



UNIVERSIDAD SAN IGNACIO DE LOYOLA

CERVEZA ARTESANAL FRUTADA

**Trabajo de Investigación para optar el Grado Académico de
Bachiller en las siguientes carreras:**

**DANIEL ALBERTO HUAMÁN OGOSI –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**GIANCARLO EDUARDO ILLESCAS GARCIA –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**CHRISTIAN EMERSON RIVAS GUIZADO –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**DIONICIO MELENDEZ YACTAYO –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

**FRANCISCO JAVIER GAMARRA YUMBATO –
Ingeniería Empresarial y de Sistemas**

Asesor:

Laura Rosa Florián Lucho

Lima – Perú

2017

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1.	Información General.....	
1.1.	Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación	10
1.2.	Actividad económica, código CIIU, partida arancelaria.....	10
1.4.	Descripción del producto o servicio	12
1.5.	Oportunidad de negocio	13
1.6.	Estrategia genérica de la empresa	14
2.	Análisis del entorno	17
2.1.	Análisis del Macro entorno	17
	Del País (últimos 5 años o último año según corresponda)	17
	Población económicamente activa.....	19
	Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.....	21
	Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto	25
	Del Sector (últimos 5 años o último año según corresponda)	26
	Mercado internacional	26
	Mercado del consumidor.....	26
	Mercado de proveedores	27
	Mercado competidor	27
	Mercado distribuidor	28
	Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.....	28
2.2.	Análisis del Micro entorno	28
	Fuerza negociadora de los clientes	28
	Fuerza negociadora de los proveedores	28
	Competidores actuales: Nivel de competitividad.....	29
	Amenaza de productos sustitutos.....	29
	Competidores potenciales barreras de entrada	30
3.	Plan estratégico	31
3.1.	Visión y misión de la empresa	31
3.2.	Análisis FODA.....	31
3.3.	Objetivos	32
4.	Estudio de Mercado	33
4.1.	Investigación de mercado	33
	Criterios de segmentación.....	33
	Marco muestral.....	33
	Entrevistas a profundidad.....	34
	Focus Group	39
	Encuestas	41
4.2.	Demanda y oferta Estimación del mercado potencial	60
	Estimación del mercado efectivo	69
	Estimación del mercado objetivo	73

Frecuencia de compra.....	74
Cuantificación anual de la demanda.....	76
Estacionalidad.....	77
Programa de Ventas en unidades y valorizado	78
4.3. Mezcla de marketing	79
Producto.....	79
Precio.....	80
Plaza.....	81
5. Estudio Legal Y Organizacional.....	86
5.1. Estudio legal	86
Forma societaria	86
Actividades	86
Valorización	87
Registro de marcas y patentes	87
Actividades	87
Valorización	87
Licencias y autorizaciones.....	87
Actividades	87
Valorización	88
Legislación laboral	88
Actividades	88
Valorización	89
Legislación tributaria	89
Actividades	89
Valorización	90
Otros aspectos legales.....	90
Actividades	90
Valorización	90
Resumen del capítulo.....	91
5.2. Estudio organizacional	92
Organigrama funcional	92
Servicios tercerizados	92
Descripción de puestos de trabajo	92
Descripción de actividades de los servicios tercerizados.....	94
Aspectos laborales.....	95
Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados.....	95
Régimen laboral de puestos de trabajo.....	95
Planilla para todos los años del proyecto.....	96
Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto	99
Horario de trabajo de puestos de trabajo	102
6. Estudio técnico.....	103
6.1. Tamaño del proyecto.....	103
Capacidad instalada.....	103
Criterios	103
Cálculos.....	103
Capacidad utilizada	103

Criterios	103
Cálculos.....	103
Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.....	104
Capacidad máxima.....	104
Criterios	104
Cálculos.....	104
6.2. Procesos	105
Diagrama de flujo de proceso de producción.....	105
Programa de producción	105
6.3. Tecnología para el proceso	112
Maquinarias	112
Herramientas.....	116
Utensilios	118
Mobiliario.....	120
Útiles de oficina.....	120
Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos	121
Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.....	122
Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas	122
6.4. Localización	125
Macro localización.....	125
Micro localización.....	127
Gastos de adecuación.....	130
Gastos de servicios	131
Plano del centro de operaciones	132
Descripción del centro de operaciones.....	133
6.5. Responsabilidad social frente al entorno	133
Impacto ambiental.....	133
Con los trabajadores	134
Con la comunidad	135
7. Estudio económico y financiero	137
7.1. Inversiones.....	137
Inversión en Activo Fijo Depreciable.....	137
Inversión en Activo Intangible	138
Inversión en Gastos Pre-Operativos	141
Inversión en Inventarios Iniciales.....	143
Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).....	144
Liquidación del IGV	146
Resumen de estructura de inversiones	146
7.2. Financiamiento.....	148
Estructura de financiamiento	148
Financiamiento del activo fijo.....	148
7.3. Ingresos anuales.....	150
Ingresos por ventas.....	150
Recuperación de capital de trabajo	150

Valor de Desecho Neto del activo fijo	151
7.4. Costos y gastos anuales	152
Egresos desembolsables	152
Presupuesto de materias primas e insumos	152
Presupuesto de Mano de Obra Directa.....	154
Presupuesto de costos indirectos	155
Presupuesto de gastos de administración.....	155
Presupuesto de gastos de ventas	157
Egresos no desembolsables	158
Depreciación.....	158
Amortización de intangibles	159
Gasto por activos fijos no depreciables.....	160
Costo de producción unitario y costo total unitario.....	162
Costos fijos y variables unitarios	162
8. Estados financieros proyectados.....	163
8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja	163
8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.....	163
8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.....	164
8.4. Flujo de Caja Operativo.....	165
8.5. Flujo de Capital	165
8.6. Flujo de Caja Económico	166
8.7. Flujo del Servicio de la deuda.....	166
8.8. Flujo de Caja Financiero	167
9. Evaluación económica financiera	168
9.1. Cálculo de la tasa de descuento.....	168
Costo de oportunidad	168
CAPM.....	168
COK propio.....	168
Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC)	169
9.2. Evaluación económica financiera	170
Indicadores de Rentabilidad	170
Valor Actual Neto Económico (VANE)	170
Valor Actual Neto Financiero(VANF).....	170
Tasas Interna de Retorno Económico (TIRE)	170
Tasas Interna de Retorno Financiero (TIRF),.....	170
Tasa Interna de Retorno (TIR) Modificado.....	170
Período de recuperación descontado	171
Análisis Beneficio / Costo (B/C)	171
Análisis del punto de equilibrio	171
Costos variables, Costos fijos	172
Estado de resultados (costeo directo).....	173
Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.....	174
Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.....	174

9.3.	Análisis de sensibilidad y de riesgo	176
	Variables de entrada	176
	Variables de salida	176
	Análisis unidimensional	176
	Análisis multidimensional	180
	Variables críticas del proyecto.....	180
	Perfil de riesgo	181
10.	Conclusiones y Recomendaciones	182
11.	Referencias	188

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	Logo final de cerveza artesanal Sweetbeer. Adaptado de: Elaboración propia.....	9
<i>Figura 2.</i>	Procesos base, para la elaboración del producto. Adaptado de: Elaboración Propia. 10	
<i>Figura 3.</i>	Modelo de negocio en CANVAS. Adaptado de: Elaboración propia.....	11
<i>Figura 4.</i>	Diseño del producto final de Sweetbeer, etiquetado. Adaptado de: Elaboración propia	12
<i>Figura 5.</i>	Los 4 pasos, que dieron el inicio a Sweetbeer. Adaptado de: Elaboración propia....	13
<i>Figura 6.</i>	Población de los sectores 6, 7 y 8. (Edad entre 25 – 50 años) La barra que representa la molina, de color naranja es el sector predominante. Adaptado de: Excel anexo de proyecto.	14
<i>Figura 7.</i>	Población General de los sectores 6,7,8, donde se visualiza al género femenino como predominante. Adaptado de: Excel anexo de proyecto.	15
<i>Figura 8.</i>	Gráfico de barras de distrito predominante en actividades de entretenimiento, recreación, restaurantes y alojamiento. Adaptado de: Tabulación de encuestas del proyecto.	15
<i>Figura 9.</i>	Distrito predominante de los sectores 6,7,8 en restaurantes y alojamiento (Hoteles). Adaptado de: Tabulación de encuestas del proyecto.....	16
<i>Figura 10.</i>	Gráfico de pastel de la superficie en tres regiones que son costa, sierra y selva del territorio nacional, según región natural, Adaptado de: INIE 2010.	17
<i>Figura 11.</i>	PBI per cápita para los diferentes países latinoamericanos, entre los que se incluye el Perú. Adaptado de Página Oficial del Fondo Monetario internacional (FMI) (2016) 19	
<i>Figura 12.</i>	Exportación e importación FOB real: 2013-2017 (Millones de US dólares de 2007). Adaptado de “Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Instituto Nacional de Estadística e Informática.”	21
<i>Figura 13.</i>	Exportación e Importación FOB nominal: 2013-2017 (Millones de US dólares). Adaptado de “Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Instituto Nacional de Estadística e Informática.”	21
<i>Figura 14.</i>	Maestro cervecero, explicando el proceso de elaboración de cervezas artesanal y los primeros para el inicio del proceso.....	39
<i>Figura 15.</i>	Envases de Sweetbeer, con logo de marca, en la versión inicial y versión final	40
<i>Figura 16.</i>	Envases de SweetBeer y copa servida, en degustación en focus group.....	40
<i>Figura 17.</i>	Algunos de los integrantes del focus group	40
<i>Figura 18.</i>	Resultado del lugar de residencia en porcentajes.....	41
<i>Figura 19.</i>	Resultado de rango de edad de los encuestados en porcentajes	42
<i>Figura 20.</i>	Resultado de rango salarial en porcentajes	43
<i>Figura 21.</i>	Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿consume licores? En porcentajes	44
<i>Figura 22.</i>	Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Estaría dispuesto a consumir una cerveza artesanal con sabor frutado? En porcentajes	44
<i>Figura 23.</i>	Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Cuánto destina de su presupuesto para licor al mes?, En porcentajes.....	45
<i>Figura 24.</i>	Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de verano en porcentajes.....	46

<i>Figura 25.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de primavera en porcentajes.....	46
<i>Figura 26.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de otoño en porcentajes	47
<i>Figura 27.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de invierno en porcentajes.....	47
<i>Figura 28.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Qué tipo de licores consume? resultado de preferencia en porcentaje.....	49
<i>Figura 29.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Que marca de licores consume? resultado de preferencia en porcentaje.....	50
<i>Figura 30.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué Lugares consume licores? resultado de preferencia en porcentaje.....	51
<i>Figura 31.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué medios se entera acerca de sus marcas favoritas de licor? resultado de preferencia en porcentaje.....	52
<i>Figura 32.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Con que frecuencia al mes consume licores? resultado de preferencia en porcentaje	53
<i>Figura 33.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Has consumido cerveza artesanal? resultado de preferencia en porcentaje.....	53
<i>Figura 34.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Qué marca de cerveza artesanal a consumido? resultado de preferencia en porcentaje	54
<i>Figura 35.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Consumirías SweetBeer? resultado de preferencia en porcentaje.....	55
<i>Figura 36.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por SWEETBEER de 330 ml? resultado de preferencia en porcentaje.....	56
<i>Figura 37.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué lugares preferiría comprar SWEETBEER? resultado de preferencia en porcentaje	57
<i>Figura 38.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Dónde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER? resultado de preferencia en porcentaje.....	58
<i>Figura 39.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué estación del año disfrutarías SWEETBEER? resultado de preferencia en porcentaje	59
<i>Figura 40.</i> Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Cuántas botellas de 330ml de SWEETBEER consumirías al mes? resultado de preferencia en porcentaje	60
<i>Figura 41.</i> Imagen de la botella con un vaso de Sweetbeer, lo que se puede apreciar en la imagen.....	80
<i>Figura 42.</i> Publicidad a través de redes sociales	82
<i>Figura 43.</i> Publicidad a través de correos masivos	83
<i>Figura 44.</i> Paneles publicitarios en avenidas principales	83
<i>Figura 45.</i> Organigrama de SweetBeer	92
<i>Figura 46.</i> Procesos de producción de la cerveza artesanal son sabor a fruta, Sweetbeer	105
<i>Figura 47.</i> Molinos de malta automático de 50 a 75 kg.....	112
<i>Figura 48.</i> Equipo, filtro de agua, para el proceso de producción.....	112
<i>Figura 49.</i> Calderas para el macerado de la cebada.....	113
<i>Figura 50.</i> Fermentador isobárico de 325 litros, para fermentar la malta.....	113
<i>Figura 51.</i> Equipo para el llenado de cerveza.....	114
<i>Figura 52.</i> Equipo para el enchapado y cerrado de la botella después de haberla llenado	114

