ingresos serán a partir de la venta de los productos, por lo que el precio es de acuerdo al pedido que realice el cliente.

Para incrementar los ingresos se negociará con nuestros mejores proveedores, de acuerdo a la cotización de los productos que nos han presentado, lo cual nos permitirá manejar un mayor margen de ganancia.

2. Estudio Técnico

2.1. Especificaciones Técnicas

- Nombre: RAPITRAGOS
- Descripción: Servicio de ventas de licores, bebidas por medio de la aplicación.

En que consiste el servicio:

- Realizar el pedido por medio de la aplicación que con tan solo un clic selecciona el producto de su preferencia.
- Registrar su pedido y confirmar la compra.
- Confirmar el modo de pago: efectivo o tarjeta.
- Entrega del producto por delivery.

Ventajas:

- Seguridad
- Garantía
- Rapidez

2.2. Flujo del Proceso

2.2.1. Materiales

Las variedades de licores, serán comprados a nuestros proveedores de confianza.

2.2.2. Flujo de servicio



Figura 9. Flujo de servicio
Fuente: propio
Elaboración: propia

2.2.2.1. Recepción y atención al cliente

El cliente puede realizar este proceso que será a través de nuestra aplicación, navegando por las categorías de licores y cerveza.

2.2.2.2. Pago

Una vez seleccionado su producto a través de nuestra aplicación, deberá confirmar el modo de pago, efectivo o tarjeta.

2.2.2.3. Empaquetado

Una vez realizado el pago, el personal de atención empaqueta cuidadosamente los licores o bebidas con bolsas plástico publicitarias que llevará el logo de la empresa, para de esta forma protegerlo de los daños que puedan ser ocasionados por el medio ambiente.

2.2.2.4. Entrega del producto

La entrega se realiza vía delivery hasta llegar a su destino.

2.3. Localización del Proyecto

2.3.1. Macro localización:

La empresa estará localizada en el departamento de Tacna, provincia de Tacna, distrito de Tacna por el gran movimiento de comercio y turismo.



Figura 10. Macro localización del proyecto

Fuente: google maps
Elaboración: Propia

2.3.2. Micro localización:

La dirección será en la calle Mariano Melgar #1045 J.V, La Victoria distrito Cercado, es la vivienda que pertenece a uno de los socios, ya que cuenta con ambientes que serán necesarios para el servicio, también se eligió este lugar ya que será un punto cerca para iniciar la distribución de los pedidos y puedan llegar mucho más rápido.



Figura 11. Micro localización del proyecto

Fuente: google maps
Elaboración: Propia

2.4. Capacidad Instalada Estimada

La local cuenta con un área de 35m², debido a que ahí se almacenará los productos para los clientes., el almacén podrá ampliarse de acuerdo a la demanda.

