



UNIVERSIDAD CIENTÍFICA DEL PERÚ

FACULTAD DE NEGOCIOS

TRABAJO DE SUFICIENCIA PROFESIONAL

**Plan de Negocio de Distribución
Cejitas S.A.C.**

Autoras:

**Eléspuro Saldaña, Adriana Celeste
Huamán Quispe, Jusay Elena**

**Para optar el título profesional
de Contador Público**

**Iquitos – Perú
2017**

DEDICATORIA

A mis queridos padres Marco Antonio y
Susana por darme la oportunidad de
estudiar, y de formarme
profesionalmente.

Adriana Celeste.

A nuestro Dios y a mis queridos padres Juan
Ramón e Irene por haber sembrado en mí el
espíritu de superación y amor a la familia.

Jusay Elena.

AGRADECIMIENTO

Al Decano de la Facultad de Negocios Dr. Jorge Pérez Santillán; por gestionar el desarrollo del curso de titulación para así poder obtener nuestro título profesional.

A los catedráticos de la Universidad, que con las enseñanzas y consejos nos forman como profesionales y personas dignas de la sociedad.

A las personas que hicieron posible el trabajo de investigación, por su orientación en la elaboración de la tesis.

Las Autoras.

ACTA DE SUSTENTACIÓN

FACULTAD

DE

En el distrito de San Juan Bautista, siendo las 11:00 a.m. horas del día 09 del mes de NOVIEMBRE del año Dos mil diecisiete, se reunieron en el aula de Grados y Títulos de la Universidad Científica del Perú, el Jurado Examinador, que lo conforman:

Lic. Adm. Jorge Pérez Santillán
CPC Luis Paima Linares
CPC Luis A. Paiva Rocha

Presidente
Miembro
Miembro

Para evaluar la sustentación de los Bachilleres:

ELÉSPURO SALDAÑA ADRIANA CELESTE
HUAMAN QUISPE JUSAY ELENA

En la modalidad de INVESTIGACIÓN DE SUFICIENCIA PROFESIONAL, titulado: "PLAN DE NEGOCIO DE DISTRIBUCIÓN CEJITAS S.A.C."

Después de las deliberaciones correspondientes, se procedió a evaluar, teniendo como resultado:

INDICADORES	EXAMINADOR 1 Presidente	EXAMINADOR 2 Miembro	EXAMINADOR 3 Miembro	PROMEDIO
A) Dominio del tema	4	3	3	3
B) Calidad de redacción	4	3	3	3
C) Competencia expositiva, argumentación y coherencia.	4	4	4	4
D) Calidad de respuestas	2	3	3	3
E) Uso de terminología especializada.	2	3	3	3
Calificación final				16
Calificación final (en letras)	DIECISEIS			

Leyenda:

Indicador	Descripción	Puntaje
A	Desaprobado	0-12
B	Aprobado	13-14
C	Aprobado CUM LAUDE	15-16
D	Aprobado MAGNA CUM LAUDE	17-18
E	Aprobado SUMA CUM LAUDE	19-20

El JURADO considera APROBADO CUM LAUDE la sustentación.

Presidente :

Firma

Miembro :

Firma

Miembro :

Firma.

ÍNDICE DE CONTENIDO

	Página
RESUMEN.....	01
ABSTRACT	02
1. INFORMACIÓN GENERAL	
1.1 Nombre del negocio	03
1.2. Actividad empresarial	04
1.3. Idea del negocio.....	04
2. PLAN DE MARKETING	
2.1. Necesidades de los clientes	05
2.2. Demanda actual y tendencias	07
2.3. Oferta actual y tendencias... ..	11
2.4. Programa de marketing.....	12
2.4.1. El producto	12
2.4.2. El precio	12
2.4.3. La promoción	12
2.4.4. La cadena de distribución.....	13
3. PLAN DE OPERACIONES	
3.1 Estudio de la fuente de aprovisionamiento	14
4. PLAN DE RECURSOS HUMANOS	
4.1 La organización.....	15
4.2 Puestos, tareas y funciones	15
4.3 Condiciones laborales	16
4.4 Régimen tributario	16
5. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO	
4.1 Estudio económico	17
CONCLUSIONES.....	22

BIBLIOGRAFÍA.....	23
-------------------	----

ÍNDICE DE CUADROS

	Página
1.- Cuadro N° 1 Clasificación industrial internacional uniforme – CIU	04
2.- Cuadro N° 2 Bebidas alcohólicas preferidas	10
3.- Cuadro N° 3 Cervezas preferidas	10
4.- Cuadro N° 4: Presupuesto inicial-promoción.....	13

ÍNDICE DE GRÁFICOS

	Página
1.- Gráfico N° 1:Consumo de cerveza en el Perú en el año 2014	03
2.- Gráfico N°2: Proceso de recepción y despacho del producto	14
3.- Gráfico N° 3: Organigrama	15

RESUMEN

La investigación que se presenta a continuación es sobre el consumo de cerveza en nuestra ciudad de Iquitos, esta ciudad tiene un significativo número de consumidores de cerveza y es por ello que optamos por este plan de negocio.

Distribución Cejitas S.A.C., se encargará de la distribución de cerveza, el cual será distribuido en su mayoría en las parrilladas y distintas actividades que se realizan en la ciudad de Iquitos.