<i>Figura 53.</i> Equipo para el lavado de las botellas que serán desinfectadas y posteriormente llenadas	115
<i>Figura 54.</i> Equipo de enfriamiento, se usa en el proceso rápido que se quiere de 100°C a 20°C, para evitar el ingreso de bacterias	115
<i>Figura 55.</i> Laptop, para uso del personal de Sweetbeer, envío de correo, documentos.....	115
<i>Figura 56.</i> Teléfono celular, para permitir las coordinaciones y comunicación en general entre los colaboradores	116
<i>Figura 57.</i> Impresora multifuncional para la impresión de documentos(Oficios, informes, cartas).....	116
<i>Figura 58.</i> Impresora matricial para la impresión de las facturas, con papel continuo.	116
<i>Figura 59.</i> Cuchilla para abrir y cortar sacos de materia prima en producción.....	116
<i>Figura 60.</i> Destornilladores para ajustar alguna pieza de los equipos que se encuentren algo sueltos, o reemplazar pieza alguna	117
<i>Figura 61.</i> Para poder conectar o cortar cables que es de uso en producción o conectar algún ducto.	117
<i>Figura 62.</i> Llaves americanas para ajustar o reemplazar partes o piezas de los equipos o maquinas.....	117
<i>Figura 63.</i> Multitester para medir tensiones o corrientes de energía	118
<i>Figura 64.</i> Mapa de ubicación del local de producción de Sweetbeer.....	128
<i>Figura 65.</i> Imagen interna del local de producción de Sweetbeer.....	129
<i>Figura 66.</i> Fachada externa del local de producción de Sweetbeer.....	129
<i>Figura 67.</i> Corredor de acceso lateral del local de producción de Sweetbeer	130
<i>Figura 68.</i> Vista panorámica del local del local de producción de Sweetbeer	130
<i>Figura 69.</i> Plano de distribución de los ambientes de Sweetbeer	132
<i>Figura 70.</i> Tachos de residuos sólidos que estarán distribuidos en todas la planta de producción.	134
<i>Figura 71.</i> Implementos de seguridad, para los colaboradores de Sweetbeer	134
<i>Figura 72.</i> Accesorios de seguridad, para los colaboradores de Sweetbeer	135
<i>Figura 73.</i> De acuerdo a lo establecido en las políticas de las municipalidades y recomendaciones de INDECI, Sweetbeer contará con la señalética en los ambientes donde se requiera	135
<i>Figura 74.</i> Diagrama de pastel de la estructura de inversiones en el año “0”	147
<i>Figura 75.</i> Gráfico de pastel de la estructura de financiamiento donde se puede visualizar que el 30% del financiamiento es aporte de los accionistas	149

1. Información General



Figura 1. Logo final de cerveza artesanal Sweetbeer. Adaptado de: Elaboración propia.

Se ha planteado un proyecto emprendedor de una cerveza artesanal, ligera en amargor, agradable sabor dulce, color rojizo y el tradicional sabor a cerveza, destinado al sector femenino del país.

Según nuestra encuesta de estudio realizada, el objetivo es llegar a un público poco atendido por la industria cervecera actual, que no produce un producto que satisfaga la demanda de las mujeres que buscan una cerveza y no la encuentran en la oferta disponible porque todas son enfocadas a la población masculina y no les agrada el sabor tradicional de la cerveza.

11.1. Nombre de la empresa, Horizonte de evaluación.

Se creará una Sociedad Anónima Cerrada, con razón social **SWEETBEER PERU SAC**. El producto se comercializará bajo el nombre de Sweetbeer, está destinado a un público femenino de 25 a 50 años de edad, que no están conformes con la oferta actual de cervezas y que cuentan con capacidad monetaria. Además de comercializarse a una sociedad de economía media a alta (A- , B). El horizonte de evaluación del presente proyecto será de 5 años. Durante la realización del proyecto se verificará la viabilidad y rentabilidad del mismo.

11.2. Actividad económica, código CIU, partida arancelaria.

Producción de cerveza.

El sector económico en el que se desarrollará la empresa será el sector agroindustrial., el cual pertenece a la CIU (Clasificación Industrial Internacional Uniforme) 1553, elaboración de bebidas malteadas y de malta, asimismo cuenta con partida arancelaria 2203.00.00.00.



Figura 2. Procesos base, para la elaboración del producto. Adaptado de: Elaboración Propia.

11.3. Definición del negocio y Modelo CANVAS.

<u>Socios Estratégicos</u>	<u>Actividades Claves</u>	<u>Propuesta de Valor</u>	<u>Relación con el cliente</u>	<u>Segmento de clientes</u>
<ul style="list-style-type: none"> - Sociedad de Cerveceros Artesanales. - Universidad Agraria. - Envases de Vidrio SAC. - Envases del Perú Wildor EIRL. - R&R Cerveceros. 	<ul style="list-style-type: none"> - Producción de Cerveza artesanal. - Envasado de cerveza artesanal - Distribución de Cerveza artesanal. 	<ul style="list-style-type: none"> - Cerveza con sabor dulce. - Bajo en alcohol Aproximadamente 4%. - Cerveza bajo en amargor para el deleite de las mujeres. - Presentación atractiva para el género femenino. 	<ul style="list-style-type: none"> - Redes Sociales. - Página Web - Call center. - Ferias Artesanales 	<ul style="list-style-type: none"> - Mujeres de 25 a 50 años. - De Nivel socio Económico A-, B. - Económicamente independientes - Buscan un sabor más suave y con sabor dulce
	<u>Recursos Claves</u>		<u>Canales de venta</u>	
	<ul style="list-style-type: none"> - Insumos naturales sin preservantes artificiales. - Equipos especializados para cervecería. - Maestro cervecero - Nutricionista / Ing. Alimenticio. - Movilidad y Transporte. - Maquinaria de Embotellado. 		<ul style="list-style-type: none"> - Bares tradicionales y bares de hoteles. - Minimarket tipo Tambo - Restaurantes - Estaciones de servicio 	
<u>Estructura de Costos</u>		<u>Flujo de Ingresos</u>		
<ul style="list-style-type: none"> - Arriendo de la casa o local. - Sueldo del Preparador o maestro cervecero y demás personal. - Compra y mantenimiento de la maquinaria. - Impuestos legales y otros. - Publicidad 		<ul style="list-style-type: none"> - Ingreso por ventas en bares tradicionales y bares de hoteles. - Ingreso por ventas en minimarkets. - Ingreso por ventas en restaurantes. - Ingreso por ventas en estaciones de servicio. 		

Figura 3. Modelo de negocio en CANVAS. Adaptado de: Elaboración propia.

11.4. Descripción del producto o servicio

Nuestro producto, es una cerveza artesanal dulce sabor a berries (rojos), con ligero color rojizo, poco alcohol, amargor y el olor característico de la cerveza tradicional del lúpulo que lo hace distinto al resto de las cervezas nacionales, está enfocado al sector femenino entre los 25 a 50 años de edad, el logo tiene una presentación muy llamativa y elegante de color negro y dorado, un círculo que en la parte interna tiene una corona y de forma horizontal el nombre de la cerveza, abajo del nombre en cursiva se encuentra el eslogan del producto. La presentación del producto en botellas de vidrio oscuros de 355 ml y chapa de color negro, el cual se podrá abrir de forma sencilla (twist off) y estará disponible en cadenas de minimarkets (tipo Tambo), estaciones de servicio, restaurantes, bares tradicionales y de hoteles.



Figura 4. Diseño del producto final de Sweetbeer, etiquetado. Adaptado de: Elaboración propia.

11.5. Oportunidad de negocio.

La implementación de este proyecto (producción de cerveza artesanal), permitirá satisfacer la necesidad de un público femenino insatisfecho.

Con este producto innovador, que ofrece un sabor, olor a la cerveza tradicional y color rojizo diferente a las cervezas tradicionales.

Según Diario Gestión (2016), “El Perú es un país cervecero, es el sexto consumidor de cerveza a nivel de Sudamérica”, Según INEI Resumen

Ejecutivo (2012) La venta de cerveza en nuestro país está dirigido al público masculino ya que existe una mayor demanda de este género y no existe una cerveza dirigida al público femenino, es por eso que se genera una oportunidad de poder abarcar al público femenino.



Figura 5. Los 4 pasos, que dieron el inicio a Sweetbeer. Adaptado de: Elaboración propia.

11.6. Estrategia genérica de la empresa.

En el proyecto se aplicará la estrategia de diferenciación, cumpliendo con las normas de sanidad, pero con la diferencia de tratarse de un producto artesanal con más beneficios y con la mínima cantidad de químicos posible (colorantes, conservantes, entre otros) como algunas marcas industriales, que son muy conocidas en el mercado, que a la larga perjudica a la salud.

Nuestro proyecto también se aplicara la estrategia de enfoque con la finalidad de ubicar a nuestro público objetivo para ofrecer nuestro producto.

Estrategia enfoque

El líder en producción de cerveza en nuestro país (Empresa Backus), están enfocados a un público que les gusta el sabor de la cerveza tradicional y la mayoría de ellos son hombres, pero existe un público que no le agrada la cerveza tradicional por su amargor y alto grado de alcohol, que en su gran mayoría son mujeres.

Para comenzar nos enfocaremos en los sectores 6, 7 y 8 de lima por tener los distritos con mayor concurrencia de personas de los 25 a 50 años quienes son nuestro público objetivo y donde se encuentran la mayor cantidad de lugares nocturnos de recreación, restaurantes y hospedajes para turistas. Nuestro producto se distribuirá en cadenas de minimarkets (tipo Tambo), estaciones de servicio, restaurantes, bares tradicionales y de hoteles. Con la finalidad de satisfacer la necesidad de una cerveza artesanal para mujeres y lograr ser el producto preferido por ellas.