2.5. Infraestructura

2.5.1. Área de almacén

- Área de almacenamiento de licores 15m²

2.5.2. Área de administración

- Oficina 2m²

2.5.3. Área de recepción

- Área de 3m²

2.5.4. Sala de descanso

- Sala 2m²

2.5.5. Estacionamiento

- Área de 8m²

2.6. Distribución de la Planta

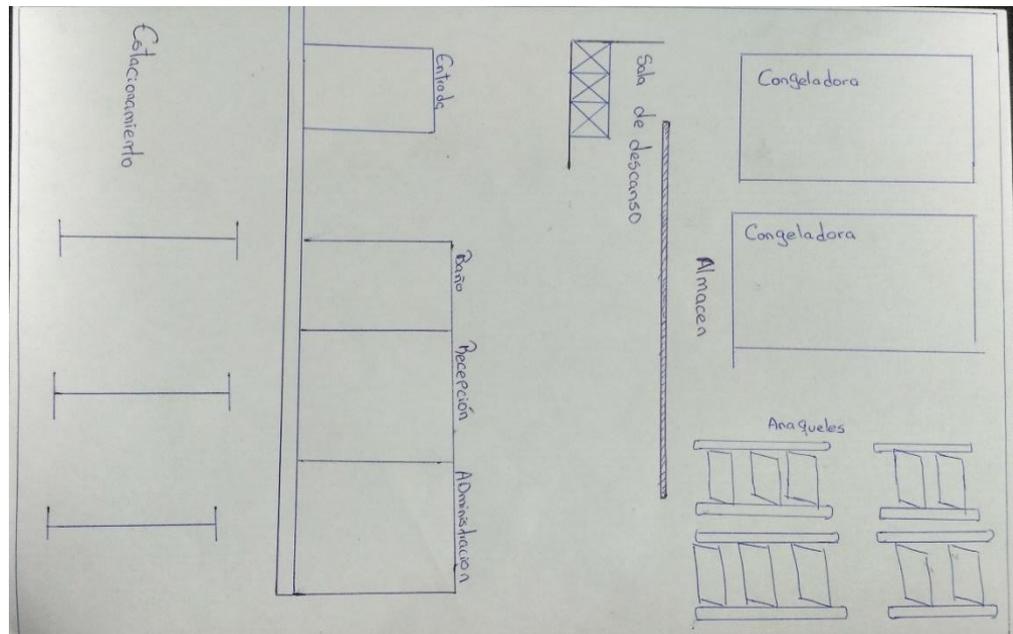


Figura 12. Distribución de la planta

Fuente: propia

Elaboración: Propia

2.7. Equipamiento para local

Los inmuebles y maquinarias para equipar el local

Tabla 3. Equipamiento para el área del local

EQUIPO	CANTIDAD
Anaqueles	4
Congeladora	2
Motocicleta de oficina	6
Cascos motorizados	6
Cajas de transporte	6

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

2.7.1. Equipamiento Área de administración

Tabla 4. Equipamiento para el área de administración

N°	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario
1	Computadora	2	S/ 1,500.0
2	Escritorio	2	S/ 500.0
3	Sillas de oficina	2	S/ 220.0
4	Silla de visita	4	S/ 150.0

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

3. Estudio Organizacional

3.1. Estructura Organizacional de la empresa

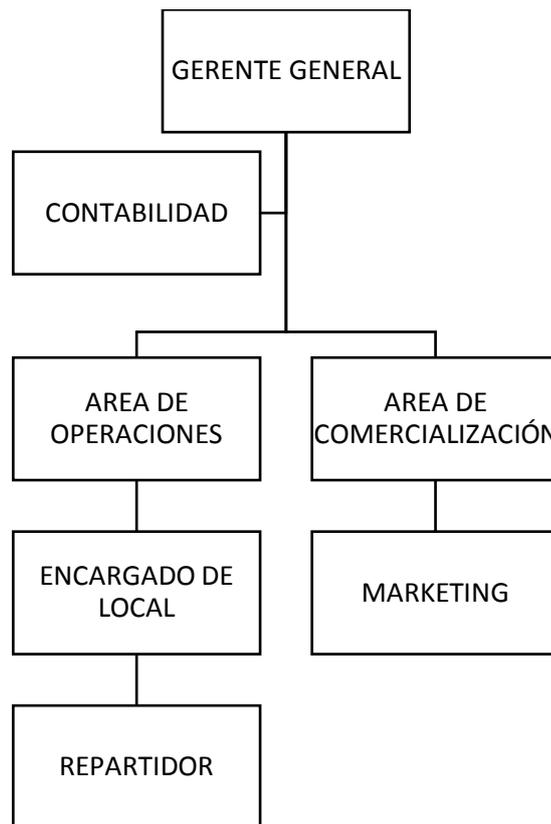


Figura 13. Estructura organizacional
 Fuente: Propia
 Elaboración: Propia

3.2. Descripción de los puestos

GERENTE GENERAL

- Descripción:
 - Dirección general de la empresa, líder innato de la empresa
- Funciones:
 - Representante legal de la empresa
 - Toma decisiones de la empresa.

ÁREA DE OPERACIONES

➤ Descripción

- Es el encargado de la administración de los recursos para el buen funcionamiento de la empresa.

