



FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

PLAN DE NEGOCIO BEBIDAS EXÓTICAS AMAZÓNICAS EN IQUITOS, 2020

Autoras:

FLORES ZAGACETA, LAURA THAIS.

Para optar el título profesional de

Licenciada de Turismo y Hotelería

MONTENEGRO CHAVEZ, TRACEY KATIUSCKA.

Para optar el título profesional de

Contadora pública

LINEA DE INVESTIGACION: PROSPECTIVA DE MERCADO Y TERRITORIOS

IQUITOS-PERÚ

2020

DEDICATORIA

En primer lugar, dedico a Dios por darme todo lo necesario para seguir adelante en cada paso de mi vida, lograr mis metas, proyectos trazadas ya que sin él no sería posible cumplirlas, en segundo lugar, dedicar a mis padres, abuelos por ser los pilares fundamentales en mi vida y por el apoyo incondicional que me han brindado siempre, durante estos años de mi carrera profesional para la culminación de este proyecto sin sus ayuda no sería posible gracias por todo por confiar en mi para lograr mis objetivos y metas trazadas.

Laura Thais

A Dios porque ha estado conmigo a cada paso que doy, cuidándome y dando me fortaleza para continuar, a mis padres, quienes a lo largo de mi vida han velado por mi bienestar y educación siendo mi apoyo en todo momento. Depositando su entera confianza en cada reto que se me presentaba sin dudar ni un solo momento en mi inteligencia y capacidad. Es por ello que soy lo que soy ahora. Los amo con mi vida.

Tracey Katuscka

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mis padres por el apoyo incondicional que me han brindado siempre, donde tuve la oportunidad de estudiar en una prestigiosa universidad científica del Perú para cumplir con mis metas trazadas en el ámbito profesional, gracias por todo por confiar en mí para lograr mis objetivos y metas trazadas. También a los docentes por sus paciencias y enseñanzas durante estos años de mi carrera profesional para la culminación de este proyecto.

Laura Thais

Agradezco a Dios por protegerme durante todo mi camino y darme fuerzas para superar obstáculos y dificultades a lo largo de toda mi vida.

Agradezco a mis padres quienes a lo largo de toda mi vida me han apoyado y motivado mi formación académica creyendo en mí en todo momento. Y a los profesores a que me guiaron para que salga un buen proyecto.

Tracey Katiuscka

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD DE
NEGOCIOS



“Año de la Universalización de la Salud”

ACTA DE SUSTENTACIÓN

Con Resolución Decanal N° 410-2020-UCP-FAC.NEGOCIOS, del 12 de diciembre de 2020, se autorizó la sustentación para el 14 de diciembre de 2020.

Siendo las 17.00 horas del día 14 de diciembre de 2020 se constituyó de modo no presencial el Jurado para escuchar a través del programa virtual ZOOM, la presentación y defensa del Trabajo de Suficiencia Profesional PLAN DE NEGOCIO BEBIDAS EXÓTICAS AMAZONICAS EN IQUITOS, 2020.
Presentado por:


MONTENEGRO CHAVEZ TRACEY KATIUSCKA
Para optar el título profesional de Contador Público

FLORES ZAGACETA LAURA THAIS, y
Para optar el título profesional de Licenciada en Turismo y Hotelería


Luego de escuchar la sustentación y formuladas las preguntas, el Jurado pasó a la deliberación en privado, llegando a la siguiente conclusión:

La sustentación es: APROBADA POR UNANIMIDAD

A las 18.31 horas culminó el acto público.
En fe de lo cual los miembros del Jurado firman el acta.



Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán, MBA
Presidente del jurado



CPC. Ali Guiliانا Yalta Flores, Mgr
Miembro del Jurado



CPC José Rubén Ruiz Del Aguila, Mgr
Miembro del Jurado

Iquitos – Perú
Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5

Sede Tarapoto – Perú
Leoncio Prado 1070 / Martines de Compañón 933

Universidad Científica del Perú
www.ucp.edu.pe

HOJA ANTIFLAGIO

“Año de la Universalización de la Salud”



CONSTANCIA DE ORIGINALIDAD DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DE LA UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ - UCP

El presidente del Comité de Ética de la Universidad Científica del Perú -
UCP

Hace constar que:

El Trabajo de Suficiencia Profesional titulado:

**“PLAN DE NEGOCIO BEBIDAS EXOTICAS AMAZONICAS EN IQUITOS,
2020”**

De los alumnos: **FLORES ZAGACETA LAURA THAIS Y MONTENEGRO
CHÁVEZ TRACEY KATIUSCKA**, de la Facultad de
Negocios, pasó satisfactoriamente la revisión por el Software Antiplagio,
con un porcentaje de **13% de plagio**.

Se expide la presente, a solicitud de la parte interesada para los fines que
estime conveniente.

San Juan, 4 de diciembre del 2020.



Dr. César J. Ramal Asayag
Presidente del Comité de Ética - UCP

CIRA/lasda
241-2020



Av. Abelardo Quiñones Km. 2.5



(065) 261088



www.ucp.edu.pe

Urkund Analysis Result

Analysed Document: UCP_NEGOCIOS_2020_TSP_ TRACEY KATIUSCKA MONTENEGRO CHAVEZ Y LAURA THAIS FLORES ZAGACETA_V1.pdf (D87411570)

Submitted: 12/1/2020 5:32:00 PM

Submitted By: revision.antiplagio@ucp.edu.pe

Significance: 13 %

Sources included in the report:

UCP_Administracion y Contabilidad_2019_TSP_jarly valerio y rosa sanchez_V1.pdf (D58682376)

<https://www.peru-retail.com/sector-licores-creceria-10-peru-este-2018/> Instances where selected

sources appear:

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
DEDICATORIA	ii
AGRADECIMIENTO	iii
ACTA DE SUSTENTACIÓN	iv
HOJA ANTIFLAGIO	v
ÍNDICE DE CONTENIDO	vii
ÍNDICE DE CUADROS	ix
ÍNDICE DE FIGURAS	x
ÍNDICE DE GRAFICOS	xi
RESUMEN	1
ABSTRACT	2
I. INFORMACION GENERAL	3
1.1. Nombre del negocio.....	3
1.2. Actividad empresarial.....	3
1.3. Idea del negocio.....	4
II. PLAN DE MARKETING.	5
2.1. Necesidades de los clientes.	5
2.2. Demanda actual y tendencias.....	6
2.3. Oferta actual y tendencias.	7
2.4. Programa de marketing de la empresa.	8
2.4.1. El producto	8
2.4.2. El precio	10
2.4.3. La Promoción	11
2.4.4. La cadena de distribución	13
III. PLAN DE OPERACIONES	13
3.1. ESTUDIOS DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO	13
3.2. EL PROCESOS DEL ABASTECIMIENTO	14
3.3. EL PROCESO DE SERVICIOS	15

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	16
4.1. LA ORGANIZACIÓN:.....	16
4.2. PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES	16
4.3. CONDICIONES LABORALES:	19
4.4. REGIMEN TRIBUTARIO:	19
V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO	20
CONCLUSIONES	26
BIBLIOGRAFIA	27
Anexo	28

ÍNDICE DE CUADROS

Página

Cuadro 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme 2019	3
Cuadro 2: Proyección de la demanda de la empresa Bebidas Exóticas Amazónicas, 2020.	6
Cuadro 3: Negocios similares en la ciudad de Iquitos, 2019.	8
Cuadro 4: Costo Unitario	14
Cuadro 5: Salarios del personal, 2020	19
Cuadro 6: Comportamiento del mercado: tendencia y participación	20
Cuadro 7: Ventas de los Productos	20
Cuadro 8: Costo de ventas	20
Cuadro 9: Gasto administrativos	21
Cuadro 10: Gasto Comercial	21
Cuadro 11: Inversión en Activo Fijos	21
Cuadro 12: Depreciación	22
Cuadro 13: Costo Laboral (%)	22
Cuadro 14: Programa de endeudamiento	22
Cuadro 15: Estado financiero	24
Cuadro 16: Flujo de caja	25

ÍNDICE DE FIGURAS

Página

Figura 1: Ubicación de la empresa Bebida Exoticos Amazonicas SRL , 2020.....	3
Figura 2: Promedio de personas de 15 a más edad que consumieron bebidas alcohólicas en 12 meses	7
Figura 3: Amazónica; local céntrico.....	9
Figura 4: Licores Exóticos Amazónicas	10
Figura 5: Servicios de la Empresa Amazónicas, 2019.	10
Figura 6: Promoción de AMAZONICAS	11
Figura 7: Polo Amazónicas.....	12
Figura 8: Gorro Amazónicas	12
Figura 9: Fang Page Amazónicas.....	12

ÍNDICE DE GRAFICOS

Página

Gráfico 1: Canal directa de distribución	13
Gráfico 2: Proceso de abastecimiento de la empresa 2019.....	14
Gráfico 3: Proceso del servicio de la empresa 2019.....	15
Gráfico 4: Estructura organizacional de la empresa “Amazónicas”	16

Plan de negocio bebidas exóticas amazónicas en la ciudad de Iquitos, 2020

Laura Thais, Flores Zagaceta

Tracey Katuscka, Montenegro Chávez

RESUMEN

En la actualidad ciudad necesita explotar recursos de la región, calidad para obtener un producto satisfactorio en el mercado y a nivel exterior la cual las personas o clientes optan por degustar y dar un valor agregado a nuestro producto.

Teniendo siempre como objetivo dejar en alto en nombre de Iquitos.

En este proyecto es proponer un negocio con mucha viabilidad para darse a conocer en el mercado.

AMAZONICAS SRL se especializará la venta para un acontecimiento con producto de buena calidad, contamos con personal profesionales capacitados para el buen servicio al cliente, donde el mercado se sitúa en el centro de la ciudad de Iquitos.

Palabras claves: plan de negocio, mercado, licores exóticos.

Business plan exotic Amazonian drinks, city Iquitos, 2020.

Laura Thais, Flores Zagaceta

Tracey Katuscka, Montenegro Chávez

ABSTRACT

Currently, the city needs to exploit the region's resources, quality to obtain a satisfactory product in the market and abroad, which people or clients choose to taste and give added value to our product.

Always aiming to leave the name of Iquitos on high. In this project is to propose a business with great viability to make itself known in the market.

AMAZONICAS SRL will specialize in the sale for an event with a good quality product, we have professional personnel trained for good customer service, where the market is located in the center of the city of Iquitos.

Keywords: business plan, market, exotic liquors.

I. INFORMACION GENERAL

1.1. Nombre del negocio

Nombre comercial: “Amazónicas”

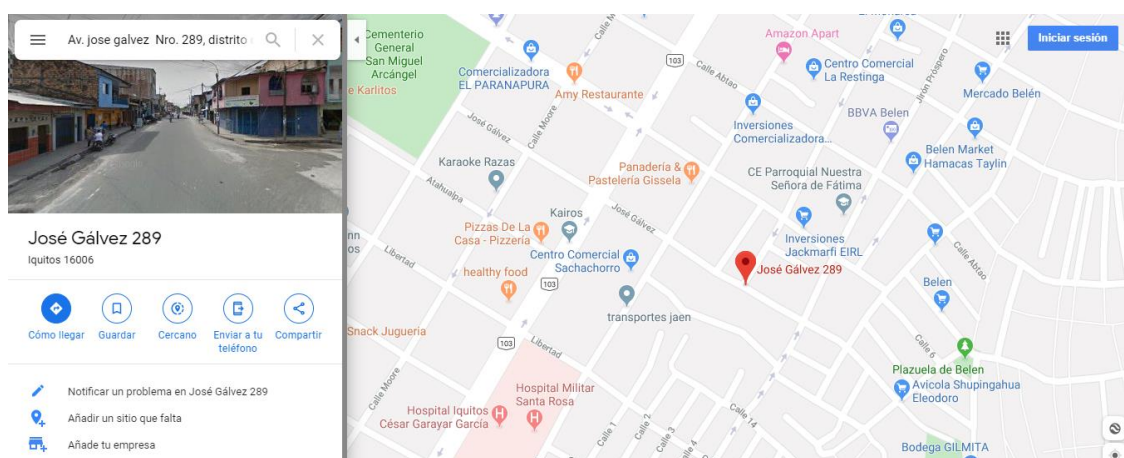
Razón social: Bebidas Exóticas Amazónicas SRL

Sector de la actividad: elaboración de licores

Localización: Av. José Gálvez Nro. 289, distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto, Perú.