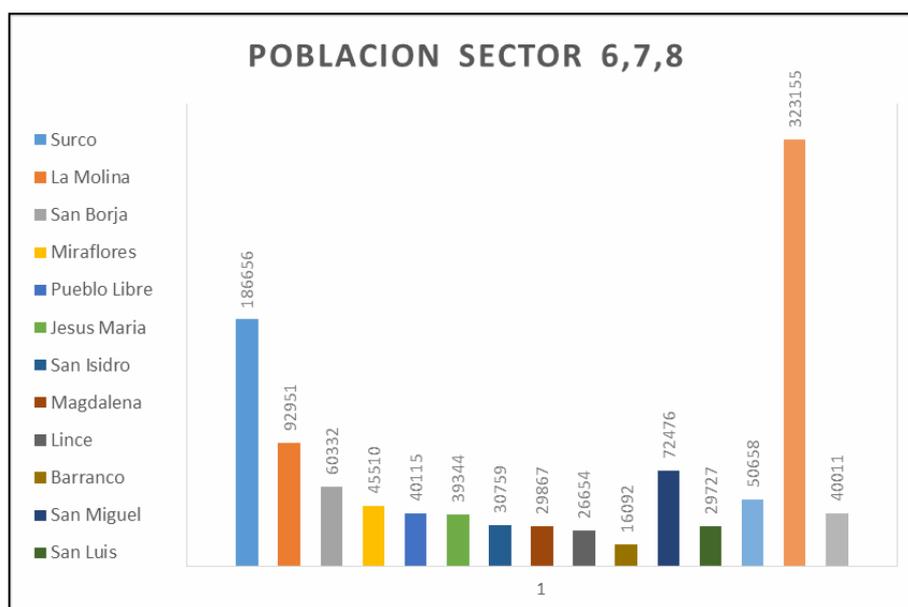


Figura 6. Población de los sectores 6, 7 y 8. (Edad entre 25 – 50 años) La barra que representa la molina, de color naranja es el sector predominante. Adaptado de: Excel anexo de proyecto.

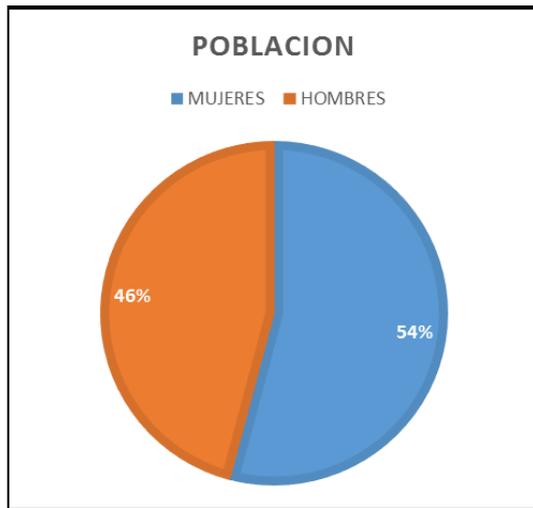


Figura 7. Población General de los sectores 6,7,8, donde se visualiza al género femenino como predominante. Adaptado de: Excel anexo de proyecto.



Figura 8. Gráfico de barras de distrito predominante en actividades de entretenimiento, recreación, restaurantes y alojamiento. Adaptado de: Tabulación de encuestas del proyecto.

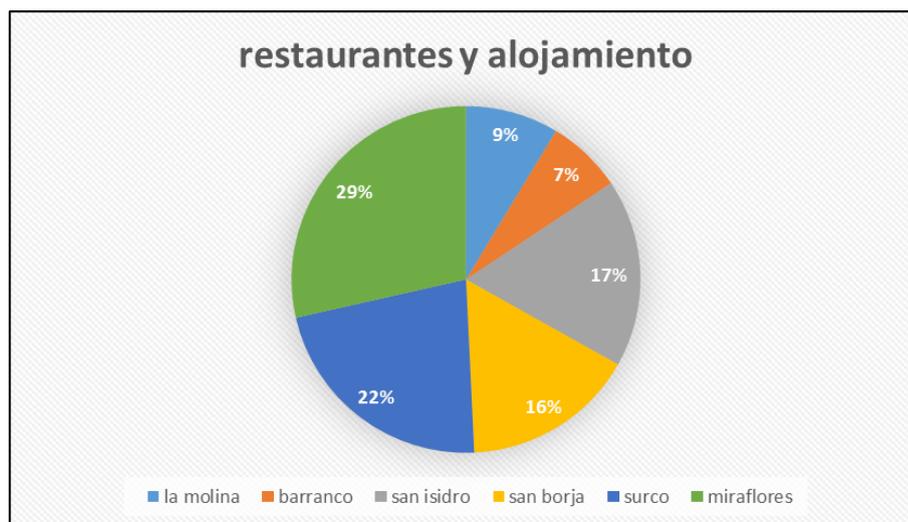


Figura 9. Distrito predominante de los sectores 6,7,8 en restaurantes y alojamiento (Hoteles). Adaptado de: Tabulación de encuestas del proyecto.

Estrategia de diferenciación

Para diferenciarnos de la competencia, nuestro producto es elaborado con insumos de alta calidad, que nos posicionara como una cerveza Premium en el sector artesanal. Nosotros nos diferenciaremos del resto de las cervezas industriales y cervezas artesanales por nuestro producto innovador dedicado principalmente al público femenino que no le agrada el sabor de la cerveza tradicional al tener mucho amargor y alto porcentaje de alcohol. Nuestro producto es una cerveza artesanal dulce sabor a frutas, con ligero color rojizo, poco alcohol y amargor, que lo hace distinta al resto de las cervezas nacional, el producto será envasado en botellas de vidrio oscuro de 335 ml con una etiqueta elegante y acompañado de un eslogan "HECHO PARA REINAS" lo cual será más llamativo para nuestro público femenino.

2. Análisis del entorno

2.1. Análisis del Macro entorno

Del País (últimos 5 años o último año según corresponda)

Capital:

Lima, es la capital del Perú que fue fundada el 18 de enero de 1535 por don Francisco Pizarro quien llamo en un inicio la Ciudad de los Reyes y después conocida como Lima.

Ciudades importantes:

Lima, Arequipa Trujillo, Chiclayo, Iquitos, Piura y Cuzco.

Superficie:

El Perú situado en el continente de América del Sur, cuenta con una superficie de 1.285.215,60 km², que representa el 0.87% de la superficie del planeta.

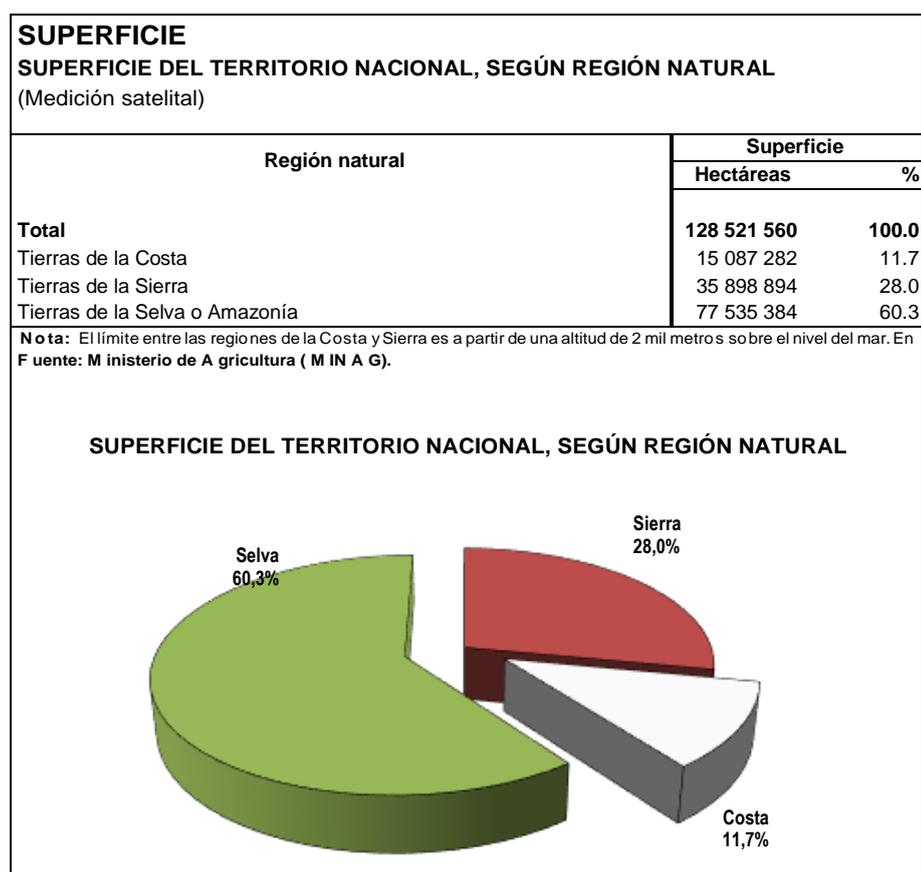


Figura 10. Gráfico de pastel de la superficie en tres regiones que son costa, sierra y selva del territorio nacional, según región natural, Adaptado de: INIE 2010.

Número de habitantes:

Según INEI (2016) Resumen Ejecutivo. Las proyecciones realizadas dieron a conocer que el Perú tiene una población de 31 millones 488 mil 625 personas, de los cuales, el 50,1% son hombres y el 49,9% mujeres.

Tasa de crecimiento de la población

Según INEI (2016) Resumen Ejecutivo. Se estima un crecimiento anual de 11 personas por cada mil habitantes. Según estimaciones del INEI, durante el presente año nacerán 574 mil 957 personas y fallecerán 178 mil 553; asimismo, el saldo migratorio neto internacional arroja una pérdida de 59 mil 603 personas. Las tasas de natalidad y mortalidad son de 18,3 y 5,7 por cada mil habitantes, respectivamente, y la tasa de migración neta es de -2,0 por mil habitantes. En ese sentido, la tasa de crecimiento prevista para el año 2018 es de 1.06%, llegando a los 32.162.184 millones de personas. Esta variación se puede apreciar en la siguiente tabla:

Tabla 1.

Tasa de crecimiento de la población del periodo 2013-2018

Años	Población			Tasa de crecimiento media de la población total (por cien)	
	Total	Hombres	Mujeres	Periodo Quinquenal	Periodo Anual
2013	30.475.144	15.271.062	15.204.082	1,12	1,13
2014	30.814.175	15.438.887	15.375.288	1,12	1,11
2015	31.151.643	15.605.814	15.545.829	1,12	1,10
2016	31.488.625	15.772.385	15.716.240	1,12	1,08
2017	31.826.018	15.939.059	15.886.959	1,05	1,07
2018	32.162.184	16.105.008	16.057.176	1,05	1,06

Nota: Proyección del Crecimiento de la poblacional en el Perú, adaptado de "INEI (2016) Resumen Ejecutivo".

Ingreso per cápita.

Es la relación que existe entre la cantidad de habitantes de una nación y el PBI (producto bruto interno). Para poder calcular el per cápita es necesario saber el PBI del año y la población del mismo año.

Per capital = PBI/población

Los per capitales de los años 2012-2016 se muestran en la siguiente tabla:

Tabla 2.

El Per cápita entre el periodo 2012-2016

Años	Total	PBI	Per Capita
2012	30.135.875	\$201.200.000,00	\$ 6,68
2013	30.475.144	\$201.000.000,00	\$ 6,60
2014	30.814.175	\$ 189.200.000,00	\$ 6,14
2015	31.151.643	\$192.100.000,00	\$ 6,17
2016	31.488.625	\$ 192.600.000,00	\$ 6,12

Además, podemos verificar que nuestro país (Perú) se encuentra en un incremento constante con relación a los demás países latinoamericanos, lo que es favorable, para los inversionistas de los diferentes proyectos emprendedores.