➤ Funciones:

- Planifica, implementa y supervisa el desarrollo óptimo y las ejecuciones de todas las tareas y procesos diarios.
- Realiza inventarios y contacto con proveedores.
- Crea una cultura organizacional agradable.
- Realiza actividades de coordinación con diferentes áreas.
- Mantiene buena relación con clientes, áreas encargadas, para el buen funcionamiento, objetivo de la empresa.

ÁREA DE COMERCIALIZACIÓN

➤ DESCRIPCIÓN:

- Tiene habilidades y destrezas.

➤ FUNCIONES:

- Realiza estrategia comercial.
- Planifica y organiza tareas del equipo comercial
- Coordina con el área de operaciones.

CONTADOR

➤ DESCRIPCIÓN:

- Será el responsable de la contabilidad de la empresa

➤ FUNCIONES:

- Realizará registros contables y hará un cronograma para los pagos correspondientes de los empleados, proveedores, impuestos, etc.

ENCARGADO DE TIENDA

➤ DESCRIPCIÓN:

- Manejo en el área de operaciones, manejo de personal, con habilidades de comunicación.

➤ FUNCIONES

- Organizar entregas, pedidos
- Cobros
- Manejo de inventario

REPARTIDOR DE DELIVERY

➤ DESCRIPCIÓN:

- Persona con secundaria mínima, con licencia de conducir y experiencia en manejo de carros y motos.

➤ FUNCIONES:

- Entrega de pedidos
- Recibir los pedidos para ser llevados a su punto de entrega.

3.3. Requerimiento e inversión de personal

Tabla 5. Requerimiento de personal

Área	Cargo	Número De Funcionarios	Modalidad De Contratación	Inversión
Gerente general	Gerente	1	Tiempo parcial Recibo por honorario	930.00
Gerente de operaciones	Jefe de operaciones	1	Tiempo completo Recibo por Honorarios	930.00
Marketing	Marketing	1	Tiempo Parcial Recibo por honorarios	500.00
Contabilidad	contador	1	Tiempo Parcial Recibo por honorarios	200.00
Encargado local	Encargado local	1	Tiempo completo Recibo por Honorarios	930.00
Delivery	Repartidor de delivery	6	Tiempo completo Recibo por Honorarios	930.00

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

4. Estudio Legal

4.1. Selección de la Persona Natural o Jurídica

Sociedad de responsabilidad limitada (S.R.L.)

➤ Características

- Requiere de un mínimo de dos socios y no puede excederse de 20 socios
- Los socios tienen preferencia para la adquisición de las aportaciones.
- El capital social está integrado por aportación de los socios
- Las responsabilidades de los socios se encuentran delimitadas por el aporte efectuado, es decir, no responden personalmente o con su patrimonio

4.2. Selección del Régimen Tributario RER

El régimen especial de impuesto a la renta (RER) es un régimen tributario dirigido a personas naturales y jurídicas, que obtengan rentas de tercera categoría, rentas de naturaleza empresarial o de negocio (Sunat, 2016)

Requisitos

- Los montos acumulados de adquirentes no deben de superar los 525000 nuevos soles
- El personal afectado a la actividad no debe ser mayor a 10 personas por turno.
- Ingresos netos no deben de superar los 525000 nuevos soles.
- El valor de los activos fijos afectados a la actividad exceptuando predios y vehículos, no debe superar los S/. 126,00

Tributos

Los contribuyentes que se acojan al RER deben de cumplir con declarar y pagar mensualmente el impuesto a la renta (régimen especial) y el IGV, de acuerdo a las siguientes tasas. Según (gob.pe, 2018)

- Tributo de impuesto general a las ventas (IGV) e impuesto de promoción municipal cual es tasa 18%
- Tributo: Impuesto a la Renta mensual Tasa: 1.5 % de sus ingresos netos mensuales
- Si tus ingresos anuales superan los S/ 525,000 deberás cambiar de régimen.

4.3. Otros Trámites

4.3.1. Trámites o permisos especiales, permisos municipales

- Elaboración de la minuta de la constitución.
- Elaboración de la escritura pública
- Inscripción de la escritura pública.
- Inscripción en el registro de personas jurídicas.
- Inscripción de trabajadores en es salud.
- Planilla electrónica.
- Compra y legalización de los libros contables.
- Trámite de Registro Único del Contribuyente (RUC)
- Trámite de la licencia municipal
- Trámite de permiso para expendio de bebidas alcohólicas.
- Inscripción técnica de seguridad de Defensa Civil.