Actividad: producción

Figura 1: Ubicación de la empresa Bebida Exoticos Amazonicas SRL , 2020



Fuente: www.googlemaps.com

1.2. Actividad empresarial

Cuadro 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme 2019

G	Comercial al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.		
	47	Comercio al por menos, excepto el de vehículo automotores y motocicletas.	
		471	Ventas a por mayor de comercios no especializados.
			4711 Otras actividades de ventas al por menor en comercio no especializado, con predominio de la venta de alimentos, bebidas o tabaco.

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – INEI

1.3. Idea del negocio.

Se busca satisfacer la necesidad del ser humano de celebrar eventos sociales, donde se puede degustar una bebida alcohólica, compartir un momento agradable en familia y amigos. También se busca mantener una buena salud de los órganos reproductivos del ser humano, teniendo en cuenta la tradición y costumbre de nuestra región, lo cual es considerado favorable para la salud.

Los segmentos al cual se pretende llegar son las personas jóvenes que oscilan entre 18 a 25 años de edad, quienes optan por bebidas alcohólicas abundantes y con un precio accesible; personas jóvenes adultas de 25 a 40 años , quienes optan por compartir bebidas alcohólicas en eventos sociales; y adultos de 41 a más edad que buscan mejorar la salud , que cuenten con ingresos dependiente e independiente y que resida o trabaje en la ciudad de Iquitos y realicen la actividad turística que estén dispuestos a pagar por el servicio de bebidas.

Se ofrece brindar un producto natural, considerando las normas sanitarias y los estándares de calidad en relación a los insumos del contenido: sabor, presentación, envasado e información sobre las bondades del producto al consumidor ya que posee propiedades curativas. La temática de nuestro producto es brindar información sobre el proceso de la elaboración del producto teniendo en cuenta las variedades de bebidas regionales. Ofreciendo a los clientes la oportunidad de demostrar sus factores de nuestro producto. Siempre dispuestos a ofrecer nuevos servicios y, por encima de todo, a atender con la mejor manera y amabilidad. La infraestructura estará construida de material rustico y estará ambientada con el producto planteado, sus mesas, muebles y enseres y alrededores serán diseñados con estilos regionales.

II. PLAN DE MARKETING.

2.1. Necesidades de los clientes.

Como se explicó en el capítulo anterior, se busca satisfacer las siguientes necesidades de los clientes, entro de ellos tenemos:

- a. Necesidad de integración con los familiares, amigos o compañeros de trabajo para celebrar gratos momentos, compartir experiencias inolvidables, degustando una bebida alcohólica regional típica en un buen ambiente.
- b. Necesidad de brindar licores exóticos con consistencias en el nivel de alcohol, de acuerdo a la posibilidad económica de nuestros clientes.
- c. Necesidad de mantener y conservar una buena salud del sistema en los órganos reproductivos humanos de manera natural y así evitar el consumo de productos farmacéuticos siempre y cuando exista las proporciones adecuadas de consumo de alcohol y en el segmento que corresponda, más aún a las personas de mayor edad desde los 41 a más años de edad.
- d. Necesidad de brindar un ambiente acogedor, cómodo que muestra una temática de variedades en licores exóticos amazónicos, cuidando y protegiendo la seguridad de los clientes. Al mismo tiempo se demostrará bailes típicos para mostrar un poco de la cultura amazónica.
- e. Necesidad de brindar un producto con garantía de cumplir las normas sanitarias para el consumo humano, ya que es necesario informar al consumidor sobre los insumos que brinda el producto.

Quienes buscan satisfacer las necesidades de los jóvenes, personas mayores, por la rutina del trabajo buscan actividades que les relaje de forma individual y grupal, donde se puede ampliar el vínculo de amistad o generar nuevas amistades.

2.2. Demanda actual y tendencias.

Cuadro 2: Proyección de la demanda de la empresa Bebidas Exóticas Amazónicas, 2020.

Población de Iquitos	439,600
Población mayores de 18-55 años ,54%	237,384
NSE C-D 28.30%	67,180
Consumo per cápita - Perú	8.5
Demanda de bebida alcohólicas - litros /años	571,027

Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática - INEI

En el Perú de los 22 tragos al mes de bebidas alcohólicas que consume, la cerveza tiene la mayor preferencia, seguido por licores y vino.

El sector licores mostraría un crecimiento en el entorno del 10% durante el presente año, manifestó Javier de la Viuda, presidente del Gremio de Vinos y Licores de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“Es posible alcanzar dicha cifra mayor del 7% que, según la consultora International Wine & Spirits Report (IWSR), mostró el sector en el 2017 –que por la fiebre del Mundial de Rusia– se dio un crecimiento en todas las categorías destacando principalmente whisky, que logró una expansión del 12%, seguido del ron y vodka con cerca del 7% respectivamente y pisco con casi un 3%. El gin dobló su tamaño, pero desde una base todavía muy pequeña”, precisó.

Precisamente en el 2017, la selección peruana clasificó al Mundial de Rusia contribuyendo a que el sector creciera en 7%.