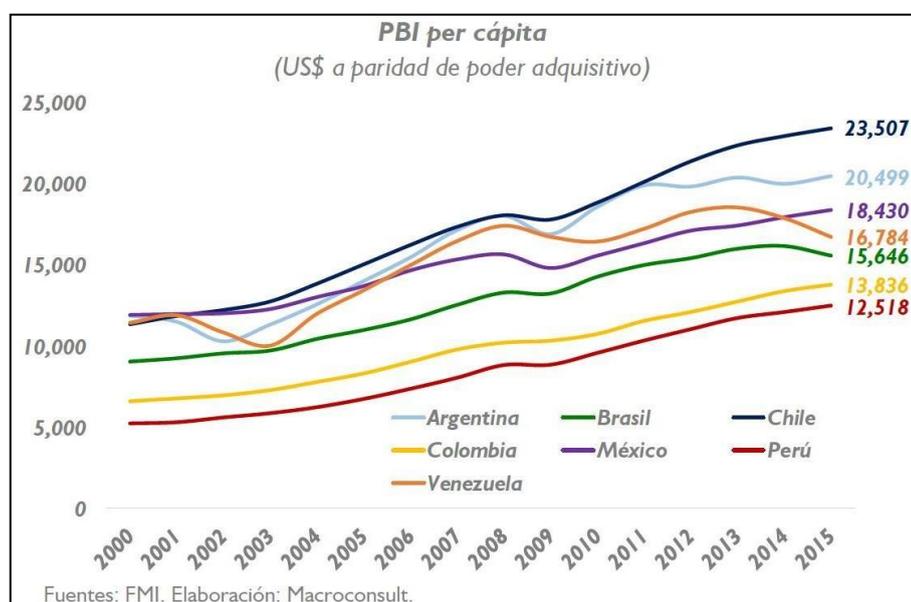


Figura 11. PBI per cápita para los diferentes países latinoamericanos, entre los que se incluye el Perú. Adaptado de Página Oficial del Fondo Monetario internacional (FMI) (2016)

Población económicamente activa.

Se puede apreciar que la PEA ha aumentado; esto se ha dado como consecuencia del aumento de la población total del país. Por lo tanto, la tasa de desempleo ha ido incrementándose a lo largo de los años, llegando al 579.2 miles de personas en el año 2015. En la siguiente tabla se muestra el incremento de la PEA del 2010 al 2015.

Tabla 3.

Población económicamente activa por miles de personas.

Año	2010	2011	2012	2013	2014	2015
PEA (miles de personas)	15 735,7	15 949,1	16 142,1	16 328,8	16 396,4	16 498,1
PEA Desocupada	645,8	641,8	600,6	645,2	599,5	579,2

Tabla 4.

Gráfico de acuerdo al ámbito geográfico anual, además de las áreas de residencia y región natural.

Ámbito geográfico	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Total	13 059.8	13 120.4	13 683.0	14 197.2	14 459.2	14 495.2	15 089.9	15 307.3	15 541.5	15 683.6	15 796.9	15 918.9
Lima Metropolitana ¹	3 760.1	3 677.8	3 996.2	4 280.3	4 405.2	4 495.2	4 661.7	4 746.1	4 885.6	4 891.0	4 869.5	4 962.7
Resto País	9 299.7	9 442.6	9 686.8	9 916.9	10 054.0	10 262.5	10 428.1	10 561.2	10 655.9	10 792.6	10 927.4	10 956.3
Área de residencia												
Urbana	8 810.5	8 914.2	9 409.8	10 016.9	10 308.8	10 583.6	10 980.6	11 251.7	11 549.6	11 760.2	11 872.5	12 034.7
Rural	4 249.3	4 206.2	4 273.2	4 180.2	4 150.3	4 174.0	4 109.2	4 055.6	3 991.9	3 923.4	3 924.4	3 884.2
Región natural												
Costa	6 650.8	6 638.0	7 012.6	7 517.7	7 650.3	7 852.4	8 097.2	8 194.7	8 431.7	8 471.3	8 487.5	8 582.7
Sierra	4 668.4	4 734.2	4 886.8	4 801.0	4 918.1	4 994.2	5 028.9	5 110.0	5 082.3	5 173.2	5 241.4	5 290.0
Selva	1 740.7	1 748.3	1 783.6	1 878.4	1 890.8	1 911.1	1 963.7	2 002.6	2 027.6	2 039.1	2 068.0	2 046.3

Nota: Tasa de actividad, según el ámbito geográfico en el Perú, Adaptado de "INEI (2016) Página Oficial".

Balanza comercial: Importaciones y exportaciones.

La balanza comercial viene a ser la diferencia entre las exportaciones frente a las importaciones. Hablamos de un superávit cuando las exportaciones son mayores a las importaciones y decimos que es déficit cuando las importaciones son mayores que las exportaciones. En el siguiente grafico muestra los datos de las exportaciones e importaciones de los años 2013-2017.

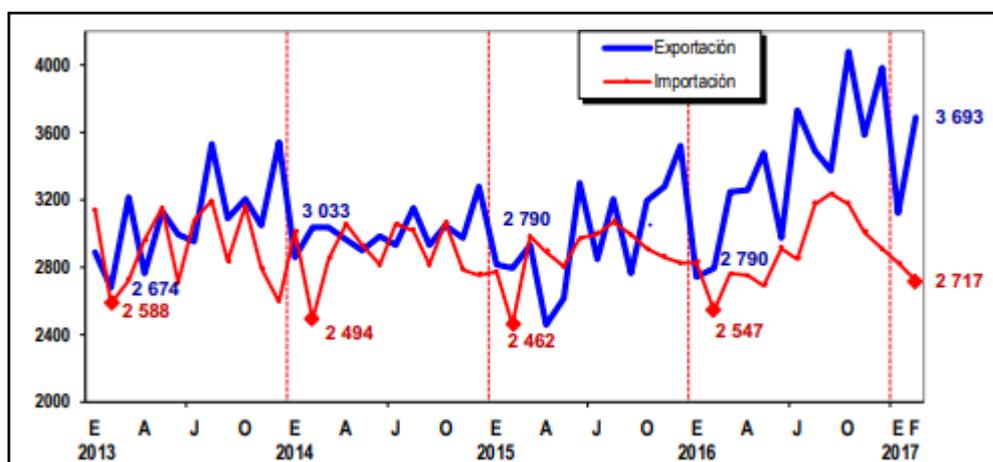


Figura 12. Exportación e importación FOB real: 2013-2017 (Millones de US dólares de 2007). Adaptado de “Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Instituto Nacional de Estadística e Informática.”

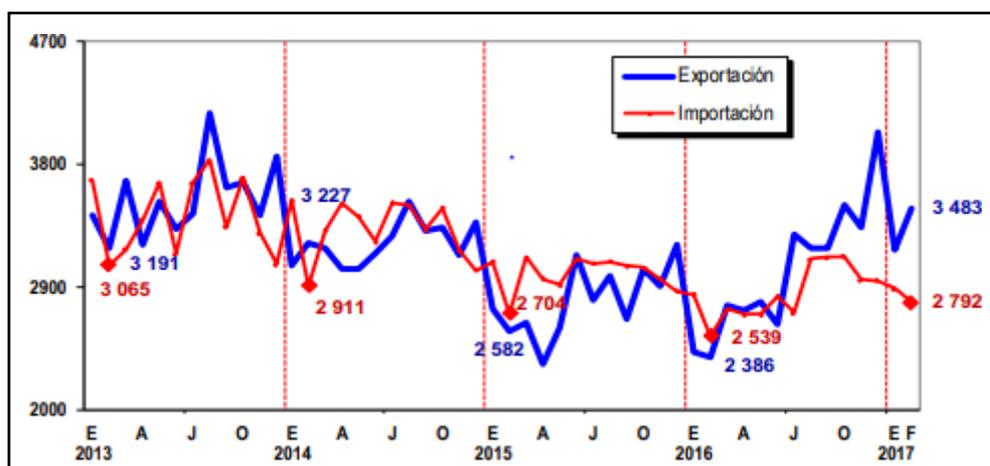


Figura 13. Exportación e Importación FOB nominal: 2013-2017 (Millones de US dólares). Adaptado de “Superintendencia Nacional de Aduanas y de Administración Tributaria. Instituto Nacional de Estadística e Informática.”

Tabla 5.

Importaciones con relación a las exportaciones

	Balanza comercial - valores FOB (millones US\$) - Exportaciones	Balanza comercial - valores FOB (millones US\$) - Importaciones	Balanza comercial - valores FOB (millones US\$) - Balanza Comercial
Ago15	3051.087217	3161.082607	-109.9953904
Sep15	2729.022605	3113.110681	-384.0880756
Oct15	3113.61524	3110.357848	3.257392256
Nov15	2945.705982	3201.162128	-255.4561464
Dic15	3285.161306	3000.519883	284.6414232
Ene16	2476.125819	2981.805992	-505.6801728
Feb16	2457.731029	2588.35211	-130.6210806
Mar16	2821.857881	2817.269306	4.588575434
Abr16	2804.08213840	2747.190418	56.89171966
May16	2857.676422	2767.809303	89.86711864
Jun16	2703.402935	2888.666792	-185.2638568
Jul16	3351.348067	2761.931819	589.4162476
Ago16	3259.236238	3169.403582	89.83265631
Sep16	3250.579385	3179.368	71.21138499
Oct16	3552.910486	3189.645689	363.2647969
Nov16	3386.138905	3016.166111	369.9727936
Dic16	4098.691406	3024.009985	1074.681421
Ene17	3332.159024	2966.524158	365.6348655
Feb17	3582.999751	2842.2303	740.7694514
Mar17	3299.422953	3184.354947	115.0680065
Abr17	3103.668609	2977.595196	126.0734132
May17	3518.741109	3198.587079	320.1540301
Jun17	3648.969951	3067.041782	581.9281689
Jul17	n.d.	n.d.	n.d.
Ago17	n.d.	n.d.	n.d.

Nota: Tabla referente al cuadro de importaciones con relación a las exportaciones. Adaptado de "INEI (2017) Página Oficial".

PBI:

Según el Ministerio de economía y Finanzas (2017), el PBI de nuestro país estará en 4.8%, asimismo, según el BCR (Banco Central de reservas) en 4.5 para el 2017. Después de un análisis, junto al desempeño del sector agrario del cual se abastece la nuestra empresa, podemos esperar un escenario en el cual se configuran oportunidades de negocio sostenibles; es decir, de mantenerse la actual tendencia del PBI Global, y principalmente del PBI agrario, puede esperarse contar con un nivel de demanda con cierto grado de certidumbre, lo cual permite establecer los supuestos necesarios para este estudio.

Tabla 6.

Perú oferta y demanda global trimestral

Oferta y Demanda Global	2016/2015				2017/2016			
	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. ^{1/}	I Trim.	II Trim.	I sem.	4 últimos Trim. ^{1/}
Producto Bruto Interno	4,3	3,7	4,0	4,0	2,1	2,4	2,3	3,0
Extractivas	11,5	12,6	12,1	9,5	3,3	3,4	3,3	6,9
Transformación	-1,4	-5,3	-3,4	-2,1	-0,4	1,5	0,6	-0,1
Servicios	4,7	4,2	4,4	4,8	2,3	2,4	2,4	2,8
Importaciones	-0,3	-2,9	-1,6	-0,7	2,4	7,1	4,7	3,4
Oferta y Demanda Global	3,4	2,3	2,8	3,0	2,2	3,4	2,8	3,1
Demanda Interna	3,0	-0,6	1,2	1,9	-0,6	1,3	0,4	0,5
Consumo Final Privado	3,8	2,9	3,4	3,5	2,1	2,0	2,0	2,8
Consumo de Gobierno	12,8	9,7	11,2	8,7	-4,4	2,1	-1,1	-0,8
Formación Bruta de Capital	-2,9	-12,7	-8,0	-4,6	-5,3	-1,0	-3,2	-4,8
Formación Bruta de Capital Fijo	-2,3	-3,7	-3,0	-4,0	-4,8	-2,8	-3,8	-4,6
Público	30,3	3,9	14,6	5,5	-16,9	-5,1	-10,5	-8,8
Privado	-9,3	-6,3	-7,9	-6,7	-1,1	-1,9	-1,5	-3,2
Exportaciones	5,0	15,8	10,5	7,6	14,3	11,7	12,9	14,0

Nota: Tabla referente al cuadro de importaciones con relación a las exportaciones. Adaptado de "INEI (2017) Página Oficial".