5. Estudio Financiero

5.1. Inversión Inicial

Tabla 6. Inversión Inicial

N°	AREA		NS/.
	Inversion en Activos		S/13,390
1	1.1	Inversion en el Area de Administración	S/ 5,040
	1.2	Inversion en el Area de Comercialización	S/ 2,100
	1.3	Inversion en el Area de Almacén	S/ 3,400
	1.4	Inversión en intangibles	S/ 2,850
2	Tramites Legales		S/ 1,340
3	Capital de Trabajo		S/10,020
4	Imprevistos (10%)		S/ 2,475
Total			S/27,225

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.2. Valor de Venta

Tabla 7. Valor de la venta

Productos	Valor de Venta
Bebida alcoholica básica	S/ 16.00
Bebida alcoholica intermedia	S/ 40.00
Bebida alcoholica premium	S/ 70.00
Bebida alcoholica deluxe	S/ 200.00
Gaseosa 3L.	S/ 14.00
Agua 3L.	S/ 5.00
Snack varios	S/ 5.00
Cajetilla de cigarros	S/ 12.00

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.3. Ingresos Proyectados en Unidades

Tabla 8. Ingresos proyectados en unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Bebida alcoholica básica	2,277	2,346	2,487	2,635	2,792
Bebida alcoholica intermedia	1,518	1,566	1,659	1,759	1,864
Bebida alcoholica premium	759	783	831	879	931
Bebida alcoholica deluxe	386	398	422	446	470
Gaseosa 3L.	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Agua 3L.	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Snack varios	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Cajetilla de cigarros	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Total	22,676	23,373	24,787	26,263	27,841

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.4. Ingresos Proyectados en Soles

Tabla 9. Ingresos proyectados en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Bebida alcoholica básica	S/ 36,432	S/ 37,536	S/ 39,792	S/ 42,160	S/ 44,672
Bebida alcoholica intermedia	S/ 60,720	S/ 62,640	S/ 66,360	S/ 70,360	S/ 74,560
Bebida alcoholica premium	S/ 53,130	S/ 54,810	S/ 58,170	S/ 61,530	S/ 65,170
Bebida alcoholica deluxe	S/ 77,200	S/ 79,600	S/ 84,400	S/ 89,200	S/ 94,000
Gaseosa 3L.	S/ 62,076	S/ 63,980	S/ 67,858	S/ 71,904	S/ 76,244
Agua 3L.	S/ 22,170	S/ 22,850	S/ 24,235	S/ 25,680	S/ 27,230
Snack varios	S/ 22,170	S/ 22,850	S/ 24,235	S/ 25,680	S/ 27,230
Cajetilla de cigarros	S/ 53,208	S/ 54,840	S/ 58,164	S/ 61,632	S/ 65,352
Total	S/387,106	S/399,106	S/423,214	S/448,146	S/474,458

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.5. Costos Proyectados por Unidad

Tabla 10. Costo unitario bebidas alcohólicas básica

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
1	Materias Primas				
	1.1	Bebida alcohólica	1	S/ 9.50	S/ 9.50
2	Costos Indirectos				
	2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3	Mermas (10%)			S/ 0.99	
Total				S/ 10.89	

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 11. Costo unitario de bebidas alcohólicas intermedio

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total	
1	Materias Primas				
	1.1	Bebida alcohólica	1	S/ 23.50	S/ 23.50
2	Costos Indirectos				
	2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3	Mermas (10%)			S/ 2.39	
Total				S/ 26.29	

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 12. Costo unitario de bebidas alcohólicas premium

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1 Materias Primas				
1.1	Bebida alcohólica	1	S/ 40.60	S/ 40.60
2 Costos Indirectos				
2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3 Mermas (10%)				S/ 4.10
Total				S/ 45.10

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 13. Costo unitario de bebidas alcohólicas deluxe