Nuestra empresa está situado en un lugar estratégico como es masusa, este es una zona muy visitada por los pobladores de la ciudad de Iquitos y por los ribereños, ya que se encuentra en un puerto fluvial.

El propósito de nosotros comenzando este proyecto es distribuir la cerveza a los locales cercanos a esta zona, como son los bares y una que otras discotecas, también a los pobladores que vienen de la ribera.

Se ha encontrado una demanda significativa en lo que es el consumo de cerveza, ya que ahora hay muchos jóvenes que piden esta bebida en cualquier evento que se realice, lo que no debe faltar es la cerveza y es por eso que se ve muy rentable este negocio.

Palabras clave: plan de negocio, cerveza.

ABSTRACT

The research that is presented below is about the consumption of beer in our city of Iquitos, this city has a significant number of beer consumers and it is for them that we opt for this business plan.

DistributionCejitas S.A.C., will be in charge of the beer distribution, which will be distributed mostly in the grills and different activities that are carried out in the city of Iquitos.

Our company is located in a strategic place as it is masusa, this is an area very visited by the inhabitants of the city of Iquitos and by the ribereños, since it is in a fluvial port.

The purpose of us starting this project is to distribute the beer to the local near this area, as are the bars and one that other discotheques, also to the inhabitants that come from the ribera.

It has been found a significant demand in what is the consumption of beer, since now there are many young people who ask for this drink in any event that is carried out, what should not miss is beer and that is why it looks very profitable this deal.

Keywords: business plan, beer

I. INFORMACIÓN GENERAL

1.1. NOMBRE DEL NEGOCIO

Nombre: **DISTRIBUCIÓN CEJITAS S.A.C.**

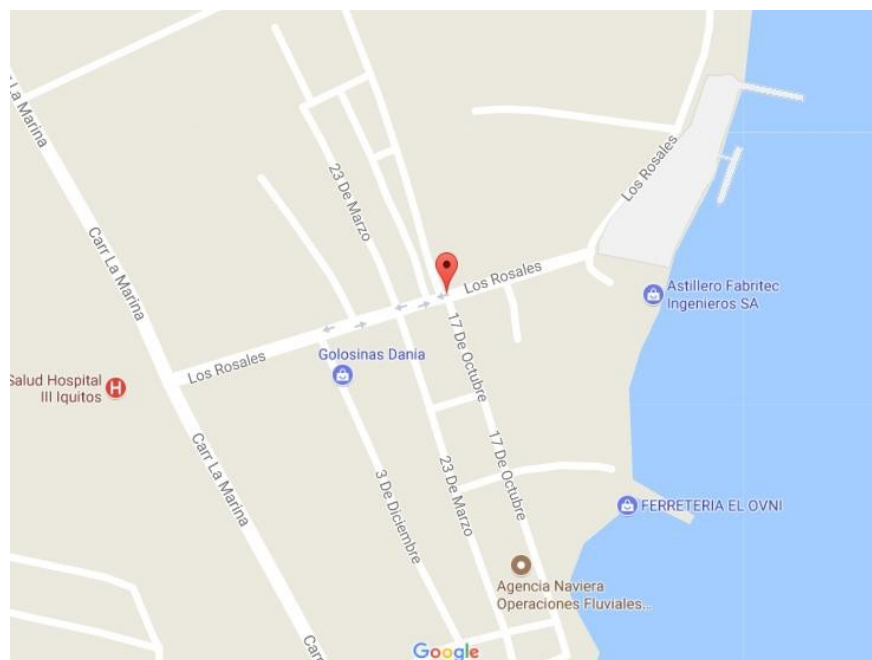
DISTRIBUCIÓN CEJITAS S.A.C., se dedicará a la distribución de cerveza.

Localización: ciudad de Iquitos, región Loreto, Perú.

Se encuentra ubicado en calle los Rosales B-5, más conocido como “MASUSA”

La ubicación del negocio es considerada como parte fundamental para la empresa DISTRIBUCIÓN CEJITAS S.A.C., se encuentra en una zona portuaria fluvial, cerca de las motonaves que hacen rutas por las distintas provincia y distritos de la Región Loreto que son fuente generadora de ingreso de nuestro negocio, ya que algunos comerciantes de la rivera se dedican a la venta de estas bebidas.

Imagen Nro. 01 Ubicación Distribución Cejitas S.A.C.



Fuente: <https://www.google.com.pe/maps/place/Los+Rosales,+Iquitos/@-3.7179021>

1.2. ACTIVIDAD EMPRESARIAL

Cuadro 01: Clasificación industrial internacional uniforme – CIIU.

G	Comercio al por mayor y al por menor; reparación de vehículos automotores y motocicletas.			
	46	Comercio al por mayor, excepto el de vehículos automotores y motocicletas.		
		463	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.	
			4630	Venta al por mayor de alimentos, bebidas y tabaco.

1.3. IDEA DEL NEGOCIO

Distribución Cejitas S.A.C., es una empresa que se dedicará a la distribución de bebidas alcohólicas, su principal producto es la cerveza.

La cerveza hoy en día es uno de los alcoholes que se consumen en cantidad, ya sea en bares, discotecas, cebicherías, parrilladas, entre otros.