“No olvidemos que, en la primera mitad de 2017, El Niño Costero afectó negativamente a la industria, pero en la segunda mitad del año tuvo una recuperación debido a que nuestra selección confirmó las excelentes noticias de su clasificación, la misma que también podría impulsar el crecimiento proyectado para este año”, aseveró el ejecutivo.

En otro lado, afirmó que el consumo de bebidas alcohólicas formales en el Perú continúa siendo bajo, si se compara con otros países de la región y con economías más desarrolladas.

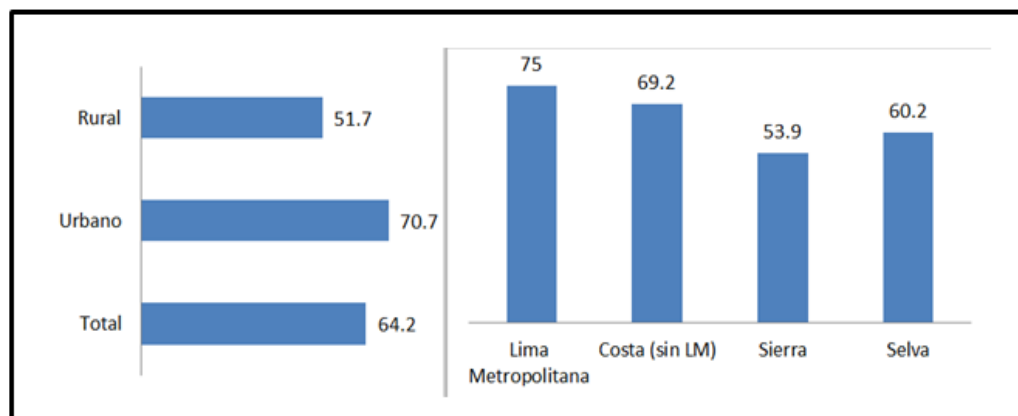
“El Perú es un país con una destacada cultura de celebración en donde las bebidas alcohólicas juegan un importante papel. Esta cultura de celebración

es transversal a lo largo de todos los niveles socioeconómicos y, afortunadamente, el Perú cuenta con una gran industria formal capaz de ofertar una amplia gama de alternativas, tanto de categorías y sabores como de precios a favor de los consumidores”, anotó el presidente del gremio de la CCL.

El uso de alcohol está considerado como un factor de riesgo en el padecimiento de algún tipo de muchas enfermedades como el cáncer, enfermedades cardiovasculares y cirrosis hepática. De acuerdo con los resultados de la encuesta, el 91,5% de las personas de 15 y más años de edad declararon que han consumido bebida alcohólica, alguna vez en su vida.

El 64,2% de las personas de 15 y más años de edad, consumió bebida alcohólica en los últimos 12 meses. Por otro lado, en el área urbana el 70,7% reportó consumir algún tipo de alcohol y en el área rural el 51,7%. Según región natural, la mayor proporción de personas que consumieron bebida alcohólica, se ubica en Lima Metropolitana (75,0%) y Costa (sin Lima Metropolitana) (69,2%); y, las menores proporciones en la Sierra (53,9%) y Selva (60,2%).

Figura 2: Promedio de personas de 15 a más edad que consumieron bebidas alcohólicas en 12 meses



Fuente: Instituto Nacional de Estadística e Informática – Encuesta demográfica y de salud familiar.

2.3. Oferta actual y tendencias.

En el mercado local, se observaron pocas empresas dedicadas al mismo rubro, con temáticas de la región amazónica, muchas de estas

empresas no cuentan con un registro sanitario, lo cual garantiza la salud de nuestros clientes.

Otro producto, en el mismo sector, que está causando gran impacto es la cerveza artesanal, propuesta para jóvenes que han tenido buena aceptación. Sin embargo, no han apostado por una temática relacionada a nuestra propia región, que hace que se impacte en todo el ámbito local, considerando que esta bebida artesanal también tiene beneficios de salud para el consumidor tal como las bebidas afrodisiacas.

Cuadro 3: Negocios similares en la ciudad de Iquitos, 2019

Producto	Jarra	Precio
Musmuqui	1	S/18.00
Arandú bar	1	S/20.00
Amazónicas	1	S/17.00

Fuente: elaboración propia

Los negocios con actividades similares en nuestra región, fueron identificados dos empresas que se dedican a la venta de licores exóticos Musmuqui y Arandú Bar, ambos tienen su local por zonas céntrica de la ciudad de Iquitos, el primero con un posicionamiento fuerte en el mercado local expandiéndose hasta el distrito de san juan y el segundo está entrando con mayor fuerza al mercado local.

2.4. Programa de marketing de la empresa.

2.4.1. El producto

AMAZONICAS estará funcionando en un lugar céntrico, con un vasto despliegue natural para eso hemos escogido ese lugar con un local propio que se encuentre ubicado en la calle José Gálvez Nro. 289, departamento de Loreto, provincia Manyas, distrito de Belén, por el cual nos permite tener mayor demanda.

La instalación con cuenta con local de 8 de frente y 20 de fondo donde habrá tres áreas:

1.-Área de recepción: Donde recibiremos al cliente y atenderemos los pedidos a consumir de nuestras bebidas exóticas.

2.-Área de elaboración: _Será el ambiente donde se harán la preparación de los licores.

3.- Área de consumo: Es el lugar donde los clientes tendrán un lugar en donde podrán degustar nuestras bebidas exóticas, con ambientes acogedores.

Se cuenta con personal capacitado para brindar una buena atención y proceder a realizar de buena calidad, contando con un personal que tiene conocimiento de tres idiomas: español, portugués e inglés.

Figura 3: Amazónica; local céntrico



Fuente: elaboración propia

Figura 4: Licores Exóticos Amazónicas



Fuente: elaboración propia

2.4.2. El precio

La política de precios que adaptaremos buscará alcanzar los objetivos que hemos propuesto, Entre ellos, estableceremos en el mercado de forma permanente a fin de posicionar y promocionar nuestro negocio.