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1 Materias Primas				
1.1	Bebida alcohólica	1	S/ 119.00	S/ 119.00
2 Costos Indirectos				
2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3 Mermas (10%)				S/ 11.94
Total				S/131.34

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 14. Costo unitario de gaseosa

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1 Materias Primas				
1.1	Gaseosa 3L.	1	S/ 8.50	S/ 8.50
2 Costos Indirectos				
2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3 Mermas (10%)				S/ 0.89
Total				S/ 9.79

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 15. Costo unitario de agua

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1 Materias Primas				
1.1	Agua mineral 3L	1	S/ 3.00	S/ 3.00
2 Costos Indirectos				
2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3 Mermas (10%)				S/ 0.34
Total				S/ 3.74

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 16. Costo unitario de snack

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas			
1.1	snack varios	1	S/ 3.00	S/ 2.50
2	Costos Indirectos			
2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3	Mermas (10%)			S/ 0.29
Total				S/ 3.19

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Tabla 17. Costo unitario de cigarro caja

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Materias Primas			
1.1	Cajetilla de cigarro	1	S/ 3.00	S/ 5.00
2	Costos Indirectos			
2.1	Empaque para transporte	1	S/ 0.40	S/ 0.40
3	Mermas (10%)			S/ 0.54
Total				S/ 5.94

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.6. Costos Proyectados en Soles

Tabla 18. Costo proyectado en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Bebida alcoholica básica	S/ 24,797	S/ 25,548	S/ 27,083	S/ 28,695	S/ 30,405
Bebida alcoholica intermedia	S/ 16,531	S/ 17,054	S/ 18,067	S/ 19,156	S/ 20,299
Bebida alcoholica premium	S/ 8,266	S/ 8,527	S/ 9,050	S/ 9,572	S/ 10,139
Bebida alcoholica deluxe	S/ 4,204	S/ 4,334	S/ 4,596	S/ 4,857	S/ 5,118
Gaseosa 3L.	S/ 48,286	S/ 49,767	S/ 52,784	S/ 55,931	S/ 59,307
Agua 3L.	S/ 48,286	S/ 49,767	S/ 52,784	S/ 55,931	S/ 59,307
Snack varios	S/ 48,286	S/ 49,767	S/ 52,784	S/ 55,931	S/ 59,307
Cajetilla de cigarros	S/ 48,286	S/ 49,767	S/ 52,784	S/ 55,931	S/ 59,307
Total	S/246,942	S/254,532	S/269,930	S/286,004	S/303,188

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.7. Gastos Proyectados Administrativo

Tabla 19. Gastos administrativos

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Personal			
1.1	Gerente general	1	S/ 930	S/ 930
1.2	Jefe de operaciones	1	S/ 930	S/ 930
1.3	Contador	1	S/ 200	S/ 200
1.4	Encargado de local	1	S/ 930	S/ 930
2	Gastos Operacionales			
2.1	Suministros de oficina	1	S/ 50	S/ 50
2.2	Servicios básicos	1	S/ 100	S/ 100
2.3	Internet y telefonía	1	S/ 100	S/ 100
2.4	Alquiler del local	1	S/ 100	S/ 100
Total				S/3,340

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.8. Gastos Proyectados de Comercialización

Tabla 20. Gastos de comercialización

Item	Descripcion	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Gastos Operacionales			
1.1	Repartidor	6	930	5580
1.2	Alquiler motocicletas	6	150	900
1.3	Gasolina	1	600	600
1.4	Marketing	1	500	500
1.5	Varios publicitarios	1	200	200
Total				7780