Tasa de Inflación:

Según el BCR (2017). "página web oficial" El incremento de precios en el presente año se debe en su mayoría, a factores climáticos adversos asociados con el fenómeno el niño costero (lluvias excesivas) durante el primer trimestre y su impacto en el abastecimiento de estos productos durante el tercer trimestre su valor es de 2.94. Se estima que este año termine entre el 2.1% y 2.2% según estima el Banco Central de Reserva (BCR). En la siguiente tabla se muestra la inflación promedio anual en los últimos 5 años.

Tabla 7.

Inflación variable promedio anual

Año	2012	2013	2014	2015	2016
Inflación (Variación Promedio Anual)	3,7	2,8	3,2	3,5	3,23

Nota: Cálculo de la inflación por variable del promedio anual. Adaptado de "INEI (2017) Página Oficial".

Tipo de cambio:

El tipo de cambio promedio de los años 2012 al 2016 y el tipo de cambio de octubre 2017. Éste se trata del cambio del Sol (moneda) con respecto al US Dólar. Lo que favorece para la adquisición de materia prima, ya que todos los productos en su mayoría son importados.

Tabla 8.

Variabilidad del tipo de cambio en el Perú

TIPO DE CAMBIO	2015	2016	2017
PROMEDIO VENTA 2015 - 2017	Mensualmente	Mensualmente	Mensualmente
Enero	3.007	3.439	3.342
Febrero	3.080	3.508	3.262
Marzo	3.093	3.410	3.265
Abril	3.121	3.303	3.249
Mayo	3.152	3.336	3.275
Junio	3.162	3.318	3.269
Julio	3.183	3.301	3.250
Agosto	3.240	3.335	
Setiembre	3.221	3.384	
Octubre	3.250	3.388	
Noviembre	3.339	3.405	
Diciembre	3.385	3.398	
Memo:			
Promedio Anual	3.19	3.38	

Nota: Tipo de cambio variable del promedio anual. Adaptado de "BCR (2017) Página Oficial".

Tasa de interés:

Según el Sistema de banca y seguros (2017). La tasa de interés es la cantidad de dinero que se debe pagar en el tiempo para recuperar lo invertido, sucede un decrecimiento en la tasa de interés a lo largo de estos 6 años. Esto se debe principalmente a la baja de las tasas a nivel internacional, lo cual, a través de las líneas de crédito de las entidades financieras locales, se trasmite hacia el mercado interno. Este decrecimiento favorece a las empresas en su estructura de financiamiento, y por consiguiente sus costos financieros podrán balancearse a favor de los socios.

Riesgo País

Según el banco de inversión JP Morgan (2017). Es un indicador que mide el deseo y capacidad de un país de cumplir con el pago de su deuda externa. Se le denomina riesgo soberano, si la deuda pertenece al gobierno y, no soberano, si pertenece a una entidad privada.

El EMBI+ Perú se mide en función de la diferencia del rendimiento promedio de los títulos soberanos peruanos frente al rendimiento del bono del Tesoro estadounidense. Formalmente, la diferencia se mide utilizando el índice EMBI+ (Emerging Market Bond Index Plus) preparado por JP Morgan (Banco especializado en Inversiones), la cual se basa en la escala de puntos básicos, siendo 100 puntos básicos (pbs) equivalente a 1%. El riesgo país de Perú cerró la sesión de hoy en 1.13 puntos porcentuales (a la fecha de 1 de noviembre del 2017). En el siguiente gráfico se muestra el riesgo país de los países como Perú, Argentina, Brasil, Chile, Colombia, Ecuador, México y Venezuela. Es un indicador que intenta medir el grado de riesgo de un país para cumplir con el pago de su deuda externa, que para junio del 2017 es de 1.41%

Leyes o reglamentos generales vinculados al proyecto.

Según Congreso de Republica (2016). Proyecto de ley 642/2016 – Promueve la competencia en el mercado de cervezas eliminando incentivos que fomentan indebidamente la concentración.

Según el Diario Gestión (2015), desde el 2013 el impuesto selectivo al consumo (ISC) generaba una distorsión en el mercado cervecero, esto es porque el monto que se cobraba era un monto fijo estático y no varía de acuerdo al precio, quiere decir que a menor precio de la cerveza la incidencia del ISC era mayor.

Esta situación lo que hacía era fomentar el monopolio debido que al impactar el (ISC) en mayor medida sobre el pequeño y micro productor lo que hacía era encarecer el producto quitando competitividad.

Del Sector (últimos 5 años o último año según corresponda)

Mercado internacional.

Según estudios realizados por el economista Ruy Alonso Rebolledo (2017), El tamaño del mercado de la cerveza artesanal a nivel mundial en 2015 estaba valuado en \$85 mil millones de dólares, sin embargo, según reporte de Grand View Research, Inc., se proyecta para antes de 2025, tendrá un valor de \$502.9 mil millones de dólares a una tasa de crecimiento anual de 19.9%, por el gran consumo de la cerveza artesanal, su gran variedad de estilos y sabores y la penetración en nuevos mercados.

Australia, Bélgica, Alemania, Estados Unidos y Nueva Zelanda son los principales países productores de esta bebida, entre todos ellos generan el 65% de la producción total tanto en términos de valor como de volumen.

Gracias a la demanda por consumir cerveza artesanal, el número de cerveceros en el mercado global está creciendo significativamente; debido a esto, los gobiernos de países como Australia, Nueva Zelanda, Bélgica, México, China y el Reino Unido comienzan a promover la producción de cerveza artesanal y la apertura de nuevas cervecerías gracias a la contribución al desarrollo económico y generación de empleo que éstas impulsan.

Según Alltech, existen más de 10 mil cervecerías artesanales en todo el mundo. De ellas, 86% se encuentra en los Estados Unidos y Europa, y como resultado, la demanda de granos como cebada, trigo, levadura, azúcar y lúpulo está aumentando sustancialmente.

Mercado del consumidor.

Nuestro mercado consumidor son mujeres del sector 6, 7 y 8 entre las edades de 25 a 50 años de NSE A- B. El primer año tenemos un total de 1'112,937 con una tasa de crecimiento anual 0.92% en los sectores 6, 7 y 8.

Según un estudio de APEIM- niveles socioeconómicos 2016 se tiene que en estos 3 sectores de Lima es donde se encuentra la mayor cantidad de personas de NSE A y B. Menciona que una familia de la NSE A tiene un ingreso de 10860 soles mensuales y sus gastos ascienden a 7362 soles y de la misma manera el NSE B tiene ingresos de 5606 y sus gastos son 4249 soles mensuales.

Estos NSE A y B son los que más gastan en esparcimiento y diversión los cuales estiman en gastos por un producto que les agrada.

Es por eso que nuestro producto apunta hacia ese público femenino, que tendrá nuestro producto al alcance de sus manos mediante la distribución de los canales de ventas.

Mercado de proveedores.

Contamos con proveedores que nos brindan los mejores insumos para la preparación de cerveza artesanal, nuestros proveedores tienen más de 10 años (Asociación de cerveceros artesanales, nuevo mundo cervecería, Equipos insumos cerveza) de experiencia en importar los insumos necesarios para preparar una excelente cerveza artesanal en donde realizaremos la compra de la malta de cebada, lúpulo y levaduras para preparar nuestro producto.

Sabemos que los insumos pueden subir de precio por lo mismo que son importados, ya que dependerá del mercado extranjero, uno de los problemas es el clima seco que malogro la cosecha de lúpulo y el incremento en la producción de la cerveza artesanal en los países de Alemania y EEUU por lo cual el precio se ha elevado entre 35% a 50% más que el 2015.

Con respecto de la maquinaria contamos con maestros expertos en la fabricación de equipos como son recipientes de cocción, bidones de fermentación, maceración y sistemas de frio los cuales son fabricados en nuestro país.

También contamos con proveedores de utensilios como son los termómetros y densímetros los cuales nos sirven para obtener la mejor cerveza artesanal.

Mercado competidor.

Nuestro proyecto de cerveza artesanal que se viene realizando tendrá un mercado competidor muy amplio, entre las cervezas industriales como son Cuzqueña, Pilsen, Cristal y corona. Y las cervezas artesanales como Barranco Beer Company, Barbarian, Brewpup Wicks, Nuevo Mundo, Draft BeerRestaurante, Chez Philippe, etc.

Nuestro producto sweetbeer al ser una cerveza artesanal para mujeres con bajo porcentaje de alcohol se puede asemejar a la cerveza corona al tener ambos 4% de alcohol, pero nuestro producto se diferencia por el color llamativo del producto y su ligero sabor dulce.

Sweetbeer tiene competencia también en lo que es la cerveza artesanal como la cerveza llamada "LA CHUCHI" que pertenece a la cervecería NUEVO MUNDO la cual es una cerveza de trigo que es dirigido al público femenino pero su porcentaje de alcohol es de 4.8% y tiene el color y olor de la cerveza tradicional, a comparación de sweetbeer que solo tiene 4% y un color ligeramente rojizo y sabor dulce.

Lo que podríamos imitar de las cervecerías artesanales NUEVO MUNDO es la variabilidad de productos que ofrecen y la venta por web.

Mercado distribuidor.

Mercado distribuidor de la competencia tenemos a la cerveza industrial los cuales son más conocidos como Pilsen, Cristal, Cusqueña y Corona quienes dejan los productos en centros de ventas como son supermercados, minimarkets, tiendas y en las temporadas de verano a los kioscos de las playas de esta manera su producto está presente en todo lugar.

Luego tenemos a las cervezas artesanales las cuales la mayoría se ofrecen en sus propios locales como es el caso de BARRANCO BEER donde ofrecen otros productos complementarios como son varios tipos de alimentos y merchandising, pero también tenemos algunas cervecerías que están incursionando a lo que son los supermercados con la cervecería BABARIAN y LA CANDELARIA.

Y la cervecería NUEVO MUNDO la cual vende sus productos por la web.

Leyes o reglamentos del sector vinculados al proyecto.

- Ley que promueve la competencia en el mercado de cervezas, eliminando incentivos que fomentan indebidamente la concentración. (noviembre de 2016)
- Proyecto de ley que cambia del ISC a la cerveza
- Proyecto de ley que modifica la ley N° 28681, ley que regula la comercialización consumo y publicidad de bebidas alcohólicas.

2.2. Análisis del Micro entorno

Fuerza negociadora de los clientes.

La fuerza negociadora de los clientes con respecto a nuestro producto es bastante significativa. Al existir gran variedad de productos similares tienen la facilidad de poder negociar el precio que quieren pagar por cada uno de ellos. La gran competencia en lo que a cervezas respecta conlleva a que la decisión de compra dependa únicamente del consumidor final. Sin embargo, al ser nuestro producto único en el mercado, la fuerza negociadora de nuestros clientes podría disminuir ya que, al ofrecer una cerveza artesanal para mujeres, lo cual hace que sus sustitutos sean menores.

Fuerza negociadora de los proveedores.

Existe fuerza negociadora por parte de los proveedores ya que como nuestras compras serán en pocas cantidades no tenemos el poder de negociar con los proveedores los precios que ya se encuentran establecidos. Las materias primas para la elaboración de los productos, como: Malta de cebada pale ale, agua tratada con osmosis inversa, lúpulo Ale y levadura americana por ser sus productos básicos para la elaboración de la cerveza, y al existir un número reducido de proveedores para el continuo abastecimiento de nuestro almacén, requieren una clasificación exhausta, para conseguir un producto de calidad.

Competidores actuales: Nivel de competitividad.

El nivel de competitividad de cerveza es alto ya que existen muchas marcas que son comercializadas por empresas grandes, medianas y pequeñas. Como es el caso de la cerveza, conocen las principales marcas que se comercializan y que son las que usualmente adquieren. Ellos permanecen fieles a la marca que ha consumido a lo largo de los años, siempre y cuando haya mantenido la calidad del producto y ésta no los haya defraudado. Por lo tanto, este posicionamiento de marcas reconocidas que forman parte de su línea de productos, tales como Pilsen, cristal y cusqueña (BACKUS actualmente tiene el 99% de participación en el mercado cervecero).