Por lo tanto es un buen giro de negocio ya que es de fácil distribución y adquisición de producto donde se verá una ganancia favorable como empresario.

II. PLAN DE MARKETING

2.1. NECESIDADES DE LOS CLIENTES

La demanda del producto, está orientada a los consumidores de bebidas alcohólicas, que esto en su mayoría se da en los bares, restaurantes, discotecas, parrilladas, en la rivera, entre otros.

En la actualidad como bien sabemos, las personas en su mayoría prefieren la diversión y eso incluye el consumo de bebidas alcohólicas.

Ramón Estruch, consultor senior en Medicina Interna del Hospital Clínic de Barcelona - EP (2015) estudió los efectos del consumo moderado de cerveza en el estudio que dirigió “Bases científicas de los efectos beneficiosos del consumo moderado de cerveza en el sistema cardiovascular”, realizado sobre un colectivo de pacientes con elevado riesgo cardiovascular entre 55 y 80 años.

Según Ramón Estruch, los beneficios del consumo moderado de cerveza son:

1. Reduce los marcadores inflamatorios y la estabilidad de la placa de ateroma (cúmulo de grasa de la arteria) relacionados con la enfermedad cardiovascular.
2. No engorda (el 90% es agua y la aportación calórica es muy pequeña).
3. Tiene beneficios sobre la salud por sus propiedades antioxidantes y antiinflamatorias como consecuencia de los componentes no alcohólicos que contiene.
4. Reduce la presión arterial sistólica e incrementa el HDL (el colesterol bueno), así como también la capacidad de regeneración del endotelio (que recubre el interior de todos los vasos sanguíneos y el corazón).
5. Puede ayudar a reducir enfermedades cardiovasculares, neurodegenerativas y diabetes.

Todo esto gracias a ser una bebida fermentada, elaborada a partir de ingredientes naturales que contiene vitaminas y minerales, además de ser una fuente de compuestos bioactivos como son los polifenoles. La cerveza elaborada artesanalmente no utiliza extractos, aditivos ni coadyuvantes sintéticos (antioxidantes, conservantes, colorantes,...), y tampoco se pasteuriza y, por ello, es natural.

Guerrero, Curahua, Martinez, Quintanilla (2014) el Perú está registrado como uno de los países con más bajos consumos de cerveza a nivel de Latinoamérica, con un promedio de 25 lt. por persona anual.

Esta cifra podría estar respaldada por diversos factores como la capacidad adquisitiva de la población peruana.

Actualmente existen tres compañías cerveceras en el país: AmBev Perú, Backus & Johnston y el Grupo Aje.

Características del mercado de las bebidas alcohólicas en el Perú. El mercado de las bebidas alcohólicas es muy heterogéneo ya que diferencia la calidad y las diferentes perspectivas del consumidor, es por eso que las empresas se rigen bajo el poder adquisitivo, gustos y preferencias.

Crecimiento del mercado de la cerveza en el Perú. En el mercado de la cerveza en el Perú ha recobrado su dinamismo en los últimos 3 años ya que ahora no hablamos de un mercado monopolístico que era dominado por la Backus, sino de un mercado caracterizado por la competencia gracias a la entrada de AmBev y del Grupo Aje en el 2005 y finales del 2007, respectivamente; que ha aumentado la demanda de consumo de cerveza y en consecuencia el aumento del consumo per-cápita se proyecte para finales del presente año a un promedio de 35 lt. aproximadamente.

Ley de la oferta y la demanda de la cerveza en el Perú.

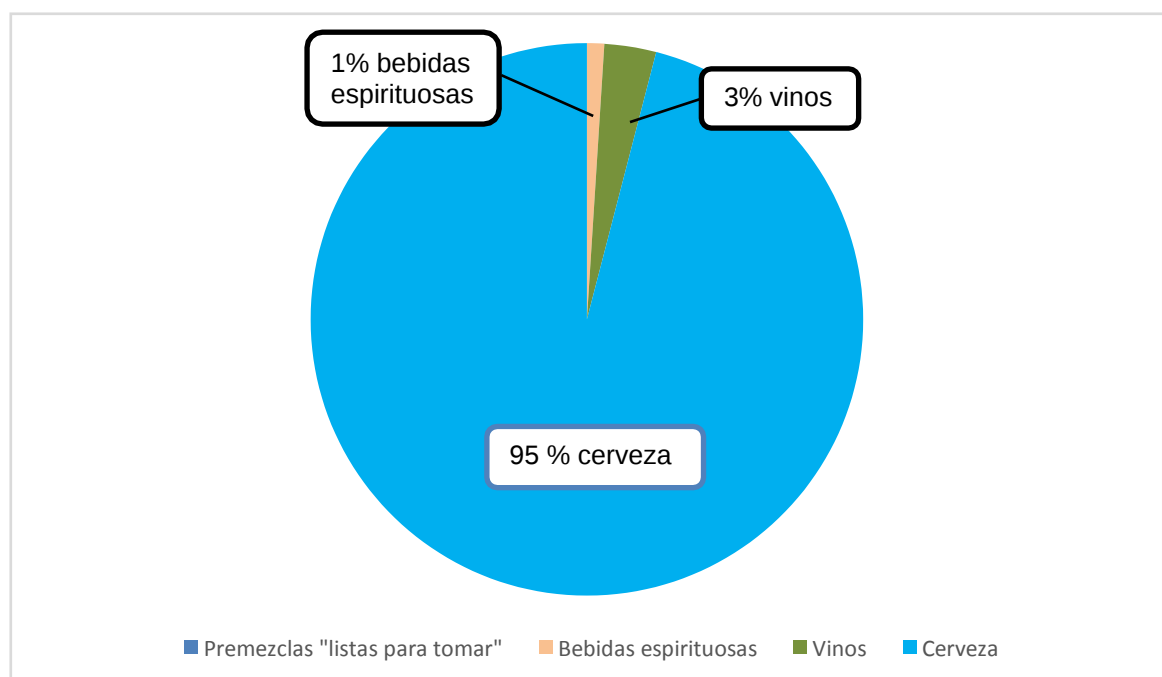
Los consumidores se encuentra en los hombres y mujeres de 18 a 35 años, en todos los sectores económicos(A,B y C). Las mujeres tienen una buena participación porque pertenece a una clase trabajadora.