Utilizaremos el método de fijación de precios basando en los costos, con lo cual añadiremos a costo de servicios en cuotas o porcentaje fijo para establecer los precios al cliente. Debido a que nos enfocaremos en las necesidades de los clientes, por lo tanto, tendríamos un costo unitario serán bajos precios y accesible y mejor que la competencia.

Debido a que se ofrecerá unos servicios especializados y de mayor calidad que la competencia. A esta estrategia se logrará nuestros objetivos son:

- ✓ Posicionaremos en el mercado.
- ✓ Conseguir rentabilidad.
- ✓ Defendernos de la competencia.

Figura 5: Servicios de la Empresa Amazónicas, 2019.



Fuente: elaboración propia

2.4.3. La Promoción

Algunas fechas resaltadas y más esperadas de todos de evento en estos días especiales son los días donde hay más cliente que quieren disfrutar y es oportuno para que crezca el negocio, y se debe lograr llenar las expectativas para atraer nuevos clientes, y es importante que planifiquemos a tiempo nuestra estrategia del cierre de año y otras fechas especiales.

1. El diseño del local y del producto será un concepto de atractivo para llamar la atención de los clientes, realizaremos propagandas con nuevo licor y daremos degustar con persona, e invitarlos a nuestro local.
2. Por un producto se puede llevar otro gratis en las ocasiones de cualquier evento.
3. Es una bebida medicinal que ayuda a que los clientes lleguen por causa de dolores, y otros. Será muy bien informado.
4. Armar una página web para publicar ofreciendo nuestros productos para dar información de cada bebida y que funciones tiene.
5. Sorteos a los clientes más frecuentes, se puede hacer en una fecha sorpresa o celebres, no olvidar a nuestros clientes y dar la oportunidad de disfrutar nuestras bebidas.

En la fecha más emotiva poner propagandas sobre el amor y subir en las redes sociales, como Instagram, Facebook y otros transmitiendo que hay bebidas que te ayudan a mejorar.

De esta forma vamos a seguir e invertir para poder llegar a los clientes; y así segmentar las características de todo lo que se necesita.

Figura 6: Promoción de AMAZONICAS



Fuente: elaboración propia

Figura 7: Polo Amazónicas



Fuente: elaboración propia

Figura 8: Gorro Amazónicas



Fuente: elaboración propia

Figura 9: Fang Page Amazónicas



Fuente: elaboración propia

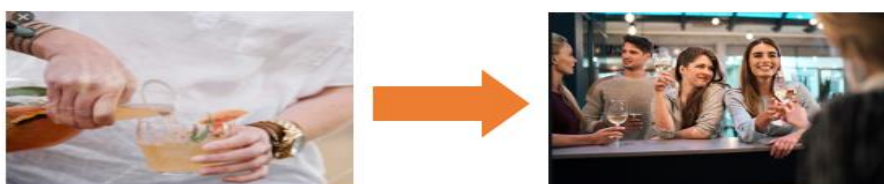
2.4.4. La cadena de distribución

Nuestra empresa, Charapita Ardiente cuenta con la dirección: Av. José Gálvez Nro. 289, distrito de Belén, provincia de Maynas, región Loreto, Perú., por lo cual el brindar un buen servicio a la necesidad del cliente es directa.

a) Funciones que debe cumplir el canal

La función que cumplirá es colocar nuestro producto de venta en el canal de nuestro local y directamente a los clientes.

Gráfico 1: Canal directa de distribución



Fuente: elaboración propia

III. PLAN DE OPERACIONES

En el mundo empresarial buscan cada vez productos de buena calidad y menos costos, y se busca satisfacer las necesidades del cliente, con la ayuda de nuevos proyectos.

3.1. ESTUDIOS DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO

El producto que se brinda se requiere del aprovisionamiento de insumos y materiales diversos como: cumaceba (tallo seco), aguardiente, envases, entre otros.

Se presentará el proyecto en tres tipos de procesos:

- EL proceso de la compra de productos.
- El proceso de atención al cliente.
- El proceso de satisfacer las necesidades

3.2. EL PROCESOS DEL ABASTECIMIENTO

Gráfico 2: Proceso de abastecimiento de la empresa 2019

Cuadro 4: Costo Unitario

Costo unitario			
Materia primas, auxiliares y otros	%	costo Unitario x Lt	Total
Materia primas			
Aguardiente	50%	5.00	2.50
Cumaceba y Otros	40%	10.00	4.00
Materiales, auxiliares			
Miel de abeja	5%	44.00	2.20
Vino abuelo	4%	30.00	1.20
Jengibre (Kion)	1%	20.00	0.10
Costo unitario x Litro	100%		10.00

Fuente: elaboración propio



Fuente: elaboración propio

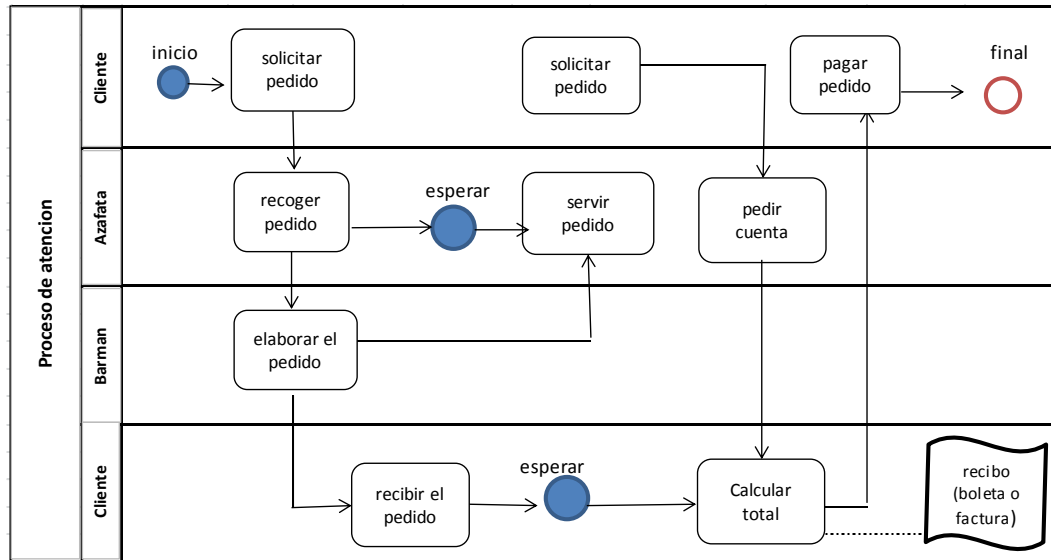
Como esta en la política de la empresa, se mantendrá con un producto de buena calidad con el fin de mantener el servicio en nuestra ciudad, En la ciudad de Iquitos hay distribución de productos, con precios muy bajos.