Luego tenemos las cervecerías artesanales tales como Barbarían, Magdalena, Maddock, Cumbres, Nuevo Mundo. Barranco Beer Company, etc. Todas estas empresas comparten el 1% del mercado cervecero nacional.

Todos estos productos tienen sabores diferentes, se encuentran en el mercado, para diferentes tipos de consumidores, pero los consumidores de SweetBeer son especialmente las damas, por el sabor que cautivará el gusto de las mujeres, con su toque dulce con sabor a berries rojos, poco amargor y bajo porcentaje de alcohol.

Amenaza de productos sustitutos.

La amenaza de los productos sustitutos siempre va en ascenso, ya que los clientes en este mercado de cerveza artesanal, siempre están buscando sabores nuevos, y el ingreso de nuevos competidores, amenazan la gran acogida y mantenimiento en el mercado de Sweetbeer, por esta razón contamos con canales de ventas muy accesibles quienes ofrecerán nuestra cerveza artesanal para nuestro público objetivo y de esa manera reducir la amenaza de los productos sustitutos, Esta amenaza es muy probable, sin embargo, el sector al cual nos vamos a dirigir (NSE A- y B) no es tan sensible al precio y no les importará pagar un precio adicional por el producto que desean adquirir.

Además de la cerveza artesanal, tenemos a la cerveza industrial, el vino, Pisco Sour, pero en Perú la gran mayoría de las personas son consumidores de cerveza según informe de INEI, de un 100% el promedio de consumo de cerveza es de 45%, frente a otras bebidas como el ron, whisky, pisco entre otras.

Competidores potenciales barreras de entrada.

Según la Dirección de Salud (2016), Como principal barrera de entrada, el mercado de cerveza artesanal debe brindar la mayor seguridad posible al consumidor, por esta razón se deben de cumplir con ciertos requisitos y estándares de sanidad e higiene para la producción y elaboración del mismo. Para asegurar la calidad de los productos lácteos, muchas empresas adquieren certificaciones de calidad, las cuales garantizan al consumidor que el producto cumple con los estándares óptimos de calidad estos son otorgados por (DIGESA). Es por esta razón que el producto que desarrollaremos, Sweetbeer, por tratarse de un producto artesanal puede intimidar al consumidor, por ser una cerveza diferente, pero que igualmente, cumple con los estándares de calidad. Otra barrera de entrada a la que se enfrenta Sweetbeer es la alta participación de mercado que tienen las marcas competidoras. Dichas marcas tienen un posicionamiento en el mercado respaldado por muchos años de comercializar sus productos. Es importante resaltar que la línea de cerveza artesanal es la que más ha crecido en los últimos años.

3. Plan estratégico

3.1. Visión y misión de la empresa.

Visión

Para el 2022 ser la cerveza artesanal preferida por las mujeres que no estén conforme con el sabor tradicional. Y ser reconocidos en la sociedad de productores de cerveza como una marca de prestigio para ser considerados socios estratégicos en el rubro.

Misión

Elaborar cerveza artesanal dulce con sabor a frutas para el exigente paladar de las mujeres y elaborar convenios con nuestros canales de ventas más representativos.

3.2. Análisis FODA.

Fortalezas

- Contamos con maquinarias de alta tecnología para la producción y envasado.
- Nuestros procesos siguen las mejores normas y buenas practicas del sector.
- Contamos con maestros cerveceros artesanales con más de 10 años de experiencia.

Oportunidades

- Visión vanguardista al reconocer un sector que se encuentra insatisfecha con la oferta actual.
- Según la asociación de cerveceros artesanales del Perú (2015). El sector de cervezas artesanales está constante en crecimiento en Lima
- Crear una bebida alcohólica con características completamente diferentes.

Debilidades

- Escaso personal especializado en el mercado de cerveza artesanal.
- El precio puede incrementarse debido a que el uso de los insumos son de alta calidad.
- Debido al crecimiento de las plantas de cerveza artesanal podría generar mucha competencia
- Hay pocos especialistas en el mercado para la elaboración de la cerveza artesanal.

Amenazas

- La competencia de grandes empresas como Backus acaparan el mercado.
- La sociedad está muy arraigada al sabor de la cerveza tradicional.
- Competencia alta de productos sustitutos como vinos o espumantes.
- Impuestos creados especialmente para el sector cervecero.

3.3. Objetivos.

- Para el año 2019 obtener la certificación de calidad, ISO 9001.
- Para el año 2020 participar en la feria gastronómica más grande de Latinoamérica, Mistura.
- Para el 2022 tener el 5% de participación en cerveza artesanal orientada al sector femenino.

4. Estudio de Mercado

4.1. Investigación de mercado

Criterios de segmentación

Se toma los siguientes criterios de segmentación, se elige a un público femenino que este en un rango de edad entre 25 a 50 años, que pertenezcan a un nivel socio económico –A, B y que viven en los sectores 7 y 6 de la ciudad de Lima, tales como los distritos de:

- Surco
- La Molina
- San Borja
- Miraflores
- Pueblo Libre
- Jesús María
- San Isidro
- Magdalena
- Lince
- Barranco
- San Miguel
- San Luis
- Surquillo
- Ate

Marco muestral

Nuestro público objetivo son mujeres que residan principalmente en las zonas 6 y 7 de lima, que sean de NSE A y B, que se consideren modernas y tenga edades de 25 a 50 años. Para poder hacer nuestro marco muestral hemos tenido que recabar información del COMPEDIO ESTADÍSTICO PROVINCIAL DE LIMA 2014 y usar la tasa de crecimiento anual para poder calcular la cantidad de personas por distrito para el año 0 al año 5, al realizar estos cálculos obtenemos la cantidad total de hombres y mujeres con su rango de edades para poder realizar la muestra.

Según APEIM (2016). Para saber el NSE se utilizó información de APEIM (Asociación peruana de empresas de investigación de mercado) y para tener el porcentaje de personas modernas por distritos se utilizó información de ARELLANO MARKETING. En la siguiente tabla se puede ver el resultado de nuestro marco muestral.

Tabla 9.

Tabla poblacional de los sectores de expansión de Sweetbeer

DISTRITO	POBLACION FEMENINA TOTAL AÑO 2016	Población Año 0	ENTRE 25 Y 50 AÑOS	NSE B - A	MODERNAS	TOTAL AÑO 0	CUOTA	ENCUESTAS
Surco	186656	191882	39,18%	74,50%	25%	14002	23,78%	92
La Molina	92951	100046	38,90%	74,50%	25%	7248	12,31%	47
San Borja	60332	61498	38,36%	74,50%	25%	4394	7,46%	29
Miraflores	45510	45282	38,07%	74,50%	25%	3211	5,45%	21
Pueblo Libre	40115	39981	36,21%	69,20%	25%	2505	4,25%	16
Jesus Maria	39344	39423	37,05%	69,20%	25%	2527	4,29%	17
San Isidro	30759	30564	37,16%	74,50%	25%	2115	3,59%	14
Magdalena	29867	29797	37,50%	69,20%	25%	1933	3,28%	13
Lince	26654	26370	36,82%	69,20%	25%	1680	2,85%	11
Barranco	16092	15910	35,95%	25,40%	25%	363	0,62%	2
San Miguel	72476	73249	38,36%	69,20%	25%	4861	8,26%	32
San Luis	29727	29826	38,07%	69,20%	25%	1964	3,34%	13
Surquillo	50658	50641	36,21%	69,20%	25%	3172	5,39%	21
Ate	323155	338882	37,05%	25,40%	25%	7973	13,54%	52
Breña	40011	39584	37,16%	25,40%	25%	934	1,59%	6
TOTAL						58883	100,00%	385

Nota: En la presente tabla se puede verificar, la población fémina de cada distrito, la población que tiene en el año "0" del proyecto, porcentaje de mujeres entre 25-50 años de edad, porcentaje de mujeres que pertenecen al NSE (A-, B), el total en el año 0, la cuota en cada distrito, y las encuestas realizadas en cada una de ellas.

Cuadro de población de mujeres, por edad, Nivel Socioeconómico, Condición y las encuestas a realizarse en cada distrito.

Entrevistas a profundidad.

Se realizaron tres entrevistas a profundidad a expertos conocedores del tema de la preparación de la cerveza artesanal y comercialización del mismo. Como hacer una cerveza artesanal con el maestro artesano quien nos dio a conocer como elaborar.

La primera entrevista se realizó el 16/08/2017 a Andrés Lefevre, Propietario de Barranco Bear Company. La entrevista sirvió para obtener información de la diversidad de cervezas artesanales, precio de sus productos y ver el tipo de clientes que tiene su empresa. Adicionalmente afirma que el proceso de elaboración de cerveza artesanal debe de cumplir con las normativas básicas establecidos por INDECOPI (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual).

La segunda entrevista en profundidad fue realizada el 19/08/2017 a la maestra Silvia De Torre Ayllon la cual nos proporcionó información sobre el proceso de la elaboración de la cerveza artesanal. Nos explicó que para preparar una cerveza artesanal de calidad se comienza por los insumos, tener tiempos exactos en cada proceso, temperaturas

adecuadas para cada tipo de cerveza que queramos producir y lo más importante mantener la limpieza de los equipos y accesorios para la preparación. Nos ofreció capacitarnos para poder preparar la cerveza artesanal la cual queremos producir y proporcionarnos recetas de su propiedad.

La tercera entrevista en profundidad fue realizada el 25/08/2017 a Yann Lemarie propietario de la cervecería artesanal NUEVO MUNDO. El cual nos explicó sobre la preparación, tipos de insumos y lo difícil que es mantenerse en competencia en el mercado.

Adicionalmente nos dio un recorrido por su planta ubicada en surquillo donde observamos las maquinarias necesarias para la preparación y los tiempos en cada proceso. Al tener estas tres entrevistas obtuvimos un mayor conocimiento de la preparación del producto, el tipo de público que consume la cerveza artesanal, el tipo de insumos y lo competitivo que es el mercado cervecero en el Perú.

Tabla 10.

Listado de entrevistas

Entrevistas	Fecha	Descripción
Barranco Bear Company (Barranco) Andrés Lefevre Propietario	16/08/2017	Degustar la cerveza artesanal por primera vez. Conocer como es la elaboración de una cerveza artesanal. Que tipos de cerveza vende.
Asociación de Cerveceros Artesanales (San Luis) Silvia De Torre Ayllon Maestra artesana	19/08/2017	Conocer el proceso de la elaboración de la cerveza artesanal. Tipo de público que consume dicha cerveza Capacitación para la elaboración de cerveza artesanal.
Cervecera Nuevo Mundo (Sede Surquillo) Yann Lemarie Propietario	25/08/2017	Conocer el proceso de elaboración de la cerveza artesanal. Tour guiado en su planta para conocer la elaboración sus cervezas. Tipos de cervezas que preparan.

Nota: Recolección de información de los especialistas. Adaptado de: Elaboracion propia.

Equipo necesario

- Molino de Malta
- Macerador (All grain o tipo heladerita)
- Hervidor
- Quemador (Hornalla)
- Termómetro
- Densímetro
- Probeta
- Enfriador de Mosto
- Rotate sprarging (lavador de grano)
- Fermentador
- Tapón
- Airlock
- Equipo para hacer sifón
- Balde Plástico
- Llenadora de Botellas
- Tapadora de Botellas

Agua

El primer paso sería filtrar el agua. Que no os engañen, salvo contadas excepciones y estilos clásicos elaborados en su lugar de origen, todos los cerveceros filtran el agua para después añadir sales y compuestos que garantizarán un producto óptimo y que se ajuste al estilo en concreto. No olvidemos que cada estilo de cerveza requiere de un tipo de agua diferente.