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.9. Flujo Económico

Tabla 21. Flujo caja económico

	Año 0	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Ingresos		S/387,106	S/399,106	S/423,214	S/448,146	S/474,458
Costos		-S/246,942	-S/254,532	-S/269,930	-S/286,004	-S/303,188
Utilidad Bruta		S/140,164	S/144,574	S/153,284	S/162,142	S/171,270
Gastos Administrativos		-S/ 40,080	-S/ 40,080	-S/ 40,080	-S/ 40,080	-S/ 40,080
Gastos de Comercializacion		-S/ 93,360	-S/ 93,360	-S/ 93,360	-S/ 93,360	-S/ 93,360
Utilidad Operativa		S/ 6,724	S/ 11,134	S/ 19,844	S/ 28,702	S/ 37,830
Impuestos		-S/ 1,984	-S/ 3,285	-S/ 5,854	-S/ 8,467	-S/ 11,160
Inversion	-S/17,205					
Capital de Trabajo	-S/10,020					
Utilidad Neta	-S/27,225	S/ 4,741	S/ 7,849	S/ 13,990	S/ 20,235	S/ 26,670

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

5.10. Análisis Económico

Tabla 22. Análisis económico

COK	7%
VAN	29,934
TIR	32%

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

COK:

- El Costo de Oportunidad con el cual trabajaremos será el 7%, siendo la mayor tasa de interés bancaria por depósito en cuenta de ahorros.

VAN:

- El Valor actual Neto del proyecto sale positivo, lo cual nos indica que el negocio va a generar ganancias.

TIR:

- La tasa interna de Retorno es superior al COK, esto quiere decir que el negocio puede ser aceptado.

CAPITULO IV

DESARROLLO DEL PLAN DE NEGOCIOS

1. Decisión de Inversión

Mediante el estudio realizado, la empresa servicio de RapiTragos muestra ser una gran oportunidad de negocio en el mercado Tacneño, principalmente porque va satisfacer una necesidad que actualmente no es muy bien atendida. Buscamos en un principio atender en el área de centro, cercado y cono sur, a medida que nuestro servicio se vaya penetrando en el mercado, se pretende cubrir todos los distritos de la ciudad.

Además de ser una buena oportunidad de negocio, se plantea también como una solución social para evitar o disminuir los riesgos de asaltos o accidentes de tránsito a causa del estado de embriaguez.

Por último y no menos importante, RapiTragos se proyecta como un negocio rentable ya que se proyectan indicadores financieros bastantes positivos, lo cual genera un valor para el inversionista.

La inversión que va ser requerida para este negocio será de S/27,225 nuevos soles cuya la tasa interna de retorno (TIR) de acuerdo a los flujos

proyectados a 5 años es de 32% lo cual es un mínimo aceptable lo que será rentable para la realización de este proyecto.

2. Recomendaciones

- Al realizar una buena gestión de procesos y la ejecución de planes, más adelante se puede planear en una expansión del servicio hacia otros distritos.
- En la empresa rapitragos al ocupar plataformas digitales como la aplicación móvil y/o página web, es de mucha importancia que el soporte técnico esté al tanto de inconvenientes que puedan presentarse, debido a alguna presencia de caída de red, ya que puede presentarse una pérdida de clientes y/o ventas.

CONCLUSIONES

Se comprobó la hipótesis a base del negocio, demostrando que los clientes no se encuentran satisfechos con el servicio de compra de bebidas, licores por medio de una empresa de radio taxi o tener que salir de su casa, lugar donde se encuentre para ir en busca de su producto, ya que pueden presentarse algunos inconvenientes.

Se demostró la viabilidad del negocio con los resultados obtenidos a través de encuestas donde el posible público demuestra la aceptación del proyecto, ya que se obtuvo respuestas favorables lo que se destaca el uso de este servicio por el segmento del mercado objetivo, con la necesidad de adquirir los productos a través de un aplicativo móvil.

Por medio de una representación gráfica se determinó los espacios que serán necesarios para el servicio y ponerlo en marcha, así como el equipamiento que será de manera útil para los productos.

Como parte de la estructura organizacional de la empresa, se identificó la capacidad operativa para lograr los objetivos especificados, se determinó contar con 6 puestos conformados por: gerente general, contabilidad, área de

operaciones, área de comercialización, encargado de local y repartidor delivery, donde cada uno tiene una función a realizar y los cuales serán considerados para el inicio del proyecto.

En base al estudio legal de la empresa, se realizó la investigación sobre las características y los beneficios que se permitan obtener para pertenecer a lo que es el Régimen Especial de Renta (RER).