3.3. EL PROCESO DE SERVICIOS

El horario Amazónicas, será de 8:00pm hasta la 2:00am

Gráfico: Proceso de atención al cliente de la empresa CHARAPITA ARDIENTE, 2019

Gráfico 3: Proceso del servicio de la empresa 2019



Fuentes: elaboración propio

Proceso del servicio de la empresa:

1. Recepción de cliente:

Se brinda la información necesaria al ingresar al local directamente con el cliente, también mediante virtual donde facilitamos la información necesaria de nuestro producto.

2. Solicitud de producto:

La mesera entrega la carta con detalle de las variedades tipos de licores a un precio accesible y recibe el pedido del cliente, con amabilidad que brindamos en el local y sentirse en casa.

3. Brindar servicio:

En el local AMAZONICAS brindamos un buen servicio con responsabilidad, amabilidad y honestidad donde el cliente se podrá sentir seguro de sí mismo en el local con personas especializadas y capacitado en el servicio y así poder brindar las necesidades del cliente de manera satisfactoria.

4. Cancelación del servicio:

Mediante visa, cash y otros.

5. Emisión de comprobante:

Cuando el servicio y la cancelación se emite un comprobante (boleta de venta, ticket, factura).

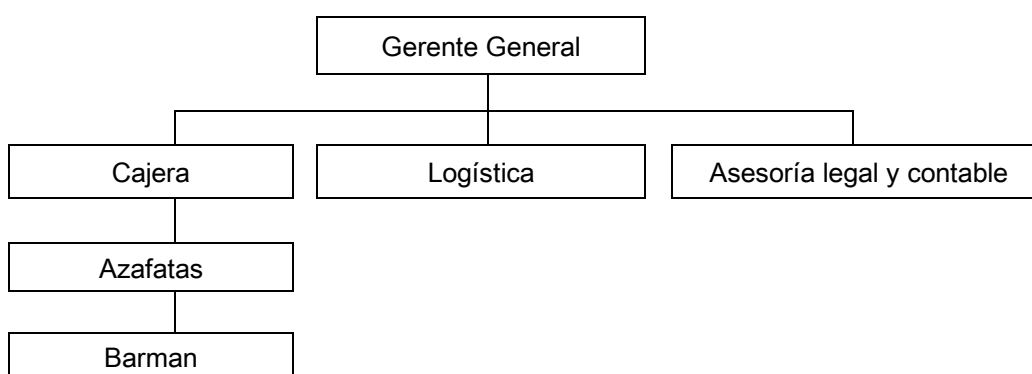
6. Agradecimiento al cliente:

Al término de la compra y el servicio establecido se le agradece, estamos a su servicio, que Dios lo bendiga.

IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

4.1. LA ORGANIZACIÓN:

Gráfico 4: Estructura organizacional de la empresa "Amazónicas"



Fuente: elaboración propia

4.2. PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES

Puesto: Gerente General

Funciones:

- a) Ordenar y coordinar
- b) Administración y gestión de la empresa
- c) Designar todas las posiciones de la estructura
- d) Realizar evaluaciones periódicamente del cumplimiento de las funciones es de las diferentes áreas (jefe de ventas, a jefe de producción y otros)
- e) Desarrollar metas cortas y largas junto con los objetivos

- f) Coordinar con las oficinas administrativas para asegurar los riegos.
- g) Tener la decisión de liderazgo.

Puesto: Asesoría legal y Contable

Funciones:

- a) Administrar bienes de la empresa
- b) Responsable de elaborar la planilla.
- c) Llevar el control de los libros contables y realizar los trámites de legalización de los libros.
- d) Aconsejar sobre las decisiones favorables para la empresa
- e) Manejar las cuentas anuales de la empresa y los plazos de entrega de los estados contables ante el registro mercantil.
- f) Realizar cierre contable, así como sus ajustes contables de acuerdo a la normativa legal que se encuentre vigente.

Puesto: Cajera

Funciones:

- a) Recepción, entrega y custodia dinero en efectivo, cheques, a fin de lograr los ingresos y cancelación de pagos.
- b) Registra directo a una computadora o caja los movimientos de ingresos y egresos de dinero
- c) Suministra diaria la caja.
- d) Cumple con las normas y procedimientos en materia de seguridad integral establecido.
- e) Reporta cualquier anomalía.
- f) Servicio de recibo de pago electrónica

Puesto: Azafatas

Funciones:

- a) Conocer el uso del material y equipo del servicio brindado.
- b) Se encarga de la limpieza de mesas, estaciones del local.
- c) Es responsable de tener surtidas las estaciones de servicio.
- d) Sugiere al cliente aperitivos, cócteles, y demás bebidas o licores que brinda el local.
- e) Servir el licor a la mesa.

Puesto: Logística

Funciones:

- a) Controla y verifica los insumos que se encuentran en perfectas condiciones al recibir y entregar.
- b) Realiza el control del inventario.
- c) Previene incidencias, deterioro de los productos en el almacén aplicando las medidas de seguridad en el mantenimiento.