La Malta

Se muele el grano de malta. No se trata de hacer harina sino de romperlo en trozos pequeños y tratar de dejar la cáscara del grano intacta para que posteriormente pueda actuar de filtro natural después del proceso de maceración.

La Maceración

La maceración sirve para convertir los almidones de la malta en azúcares fermentables. Aquí cada maestro y cada receta tienen su secreto. Se puede decir que es uno de los pasos más complejos. Además, es aquí donde se define en gran medida el cuerpo y el sabor de la cerveza. Así pues, se mezcla el agua caliente con la malta molida. El tiempo

y la temperatura de la maceración serán determinantes para conseguir cuerpo en la cerveza, sabor a malta, la calidad de la espuma... las temperaturas pueden variar mucho de una receta a otra e incluso hay quienes hacen diferentes escalones de temperatura. Las temperaturas pueden variar entre los 50 y los 68°C y al final se suele subir la temperatura hasta unos 74°C. Los tiempos de maceración afectarán al resultado de la cerveza final.

Filtrado del mosto

Este es el paso en el que el mosto se separa de la malta una vez se han extraído los azúcares de este cereal. Este mosto se pasará directamente al siguiente paso que es la cocción.

Cocción del mosto

El tiempo de cocción mínimo es de una hora y en algunas cervezas se puede alargar incluso hasta las 3 o 4 horas. No obstante, se trata de estilos muy determinados. Por norma general entre una hora y hora y media de cocción. Es en este punto en el que se suele añadir el lúpulo. El lúpulo nos dará amargor y aroma. Cuanto más tiempo esté en contacto el lúpulo con el mosto, más amargor se extraerá; y para el aroma se suele echar el lúpulo en los 10 últimos minutos de la cocción e incluso cuando finaliza. La cocción se hace de forma vigorosa y permitiendo que se evapore el agua y facilitando que se desprendan compuestos que pueden dar lugar a sabores no deseados en la cerveza. Por eso es tan importante que el mosto hierva vigorosamente.

El enfriado

La cerveza se enfría rápidamente mediante intercambiadores de calor hasta la temperatura de fermentación. Para cervezas lager en torno a 8-10°C y para cervezas Ale entre 18-20°C, aunque hay estilos de cerveza que se fermentan a temperaturas algo más elevadas como estilos belgas clásicos, Saison.

Fermentación

Una vez enfriado el mosto se oxigena y se añade la levadura. Durante la fermentación se genera alcohol y CO₂. El tiempo de fermentación puede variar según el estilo y la graduación de la cerveza final. A más alcohol más tiempo de fermentación. Normalmente una cerveza puede estar entre 4 y 7 días fermentando. Posteriormente se deja un tiempo de maduración.

El Dry Hopping

Seguro que más de uno habrá escuchado alguna vez este concepto. Es una técnica que se utiliza habitualmente en estilos como IPA o American Pale Ale en el que se echa lúpulo después de la fermentación para dar un aporte extra de aroma a lúpulo a la cerveza. El tiempo de dry hopping puede variar según la técnica empleada. Lo normal suele ser una semana.

Envasado

Si la cerveza se ha fermentado en fermentadores isobáricos, es decir en los que es posible conservar parte del CO₂ producido durante la fermentación se enviará directamente a la envasadora y se colocará la chapa o tapón. La cerveza en este caso estaría lista para tomar. Si la cerveza se ha fermentado en fermentadores no isobáricos habrá liberado todo el carbónico durante la fermentación, por eso los cerveceros realizan una segunda fermentación en botella para que dé lugar al carbónico habitual en las cervezas. Así pues, añaden un poco de levadura nueva y un poco de mosto o algún tipo de azúcar como puede ser la dextrosa para conseguir esa segunda fermentación en la botella. Así deberá estar entre 7 y 14 días hasta completar este proceso. Posteriormente la cerveza ya estaría lista para consumir.

Maduración

Según el estilo es posible que se necesite cierto tiempo de maduración para que se estabilicen los sabores o para gane en complejidad. No obstante, la mayoría de las cervezas es mejor tomarlas frescas, es decir, recién envasadas y siempre conservarlas refrigeradas. Estilos como las lámbicas, Imperial Stout, Barley Wine, Belgian Strong Ale requieren muchas veces periodos de maduración más largos e incluso se pueden beneficiar de un periodo de envejecimiento. Siempre a temperaturas de bodega (12°C) lejos de la luz solar y en el caso de cervezas con corcho con cierto grado de humedad. Hay cervezas que incluso se envejecen en barricas de roble por periodos muy prolongados antes de su envasado. Y hasta aquí esta breve explicación de cómo se elabora la cerveza artesanal. Sin lugar a dudas existen muchas otras técnicas y procesos en los que no hemos entrado en detalle y cada estilo tiene sus peculiaridades a la hora de elaborarse.



Figura 14. Maestro cervecero, explicando el proceso de elaboración de cervezas artesanal y los primeros para el inicio del proceso.

Focus Group.

Tabla 11.

Tabulación de Focus Group (Edad y Nivel Socioeconómico)

Genero	Cantidad	Edad	NSE
Femenino	1	40	B
Femenino	1	39	B
Femenino	1	41	A
Femenino	1	41	A

Tabla 12.

Tabulación de Focus Group (Edad y Nivel Socioeconómico)

Genero	Cantidad	Edad	NSE
Femenino	1	27	B
Femenino	1	29	A
Femenino	1	30	B
Femenino	1	31	B
Femenino	1	35	A

Según encuesta de estudio (2017). Las mujeres mayores de 25 años se les pidió que cuenten sus preferencias sobre bebidas alcohólicas y donde suelen concurrir y consumirlas y con qué frecuencia lo hacen. En este focus se dio a degustar Sweetbeer y obteniendo una respuesta favorable por quienes la consumieron.



Figura 15. Envases de Sweetbeer, con logo de marca, en la versión inicial y versión final.



Figura 16. Envases de SweetBeer y copa servida, en degustacion en focus group.



Figura 17. Algunos de los integrantes del focus group

Encuestas.

El análisis cuantitativo realizado a 385 personas pertenecientes al NSE A Y B dio como resultados la siguiente información:

Pregunta N° 1, Genero, todas nuestras encuestas son dirigidas a mujeres por tanto el total de encuestas realizadas son para el género femenino.

De la pregunta N° 2, ¿Cuál es el lugar de residencia?, del total de los encuestados, en el distrito de surco, residen un total de 23.90, siendo la cantidad mayor de encuestados.

Tabla 13.

Resultado de lugar de procedencia en cantidades.

Etiquetas de fila	Residencia
Ate	52
Barranco	2
Breña	10
Jesus Maria	17
La Molina	42
Lince	11
Magdalena	13
Miraflores	21
Pueblo Libre	16
San Borja	29
San Isidro	14
San Luis	13
San Miguel	32
Surco	92
Surquillo	21
Total general	385

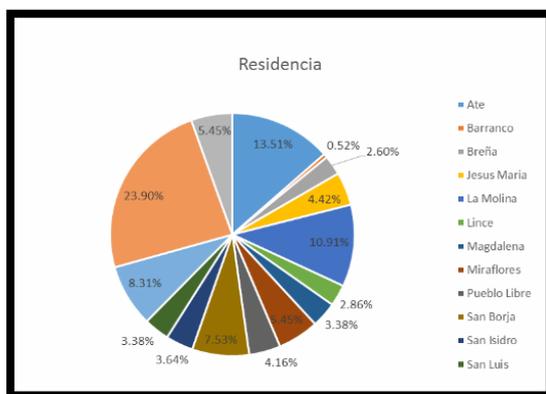


Figura 18. Resultado del lugar de residencia en porcentajes.

De la pregunta N° 3, ¿Rango de edad?, el rango de edad predominante del total de los encuestados, es de 30 a 34 años de edad con un total de 38.44%.

Tabla 14.

Resultado de rango de edad de los encuestados en cantidades.

Etiquetas de fila <input type="checkbox"/> Edad	
De 25 a 29	81
De 30 a 34	148
De 35 a 39	64
De 40 a 44	39
De 45 a 50	41
Más de 50	12
Total general	385

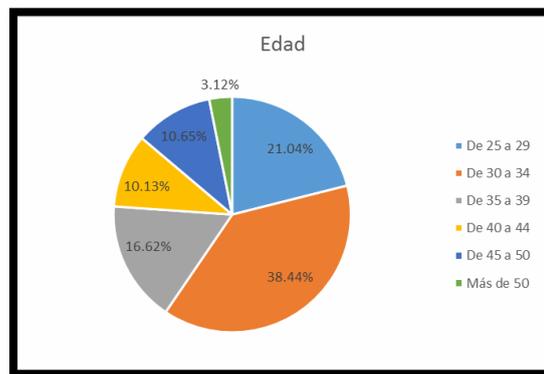


Figura 19. Resultado de rango de edad de los encuestados en porcentajes.

De la pregunta N° 4, ¿Cuál es el rango salarial?, de esta pregunta podemos destacar que el rango salarial esta desde S/. 3001 hasta S/. 4000.00 soles.

Tabla 15.

Resultado de rango salarial en cantidades.

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 4 Rango Salarial
De S/2001 a S/3000	217
De S/3001 a S/4000	79
De S/4001 a S/5000	48
De S/5001 a S/6000	18
De S/6001 a S/7000	16
De S/7001 a mas	7
Total general	385

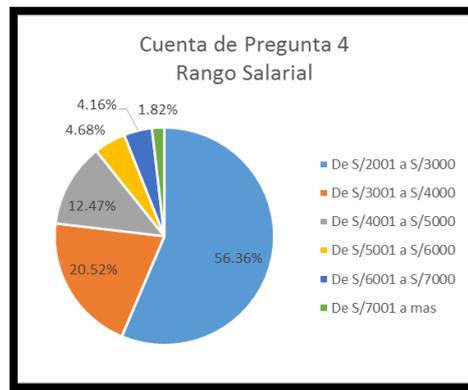


Figura 20. Resultado de rango salarial en porcentajes.

De la pregunta N° 5, ¿Consume licores?, un total del 97.92% de los encuestados respondió a la pregunta que SI consume licores como se puede visualizar líneas abajo.

Tabla 16.

Pregunta de encuesta.

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 5 Consume Licores
No	8
Si	377
Total general	385

Nota: Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿consume licores? En cantidades.

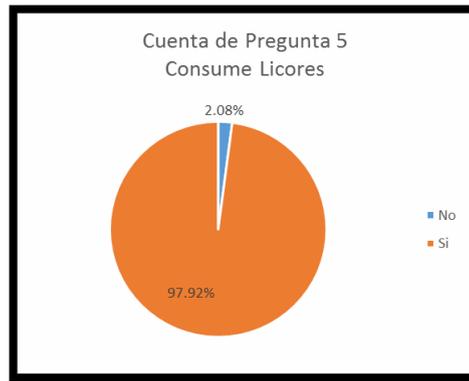


Figura 21. Resulta de la pregunta de la encuesta, ¿consume licores? En porcentajes.

De la pregunta N° 6, ¿Estaría dispuesto a consumir una cerveza artesanal con sabor frutado?, un total del 86.23% de los encuestados respondió a la pregunta que, Si consumiría, una cerveza artesanal con sabor frutado.

Tabla 17.

Pregunta de encuesta.

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 6 ¿Estaría dispuesto a consumir una cerveza artesanal con sabor frutado?
No	53
Si	332
Total general	385

Nota: Resultado de la pregunta de la encuesta, cantidad expresado en unidades.