2.2. DEMANDA ACTUAL Y TENDENCIAS

En el Perú, el consumo de la cerveza es una bebida adictiva para las personas que no saben controlar su consumo, pero que es usada para la mayoría de eventos de diversión que se organizan, ya sean parrilladas, cumpleaños, en las discotecas, entre otros.

La cerveza es la bebida alcohólica más consumida en el Perú. Cada peruano consume en promedio 67 litros al año y acapara el 95% del mercado, dijo Salvador López, titular del Gremio de Importadores y Comerciantes de Vinos, Licores y otras Bebidas de la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

Gráfico 1: Consumo de cerveza en el Perú, año 2014.



Fuente:<https://www.google.com.pe/search?q=estadistica+del+consumo+de+cerveza+en+el+peru&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwjeg5C4or7WAhWDSiYKHSQVDMUQsAQINg#imgsrc=IJxynFbAsBkB2M>:

El mercado de cervezas va de la mano con el crecimiento del Producto Bruto Interno (PBI) peruano, por lo que para este año se calcula un avance cercano al 6%.

Así lo estimó el presidente de Backus, Fernando Zavala, quien explicó que la zona del oriente del país es donde se consume más cerveza de hasta 60 litros por persona mientras que el promedio a nivel nacional es de 45 litros per cápita.

Ante la oportunidad de seguir creciendo, Backus lanzó al mercado una nueva cerveza extra fría "Backus Ice", con la que espera tener una participación de 2% del mercado.

Asimismo, estiman vender 261 mil hectolitros de esta cerveza en el primer año de venta. Explicó que se diferencia del resto de cervezas porque es elaborada a temperaturas bajo cero y sus presentaciones tanto en botella como en lata han sido diseñadas para mantener dicho nivel de frío.

El director de marca de Backus Ice, -Álvaro Romero, detalló que el público objetivo son los jóvenes de 25 a 34 años del nivel socioeconómico B/C.

La distribución en todo el país de esta cerveza se realiza desde el pasado 6 de enero y se prevé que a más tardar este 15 del presente se encuentre a escala nacional.

De otro lado, Zavala agregó que entre los planes de inversión de S/. 800 millones de la empresa, anunciados hace dos años, está la nueva línea de producción para agua San Mateo así como la mejora en la planta de Motupe y a fines de este año la planta de Pucallpa.

La demanda, que es la cantidad de bienes y servicios que puede y desea adquirir una persona en un determinado tiempo a diferentes precios. La ley de la demanda establece que si el precio de un bien aumenta, la cantidad demandada del mismo disminuye y viceversa. Entre algunos de los determinantes de la demanda tenemos:

- **El precio del bien:** Si la cerveza justifica su costo con su calidad, prestigio, sabor, posicionamiento, etc., los consumidores optarán por ella.
- **El precio de los demás bienes:** Si la competencia ofrece precios más bajos y la calidad es similar, los consumidores optarán por la cerveza más económica.
- **El ingreso de los consumidores:** Si el consumidor tiene el poder adquisitivo comprará la cerveza de su preferencia aún si el costo es mayor, pero caso contrario no lo hará y optará por una que esté a su alcance.
- **Las preferencias o gustos del mercado:** Cuando existe la fidelidad a una marca o en los casos donde una cerveza reúne las cualidades que el consumidor prefiere y la competencia no lo hace, es posible que la demanda se de aún si el precio es superior a las demás.

Finalmente, es importante mencionar que la oferta y la demanda de una determinada marca de cerveza, su posicionamiento en el mercado y la elección de la misma, es también el resultado de la influencia que tiene la publicidad de cada una de ellas.