Puesto: Barman

Funciones:

- a) Encargado de elaborar las variedades tragos , trabajando con la coordinación con las azafatas
- b) Manteniendo un promedio de stock de licores y demás insumos para la elaboración de los pedidos del clientes.
- c) También realizar el control de calidad de los productos

4.3. CONDICIONES LABORALES:

Jornada de trabajo

La jornada de trabajo será de 8 horas diarias, será de lunes a sábados de 6 pm– 2am

Cuadro 5: Salarios del personal, 2020

Personal	Remuneración mensual (soles)
Gerente general	1,500
Asesoría legal y contable	1,000
Logística	950
Cajera	930
Barman	930
Azafata	930

Fuente: elaboración propio

4.4. REGIMEN TRIBUTARIO:

Sera el Régimen General de Impuesto a la Renta: Régimen Especial MYPE Tributario alcanza a Personas naturales y jurídicas, sucesiones indivisas y sociedades conyugales, las asociaciones de hecho de profesionales y similares que obtengan rentas de tercera categoría, que estén domiciliadas en el país y sus ingresos netos no superen las 1700 UIT en el ejercicio gravable.

Es un régimen que fue especialmente creado para el micro y pequeñas empresas, cuya finalidad es promover el crecimiento de este tipo de empresas, que dispongan de condiciones más simples con el fin que puedan cumplir con sus obligaciones tributarias.

Tasa escalonada para el pago anual del impuesto a la Renta: hasta 15 UIT = 10%, EXCESO 29.5%.

Por encontrarse ubicada en la amazonia se encuentra exonerada de pago del Impuesto General a las Ventas (IGV).

V. PLAN ECONOMICO Y FINANCIERO

Cuadro 6: Comportamiento del mercado: tendencia y participación

	Año 1	Año 2	Año 3
Demanda actual anual por unidades	571,027	571,027	571,027
Tendencia del mercado	0%	2%	3%
Demanda estimada anual por unidades	571,027	582,448	599,921
Participación de mercado	3.00%	5.00%	6.00%
Demanda del proyecto jarras	17,131	29,122	35,995

Fuente: elaboración propia

Cuadro 7: Ventas de los Productos

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas anuales	17,131	29,122	35,995
Precio mercado soles	18.00	18.00	18.36
Tendencia del precio	0%	2%	3%
Precio de venta efectiva (jarras)	S/ 18.00	S/ 18.36	S/ 18.91
VENTA TOTAL EMPRESA	S/ 308,355	S/ 534,687	S/ 680,699

Fuente: elaboración propia

Cuadro 8: Costo de ventas

	Año 1	Año 2	Año 3
Ventas	17,131	29,122	35,995
Costo compra	S/ 10	S/ 10	S/ 10
COSTO DE LA MERCADERIA VENDIDA	S/ 171,310	S/ 294,136	S/ 374,459

Fuente: elaboración propia

Cuadro 9: Gasto administrativos

GASTO ADMINISTRATIVO	Año 1	Año 2	Año 3
Remuneración del personal	S/ 7,791	S/ 6,781	S/ 7,324
Servicios públicos	S/ 300	S/ 350	S/ 400
Útiles oficina	S/ 200	S/ 210	S/ 250
Otros	S/ 500	S/ 150	S/ 200
Total mensual	S/ 8,891	S/ 7,491	S/ 8,174
TOTAL ANUAL	S/ 106,697	S/ 89,890	S/ 98,090

Fuente: elaboración propia

Cuadro 10: Gasto Comercial

GASTO COMERCIAL	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/ 300.00	S/ 500.00	S/ 800.00
Promociones	S/ 300.00	S/ 500.00	S/ 800.00
Otros	S/ 150.00	S/ 200.00	S/ 300.00
Total mensual	S/ 750.00	S/ 1,200.00	S/ 1,900.00
TOTAL ANUAL	S/ 9,000.00	S/ 14,400.00	S/ 22,800.00

Fuente: elaboración propia

Cuadro 11: Inversión en Activo Fijos

Activo fijo	Valor adquisición	Cantidad	Valor total
Local/implementación	S/ 6,000	1	S/ 6,000
Terreno	S/ 0	1	S/ 0
Equipos	S/ 6,000	1	S/ 6,000
Muebles	S/ 5,000	1	S/ 5,000
Total			S/ 17,000

Fuente: elaboración propia

Cuadro 12: Depreciación

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/ 17,000.00	-S/ 2,450.00	-S/ 2,450.00	-S/ 2,450.00	S/ 9,500.00
Amortización activo intangible	S/ 17,600.00	-S/ 3,520.00	-S/ 3,520.00	-S/ 3,520.00	S/ 7,040.00
TOTAL	S/ 34,600.00	-S/ 6,020.00	-S/ 6,020.00	-S/ 6,020.00	S/ 16,540.00

Fuentes: elaboración propia

Cuadro 13: Costo Laboral (%)

	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa	Mediana empresa	Pequeña empresa	Micro empresa
Gratificación	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Aguinaldo	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
Vacaciones	30	15	15	8.33%	4.17%	4.17%
Subtotal				25.00%	12.50%	4.17%
CTS	30	15	0	8.33%	4.17%	0.00%
ESSALUD				9.00%	9.00%	4.50%
Total				42.33%	25.67%	8.67%

Fuente: elaboración propia

Cuadro 14: Programa de endeudamiento

Deuda a tomar		S/. 20,000	DECISIÓN		
35.00% Anual		2.0%	mensual	ENTORNO	
		36	meses	DECISIÓN	
n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total	
1	20,000	400	556	956	
2	19,444	389	556	944	
3	18,889	378	556	933	
4	18,333	367	556	922	
5	17,778	356	556	911	
6	17,222	344	556	900	