Se estudió los requerimientos legales que permitió conocer los requisitos existentes relacionados al funcionamiento de la empresa, considerando los trámites legales de formalización, licencia de funcionamiento exigido por la entidad municipal e inspección técnica para cumplir con los requisitos exigidos por las entidades en la ciudad de Tacna.

En el estudio económico permite determinar la viabilidad económica y financiera del plan del negocio mediante el flujo económico donde el monto de la inversión asciende a S/27,225 dando un VAN de 29,934 y un TIR de 32% teniendo utilidades netas desde el primer año.

BIBLIOGRAFÍA

- Google. (2019). Obtenido de <https://www.google.com/maps/>
- Sunat. (2016). Obtenido de <http://www.sunat.gob.pe/>
- Gobierno,peru (2018) obtenido de <https://www.gob.pe/280-regimenes-tributarios>
- Comercio, E obtenido de <https://elcomercio.pe/economia/peru/congreso-plantean-repartidores-conductores-apps-delivery-rappi-glovo-uber-eats-reciban-sueldo-minimo-noticia-629106>
- INEI. (2017). Obtenido de <https://www.inei.gob.pe>

ANEXOS

Área de comercialización

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Implementos de seguridad	6	S/ 200.0	S/ 1,200.0
3	Cajas de transporte	6	S/ 150.0	S/ 900.0
Total				S/ 2,100.0

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Área de almacén

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Congeladora	2	S/ 1,400.0	S/ 2,800.0
2	Anaqueles	4	S/ 150.0	S/ 600.0
Total				S/ 3,400.0

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Inversión de intangibles

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Creación de marca	1	S/ 350.0	S/ 350.0
2	Aplicación móvil	1	S/ 2,500.0	S/ 2,500.0
Total				S/ 2,850.0

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Trámites legales

N°	Descripción	Cantidad	Valor Unitario	Valor Total
1	Constitución de la empresa	1	S/ 350.0	S/ 350.0
2	Licencia de funcionamiento	1	S/ 620.0	S/ 620.0
3	Inspección técnica	1	S/ 220.0	S/ 220.0
4	Legalización de libros contables	1	S/ 150.0	S/ 150.0
Total				S/1,340.0

Fuente: Propia

Elaboración: Propia

Ingresos proyectados en unidades

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Bebida alcoholica básica	2,277	2,346	2,487	2,635	2,792
Bebida alcoholica intermedia	1,518	1,566	1,659	1,759	1,864
Bebida alcoholica premium	759	783	831	879	931
Bebida alcoholica deluxe	386	398	422	446	470
Gaseosa 3L.	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Agua 3L.	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Snack varios	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Cajetilla de cigarros	4,434	4,570	4,847	5,136	5,446
Total	22,676	23,373	24,787	26,263	27,841

Fuente: Propia
 Elaboración: Propia

Proyección de ingresos nuevos en soles

Productos	Año 01	Año 02	Año 03	Año 04	Año 05
Bebida alcoholica básica	S/ 36,432	S/ 37,536	S/ 39,792	S/ 42,160	S/ 44,672
Bebida alcoholica intermedia	S/ 60,720	S/ 62,640	S/ 66,360	S/ 70,360	S/ 74,560
Bebida alcoholica premium	S/ 53,130	S/ 54,810	S/ 58,170	S/ 61,530	S/ 65,170
Bebida alcoholica deluxe	S/ 77,200	S/ 79,600	S/ 84,400	S/ 89,200	S/ 94,000
Gaseosa 3L.	S/ 62,076	S/ 63,980	S/ 67,858	S/ 71,904	S/ 76,244
Agua 3L.	S/ 22,170	S/ 22,850	S/ 24,235	S/ 25,680	S/ 27,230
Snack varios	S/ 22,170	S/ 22,850	S/ 24,235	S/ 25,680	S/ 27,230
Cajetilla de cigarros	S/ 53,208	S/ 54,840	S/ 58,164	S/ 61,632	S/ 65,352
Total	S/387,106	S/399,106	S/423,214	S/448,146	S/474,458

Fuente: Propia
 Elaboración: Propia