Preferencias del Consumidor

Como resultado de un sondeo a 400 personas en Lima de diversas clases socio-económicas, se obtuvieron las siguientes cifras:

Cuadro 2: Bebidas alcohólicas preferidas

Tipo de bebidas	Nivel A	Nivel B	Nivel C	Total de preferencias por bebida
Cerveza	14%	16%	30%	60%
Vino	6%	4%	2%	12%
Whisky	7%	2%	1%	10%
Pisco	1%	2%	2%	5%
Vodka	1%	3%	1%	6%
Ron	0.5%	1.5%	2%	4%
Otros	1%	1%	1%	3%
Total de encuestados por nivel	31.5%	29.5%	39%	100%=400 personas

Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos57/mercado-cerveza-peru/mercado-cerveza-peru2.shtml>

Cuadro 3: Cervezas preferidas

Cerveza	Preferencia
Cristal	40%
Pilsen Callao	22%
Brahma	19%
Cuzqueña	9%
Barena	6%
Franca	3%

Fuente: <http://www.monografias.com/trabajos57/mercado-cerveza-peru/mercado-cerveza-peru2.shtml>

2.3. OFERTA ACTUAL Y TENDENCIAS.

El Perú sigue creciendo y con ello nuevas tendencias del público por nuevos productos y nuevas sensaciones que hagan de algo que ya es bueno, algo diferente y hasta mejor.

Ejemplo de ello es la “moda” que se ha formado alrededor de las cervezas artesanales en el Perú, tendencia a la cual muchos se han sumado por distintas razones pero dando como resultado buenas ventas y las ganas de otros por querer incursionar en un mercado que aún tiene mucho por explotar. Y es que para crear una cerveza artesanal no se reducen costos ni se agregan artificios como algunos creen. Se trata de hacer nuevas recetas combinando diferentes tipos de lúpulo, maltas y granos andinos para dar sabores diferentes y únicos a un público que ha enganchado con esta tendencia. Pero seamos sinceros, hablamos de un público que está dispuesto a pagar mucho más que lo habitual y que está dispuesto a buscarla en lugares de venta de sector alto, mayormente lugares entre Miraflores y Barranco.

Hasta la fecha existen 14 marcas de cervezas artesanales las cuales se han convertido en una especie de “conversación obligada” de la cual si uno no sabe es mejor simplemente no meterse, como en todo en la vida, dado que su público es uno que presume de ser más culto y que utiliza este producto por un tema también de status. Hay que tener en cuenta que existen 400 estilos de cerveza en el mundo y que acá solo se conoce la cerveza industrial, cosa que nos muestra el extenso camino que tenemos aún por aprender.

2.4. PROGRAMA DE MARKETING.

241. El Producto.

a. Objetivo.

Lograr que los clientes prefieran nuestra distribuidora antes que a la competencia.

b. Bebida alcohólica (cerveza)

El producto cuenta con un 5% de alcohol, el cual satisface las necesidades de los consumidores, además es la bebida más consumida en nuestra ciudad de IQUITOS, dado a que este producto tiene mayor demanda que las demás bebidas alcohólicas.

Lo podemos encontrar en latas y en botellas de vidrio.

242. El Precio.

a. Objetivo.

Ofrecer a los clientes a un precio que nos sea rentable, con el que podamos beneficiarnos nosotros también.

243. La Promoción.

a. Objetivo.

Ser reconocidos por los consumidores y estén enterados de nuestro negocio, para así poder entrar al mercado con mayor facilidad.

b. Publicidad.

Distribución Cejitas S.A.C., en su primera etapa de abrirse en el mercado y ser conocido por los consumidores, realizará difusiones en las radios más conocidas o escuchadas en la ciudad de IQUITOS.

c. Promociones de ventas.

En este caso las promociones de ventas se realizaran en festividades que suelen hacer durante el año, el cual será publicado en redes sociales, en las cuales puedan obtener mayor información y puedan llegar con facilidad y obtener nuestro producto con una buena atención.

d. Estrategia de Fidelización.

En este punto se realizará de acuerdo a la compra que haga el consumidor por una cierta cantidad de cajas o sixpac de cerveza tendrá un presente, ya sea una caja más de regalo o un respectivo descuento.

e. Merchaidising.

Distribución Cejitas S.A.C. premiará a sus consumidores con llaveros, gorros, polos, vasos y canguros, al finalizar el año regalará canasta a sus mejores clientes.

Cuadro 4: presupuesto inicial-promoción, año 2017.

Rubros	Año 1
Publicidad	S/ 200.00
Alquiler de local	S/ 700.00
Promociones	S/ 300.00
Total mensual	S/ 1,200.00
Total anual	S/ 14,400.00

Fuente: propia

244. La Cadena de Distribución.

a. Objetivo de distribución

Establecer relaciones con nuestros clientes para que estos se sientan satisfechos con nuestro servicio, además “Distribución Cejitas S.A.C.” se encargará de llevar la compra realizada por los consumidores a su local o centro de venta.

b. Funciones que debe cumplir el canal.

Además de la venta en nuestro negocio “Distribución Cejitas S.A.C.” contará con la venta a domicilio (delivery).

III. PLAN DE OPERACIONES.

3.1. ESTUDIO DE LA FUENTE DE APROVISIONAMIENTO.

La provisión de la cerveza para su respectiva distribución será de los almaceneros que se encontrarán dentro del local de distribución que queda ubicado por el puerto masusa.

La cerveza solicitada será de las siguientes marcas: cristal, Pilsen y cusqueña.

1. Ingreso al almacén.

Se recepcionará las cajas de cervezas en nuestro respectivo local.