7	16,667	333	556	889
8	16,111	322	556	878
9	15,556	311	556	867
10	15,000	300	556	856
11	14,444	289	556	844
12	13,889	278	556	833
		4,067	6,667	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
13	13,333	267	556	822
14	12,778	256	556	811
15	12,222	244	556	800
16	11,667	233	556	789
17	11,111	222	556	778
18	10,556	211	556	767
19	10,000	200	556	756
20	9,444	189	556	744
21	8,889	178	556	733
22	8,333	167	556	722
23	7,778	156	556	711
24	7,222	144	556	700
		2,467	6,667	

n	Capital inicial	Interés	Amortización	Cuota total
25	6,667	133	556	689
26	6,111	122	556	678
27	5,556	111	556	667
28	5,000	100	556	656
29	4,444	89	556	644
30	3,889	78	556	633

31	3,333	67	556	622
32	2,778	56	556	611
33	2,222	44	556	600
34	1,667	33	556	589
35	1,111	22	556	578
36	556	11	556	567
		867	6,667	

Fuente: elaboración propia

Cuadro 15: Estado financiero

ESTADO DE GANANCIAS Y PERDIDAS	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/ 308,355	S/ 534,687	S/ 680,699
Costo ventas	S/ -171,310	S/ -294,136	S/ -374,459
Margen Bruto	S/ 137,045	S/ 240,551	S/ 306,241
Gastos administrativos	S/ -106,697	S/ -89,890	S/ -98,090
Depreciación	S/ -6,020	S/ -6,020	S/ -6,020
Gastos comerciales	S/ -9,000	S/ -14,400	S/ -22,800
Margen operativo	S/ 15,328	S/ 130,241	S/ 179,331
Gastos financieros	S/ -4,067	S/ -2,467	S/ -867
Margen antes de tributos	S/ 11,261	S/ 127,775	S/ 178,464
Participación utilidades	S/ -	S/ -	S/ -
Subtotal	S/ 11,261	S/ 127,775	S/ 178,464
Pago tributos 10% (Hasta 15UIT)	S/ -1,126	S/ -6,450	S/ -6,450
Pago tributos 29.50% (exceso de 15UIT)	S/ -	S/ -18,666	S/ -33,619
Pago total tributos	S/ -1,126	S/ -25,116	S/ -40,069
RESULTADO NETO DEL PERIODO	S/ 10,135	S/ 102,659	S/ 138,395

Fuente: elaboración propia

Cuadro 16: Flujo de caja

FLUJO DE CAJA	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por ventas	S/ -	S/ 308,354.69	S/ 534,687.04	S/ 680,699.38
Inversión inicial	S/ 20,000.00			
Activo fijo	S/ -34,600.00	S/ -28,580.00	S/ -22,560.00	S/ -16,540.00
Capital de trabajo	S/ -1,266.67	S/ 8,221.33	S/ 110,234.14	S/ 254,648.54
Compras	S/ -	S/ -171,310.00	S/ -294,136.12	S/ -374,458.81
Gastos administrativos	S/ -	S/ -106,696.80	S/ -89,889.60	S/ -98,089.60
Gastos comerciales	S/ -	S/ -9,000.00	S/ -14,400.00	S/ -22,800.00
Pago impuestos	S/ -	S/ -1,126.12	S/ -25,116.02	S/ -40,069.47
Flujo Caja Económico (FCE)	S/ -15,866.67	S/ -136.89	S/ 198,819.44	S/ 383,390.04
Préstamo recibido	S/ 20,000.00	S/ -	S/ -	S/ -
Amortización		S/ -6,666.67	S/ -6,666.67	S/ -6,666.67
Gastos financieros		S/ -4,066.67	S/ -2,466.67	S/ -866.67
Escudo fiscal	S/ -	S/ 1,008.67	S/ 1,668.18	S/ 1,546.22
Flujo Caja Financiero (FCF)	S/ 4,133.33	S/ -9,861.56	S/ 191,354.29	S/ 377,402.93
FCE	-S/ 15,867	-S/ 137	S/ 198,819	S/ 383,390
FCF	S/ 4,133	-S/ ,862	S/ 191,354	S/ 377,403

Fuente: elaboración propia

CONCLUSIONES

1. Con la investigación realizada que se obtuvo en el plan de negocio, este proyecto es viable y de crecimiento en el mercado, ya que está en un lugar céntrico y comercial para poder obtener mejores resultados en nuestros productos.
2. Se ha establecido información basada al contenido y al servicio de nuestro producto, se debe de mantener la calidad de servicio en todas sus etapas, con un precio justo en el mercado competitivo.
3. AMAZONICAS tuvo la consideración de sus políticas para la contratación del personal, brindando buenas condiciones laborales. Se respetará los procesos establecidos con la selección y contratación del personal, con los horarios fijos y salarios en la legislación vigente.
4. El licor presento de no contar con unos ambientes acogedores para degustar bebidas regionales, poca identidad para consumir lo nuestro y desconocimiento de las bondades de los frutos de la región.
5. La empresa amazónicas esta con un préstamo de 36 meses, para mayor plazo financiero se debe evaluar, ya que en los primeros año se invierte para tener una buena rentabilidad en los transcurso de los siguientes años.

BIBLIOGRAFIA

- Javier de la Viuda, presidente del Gremio de Vinos y Licores de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).pág.15
- Consultoria International Wine & Spirits Report (IWSR) pag. 15
- Ubicación google maps.com
- Instituto de estadística e informática(INEI), Censo Nacionales
- <http://www.inei.gob.pe>
- SUNAT, 2017. Disponible: www.sunat.gob.pe
- www.google.com
- https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1028/cap01.pdf

Anexo

Figura: Pishcotachado



Fuente: www.google.com

Figura: Te Atrinco



Fuente: www.google.com

Figura: Arazá coctel



Fuente: www.google.com

Figura: Covid-chado



Fuente:www.google.com

Figura: Charapita ardiente



Fuente:www.google.com