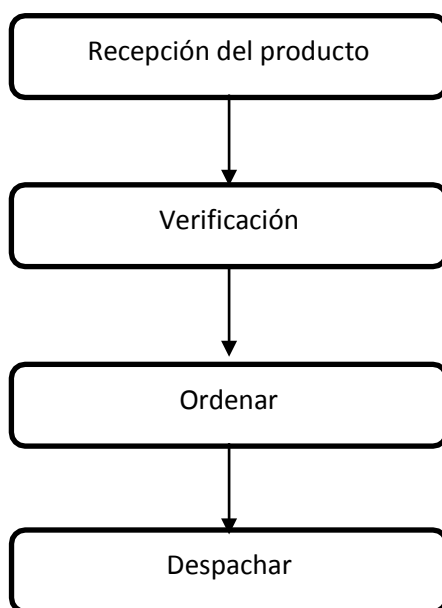
2. Control.

Será verificado por el almacenero a cargo.

3. Almacenamiento.

Será almacenado por orden de fecha de recepción, para luego ser distribuido.

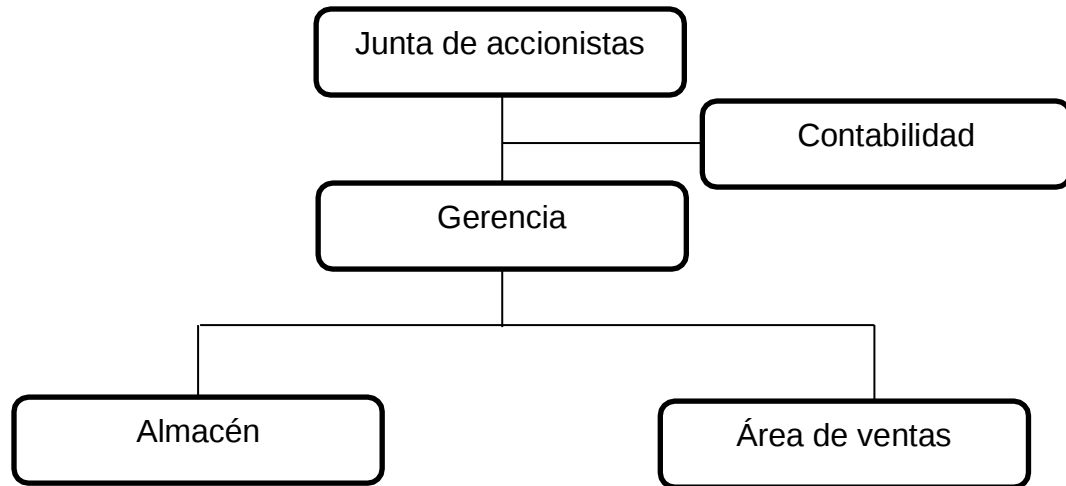
Gráfico N° 2: Proceso de recepción y despacho del producto.



IV. PLAN DE RECURSOS HUMANOS.

4.1. LA ORGANIZACIÓN

Gráfico N° 3: Organigrama



Elaboración: las autoras

4.2. PUESTOS, TAREAS Y FUNCIONES.

a. Puesto: Gerente.

Tareas: planificación, organización, dirección y control

1. Establecer los objetivos a largo, mediano y corto plazo de la organización, y en especificar los cursos de acción que seguirán para conseguirlos.
2. Diseñar y determinar funciones y tareas asignas.
3. Orientar los esfuerzos de los empleados de la organización.
4. Procurar que todo se haga según las previsiones, asegurando la obtención de los objetivos de la organización.

b. Puesto: contador.

Tareas: controlar y verificar los ingresos y egresos de la empresa.

1. Tener la documentación debidamente ordena y archivada.
2. Tener un buen registro de los ingresos egresos y estar al día en las obligaciones tributarias y financieras.

3. Presentar balance mensual, para poder tener un mejor control de las ganancias o pérdidas.

c. Puesto: almacén.

Tareas: encargado de verificar los ingresos y salida del producto (cerveza y gaseosas).

d. Puesto: área de ventas.

Tareas: encargado (a) de vender los productos y de las cobranzas.

4.3. CONDICIONES LABORALES.

Como empresarias tendremos a nuestros colaboradores en un ambiente organizado y con sus debidas obligaciones diarias, de las cuales los colaboradores sabrán que hacer en su día a día, siempre manteniendo el diálogo y estar informados de lo que va sucediendo en la empresa para así no tener ningún inconveniente.

También tendrá a sus colaboradores asegurados y bien remunerados, para que puedan trabajar cómodamente y sin reclamos.

Inicialmente estará en el régimen de Micro y Pequeña Empresa (Mypes); con el crecimiento del negocio pasaremos al Régimen General.

Es importante señalar esta característica pues impacta en el costo laboral del trabajador a tomar.

4.4. RÉGIMEN TRIBUTARIO.

DistribuciónCejitas S.A.C. se acogerá a la remype.

La Micro y Pequeña Empresa (MYPE) es la unidad económica constituida por una persona natural o jurídica (empresa), bajo cualquier forma de organización que tiene como objeto desarrollar actividades de extracción, transformación, producción, comercialización de bienes o prestación de servicios.

V. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

5.1. ESTUDIO ECONÓMICO

Tabla 1: Proyección de la venta anual

Ventas Año 1

Bebidas	Precio de compra x caja	Margen de ganancia por caja 15%	Precio de venta por caja	Cajas por mes	Cajas vendida por año	Total
Cristal	S/. 45.11	6.77	S/. 51.88	320	3760	S/.195,055.64
Pilsen	S/. 45.95	6.89	S/. 52.84	280	3330	S/.175,965.53
Cusqueña	S/. 50.00	7.50	S/. 57.50	220	2630	S/.151,225.00
Anual				820	9720	S/.522,246.17

Ventas Año 2

Bebidas	Precio de compra x caja	Margen de ganancia por caja 15%	Precio de venta por caja	Cajas por mes	Cajas vendida por año	Total
Cristal	S/. 45.11	6.77	S/. 51.88	384	4508	S/.233,859.26
Pilsen	S/. 45.95	6.89	S/. 52.84	356	4212	S/.222,572.61
Cusqueña	S/. 50.00	7.50	S/. 57.50	284	3393	S/.195,097.50
Anual				1024	12113	S/.651,529.37

Ventas Año 3

Bebidas	Precio de compra x caja	Margen de ganancia por caja 15%	Precio de venta por caja	Cajas por mes	Cajas vendida por año	Total
Cristal	S/. 45.11	6.77	S/. 51.88	461	5412	S/.280,755.62
Pilsen	S/. 45.95	6.89	S/. 52.84	427	5064	S/.267,594.42
Cusqueña	S/. 50.00	7.50	S/. 57.50	341	4062	S/.233,565.00
Anual				1229	14538	S/.781,915.04

Tabla 2: Compras por año

Año 1

Bebidas	Precio de caja	Cajas	Cajas por año	Total
Cristal	S/. 45.11	320	3840	S/.173,222.40
Pilsen	S/. 45.95	280	3360	S/.154,392.00
Cusqueña	S/. 50.00	220	2640	S/.132,000.00
Mensual		820	9840	S/.459,614.40

Año 2

Bebidas	Precio de caja	Cajas	Cajas por año	Total
Cristal	S/. 45.11	384	4608	S/.207,866.88
Pilsen	S/. 45.95	356	4272	S/.196,298.40
Cusqueña	S/. 50.00	284	3408	S/.170,400.00
Mensual		1024	12288	S/.574,565.28

Año 3

Bebidas	Precio de caja	Cajas	Cajas por año	Total
Cristal	S/. 45.11	461	5532	S/.249,548.52
Pilsen	S/. 45.95	427	5124	S/.235,447.80
Cusqueña	S/. 50.00	341	4092	S/.204,600.00
Mensual		1229	14748	S/.689,596.32

Tabla 3: Inventario final anual.

Inventario final año 1

Bebidas	Precio de compra por caja	Cajas	Total
Cristal	S/. 45.11	80	S/.3,608.80
Pilsen	S/. 45.95	30	S/.1,378.50
Cusqueña	S/. 50.00	10	S/. 500.00
Anual		120	S/.5,487.30

Inventario final año 2

Bebidas	Precio de compra por caja	Cajas	Total
Cristal	S/. 45.11	100	S/.4,511.00
Pilsen	S/. 45.95	60	S/.2,757.00
Cusqueña	S/. 50.00	15	S/. 750.00
Anual		175	S/.8,018.00

Inventario final año 3

Bebidas	Precio de compra por caja	Cajas	Total
Cristal	S/. 45.11	120	S/.5,413.20
Pilsen	S/. 45.95	60	S/.2,757.00
Cusqueña	S/. 50.00	30	S/.1,500.00
Anual		210	S/.9,670.20

Tabla 4: Costo de ventas.

Determinación de costo de ventas	Año 1	Año 2	Año 3
(+) Inventario Inicial	S/. -	S/. 5,487.00	S/. 8,018.00
(+) Compra de mercadería	S/.459,614.40	S/.574,565.28	S/.689,596.32
(-) Inventario final de mercadería	S/. -5,487.00	S/. -8,018.00	S/. -9,670.20
Costo de venta	S/.454,127.40	S/.572,034.28	S/.687,944.12

Tabla 5: Gastos administrativos.

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3
Gerente	1	1	1
Sueldo Gerente	S/ 900.00	S/ 1,000.00	S/ 1,200.00
Contador	1	1	1
Sueldo contador	S/ 300.00	S/ 300.00	S/ 400.00
Almacenero	1	1	1
Sueldo almacenero	S/ 850.00	S/ 850.00	S/ 900.00
Vendedores	1	1	1
Sueldo vendedores	S/ 850.00	S/ 850.00	S/ 900.00
Remuneración total mensual	S/ 2,900.00	S/ 3,000.00	S/ 3,400.00
Servicios públicos	S/ 230.00	S/ 230.00	S/ 230.00
Útiles de Oficina	S/ 20.00	S/ 40.00	S/ 40.00
Otros	S/ 100.00	S/ 150.00	S/ 250.00
ESSALUD	S/ 234.00	S/ 243.00	S/ 270.00
TOTAL MENSUAL	S/ 3,484.00	S/ 3,663.00	S/ 4,190.00
TOTAL ANUAL	S/ 41,808.00	S/ 43,956.00	S/ 50,280.00

Tabla 6: Gastos comerciales.

Rubros	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	S/ 200.00	S/ 200.00	S/ 200.00
Alquiler de local	S/ 700.00	S/ 800.00	S/ 800.00
Promociones	S/ 300.00	S/ 500.00	S/ 500.00
Total mensual	S/ 1,200.00	S/ 1,500.00	S/ 1,500.00
Total anual	S/ 14,400.00	S/ 18,000.00	S/ 18,000.00

Tabla 7: Inversión en activos fijos.

Activo fijo		Cantidad	Valor total
Vehículos	S/6,000.00	1	S/6,000.00
Muebles	S/2,150.00	1	S/2,150.00
Equipos	S/1,500.00	1	S/1,500.00
Total			S/9,650.00

Tabla 8: Depreciación y amortización de activos fijos.

	Valor inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Residual
Depreciación activo fijo	S/9,650.00	S/1,565.00	S/1,288.50	S/1,063.65	S/3,190.95

Tabla 9: Programa de endeudamiento.

N	Capital Inicial	Interés	Amortización	Cuota total
1	S/15,000.00	S/ 300.00	S/ 1,118.40	S/ 1,418.40
2	S/13,881.60	S/ 277.63	S/ 1,140.77	S/ 1,418.40
3	S/12,740.83	S/ 254.82	S/ 1,163.58	S/ 1,418.40
4	S/11,577.25	S/ 231.54	S/ 1,186.86	S/ 1,418.40
5	S/10,390.39	S/ 207.81	S/ 1,210.59	S/ 1,418.40
6	S/ 9,179.80	S/ 183.60	S/ 1,234.80	S/ 1,418.40
7	S/ 7,945.00	S/ 158.90	S/ 1,259.50	S/ 1,418.40
8	S/ 6,685.50	S/ 133.71	S/ 1,284.69	S/ 1,418.40
9	S/ 5,400.81	S/ 108.02	S/ 1,310.38	S/ 1,418.40
10	S/ 4,090.42	S/ 81.81	S/ 1,336.59	S/ 1,418.40
11	S/ 2,753.83	S/ 55.08	S/ 1,363.32	S/ 1,418.40
12	S/ 1,390.51	S/ 27.81	S/ 1,390.59	S/ 1,418.40
		S/ 1,949.93	S/ 15,000.08	S/17,020.80

Tabla 10: Estado de resultado económico.

	Año 1	Año 2	Año 3
Ingresos por venta	S/. 522,246.17	S/. 651,529.37	S/. 781,915.04
Costo de venta	S/-.454,127.40	S/-.572,034.28	S/-.687,944.12
Margen Bruto	S/. 68,118.77	S/. 79,495.09	S/. 93,970.92
Gastos Administ	S/. -41,808.00	S/. -43,956.00	S/. -50,280.00
Depreciación	S/. -1,565.00	S/. -1,288.50	S/. -1,063.65
Gastos comerciales	S/. -14,400.00	S/. -18,000.00	S/. -18,000.00
Margen Operativo	S/. 10,345.77	S/. 16,250.59	S/. 24,627.27
Gastos Financieros	S/. -1,949.93		
Margen antes de tributos	S/. 8,395.84	S/. 16,250.59	S/. 24,627.27
Tributos 10%	S/. -840.00	S/. -1,597.00	S/. -2,413.00
Margen neto	S/. 7,555.84	S/. 14,653.59	S/. 22,214.27

CONCLUSIONES

- a. Distribución Cejitas S.A.C., optó por este negocio de la distribución de cerveza porque es rentable y de fácil ingreso al mercado.
- b. Como hoy en día el índice de consumo de cerveza en nuestra ciudad de Iquitos es amplia, ya que es consumida en diferentes actividades que se celebran en nuestra ciudad, de tal manera que mi plan de negocio será rentable en el transcurrir del tiempo, el cual me permitirá crecer como empresaria y seguir poniendo más puesto de distribución.
- c. En cuanto al estado de resultados económicos, podemos ver que al final del año obtenemos resultados favorables con el que podemos continuar nuestro negocio.

BIBLIOGRAFIA

1. Ramón Estruch, consultor senior en Medicina Interna del Hospital Clínic de Barcelona, www.laselvaseria.com/es/salud-y-cerveza/
2. Carol Astrid Guerrero Saucedo, <https://prezi.com/-ux3fh7qxs83/estudio-de-mercado-de-la-cerveza/>
3. Fernando Zavala presidente de Backus, <http://larepublica.pe/09-01-2014/el-mercado-de-cervezas-creceria-cerca-de-6-este-ano-segun-estima-backus>.
4. Salvador López, titular del Gremio de Importadores y Comerciantes de Vinos, Licores y otras Bebidas de la Cámara de Comercio de Lima, <http://larepublica.pe/23-10-2014/consumo-per-capita-de-cerveza-es-de-67-litros>
5. Mercado de cerveza Perú, <https://www.google.com.pe/search?q=estadistica+del+consumo+de+cerveza+en+el+peru&tbm=isch&tbo=u&source=univ&sa=X&ved=0ahUKEwj5C4or7WAhWDSiYKHSQVDMUQsAQINg#imgsrc=IJxynFbAsBkB2M>:
6. Óscar Javier Murakami Ysa, <http://www.monografias.com/trabajos57/mercado-cerveza-peru/mercado-cerveza-peru2.shtml>
7. Mercado de cervezas artesanales en el Perú, <https://mott.pe/noticias/el-mercado-de-cervezas-artesanales-en-el-peru/>