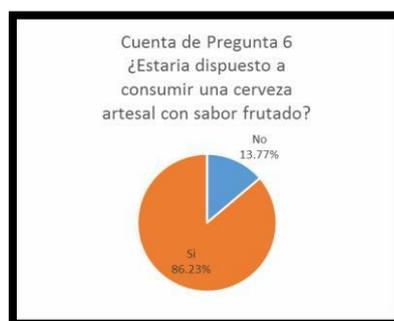


Figura 22. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Estaría dispuesto a consumir una cerveza artesanal con sabor frutado? En porcentajes.

De la pregunta N° 7, ¿Cuánto destina de su presupuesto para licor al mes?, un total del 31.43% de los encuestados respondió que destina entre S/. 101.00 a S/. 150.00, el cual sería en sector más resaltante seguidos de, 20.78% menos de S/.50.00, 18.44% entre S/.51.00 a S/.100.00.

Tabla 18.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 7 Cuanto destina de su presupuesto para Licor al mes
Entre S/101 a S/150	121
Entre S/151 a S/200	50
Entre S/201 a S/250	18
Entre S/251 a S/300	23
Entre S/51 a S/100	71
Más de S/301	14
Menos de S/50	80
Ningun presupuesto	8
Total general	385

Nota: ¿Cuánto destina de su presupuesto para licor al mes?, En cantidades.

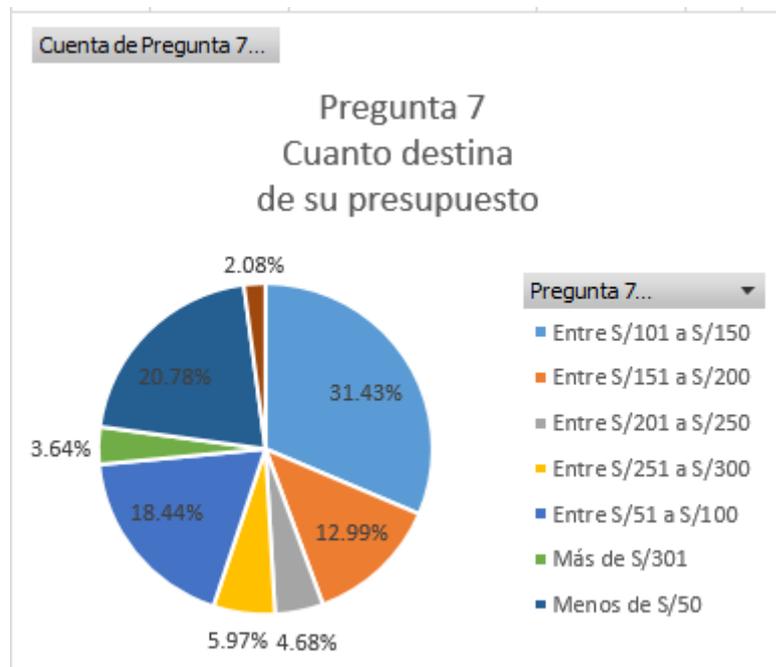


Figura 23. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Cuánto destina de su presupuesto para licor al mes?, En porcentajes.

De la pregunta N° 8, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, la estacionalidad más representante es verano obteniendo un 82.34% de preferencia de consumo, seguido por primavera con 70.13% de preferencia, otoño con 24.16% e invierno con 11.17%.

Tabla 19.

Pregunta de la encuesta.

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 8 VERANO
No	68
Si	317
Total general	385

Nota: Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de verano en cantidades.

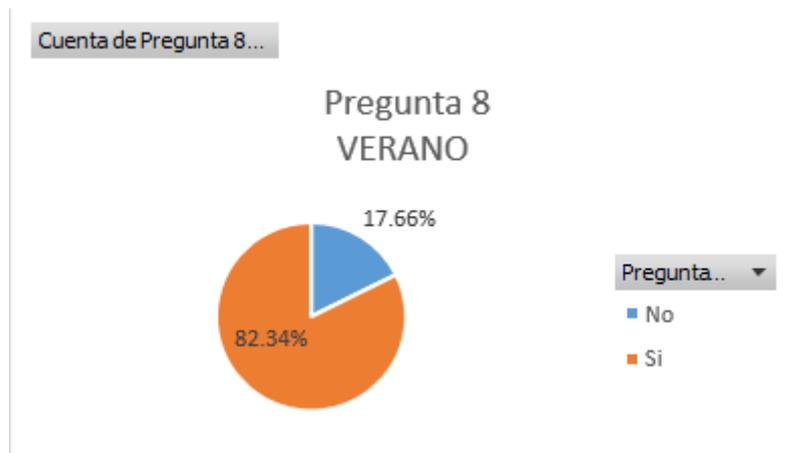


Figura 24. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de verano en porcentajes.

Tabla 20.

Resultado de pregunta de encuesta

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 8 PRIMAVERA
No	115
Si	270
Total general	385

Notas: Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de primavera en cantidades

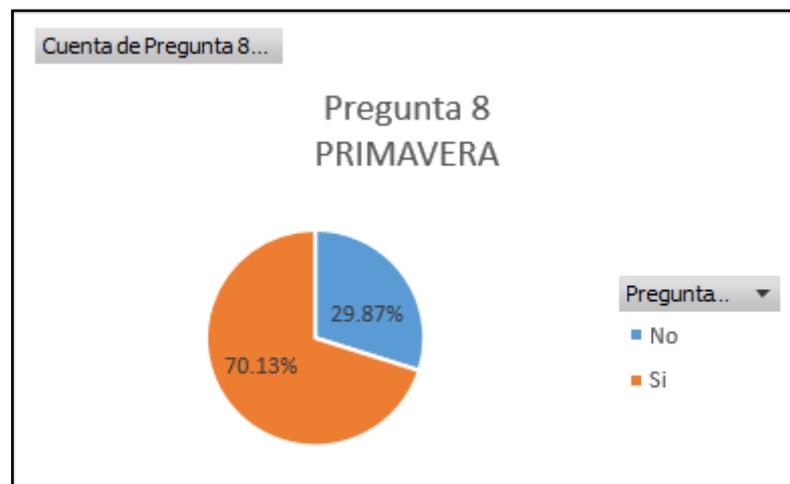


Figura 25. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de primavera en porcentajes.

Tabla 21.

Resultado de la pregunta de la encuesta

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 8 Otoño
No	292
Si	93
Total general	385

Nota: ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de otoño en cantidades.

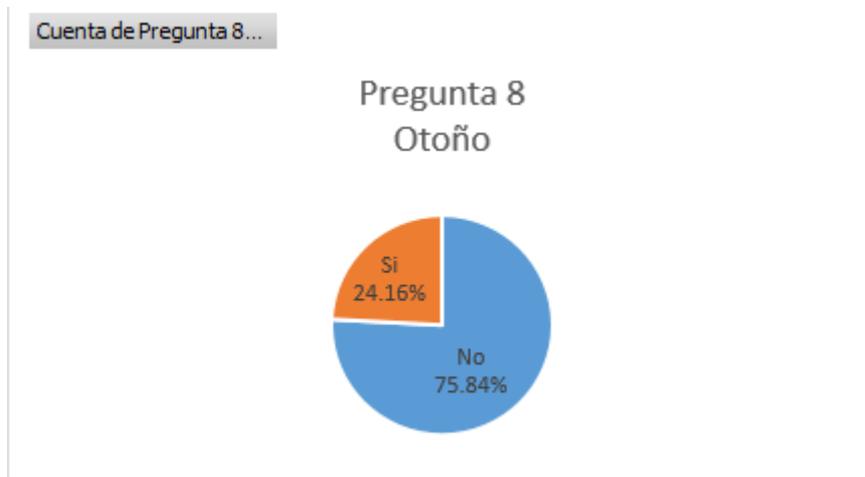


Figura 26. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de otoño en porcentajes.

Tabla 22.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Etiquetas de fila	Cuenta de Pregunta 8 Invierno
No	342
Si	43
Total general	385

Nota: ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de invierno en cantidades.

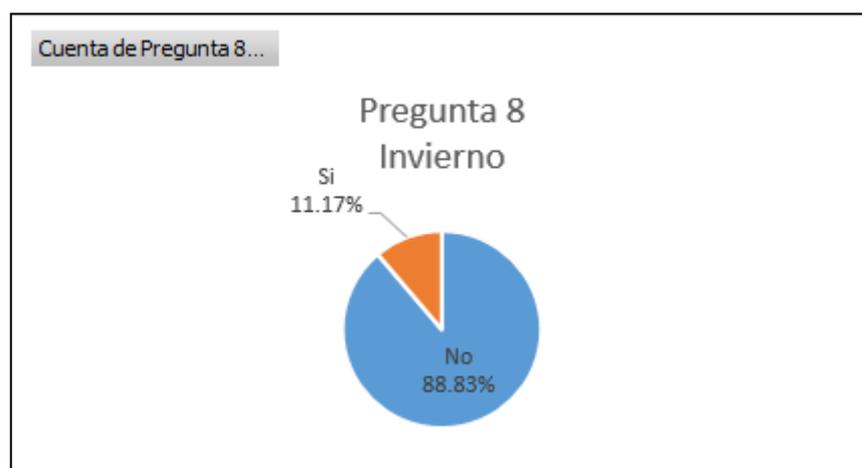


Figura 27. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué temporada prefiere consumir licores?, resultado de preferencia de invierno en porcentajes.

De la pregunta N° 9, ¿Qué tipo de licores consume? (puede marcar más de una opción), el vino es el licor preferido de las damas según lo encuestado logrando un 26.63% de aceptación, seguido muy de cerca por la cerveza que obtiene un porcentaje de 23.86% de preferencia.

Tabla 23.

Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Qué tipo de licores consume? resultado de preferencia en cantidades.

Pregunta 9	
¿Qué tipo de licores consume (puede marcar más de una opción)	
Vino	298
Cerveza	267
Wisky	164
Vodka	154
Tequila	106
Ron	67
Pisco	63

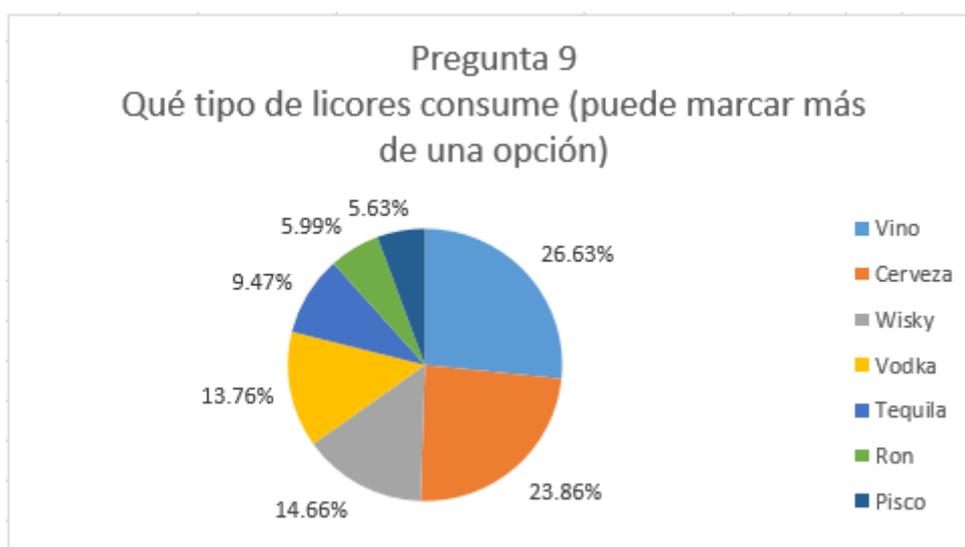


Figura 28. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Qué tipo de licores consume? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 10, ¿Que marca de licores consume? (puede marcar más de una opción), al ser vino el licor más representativo la marca preferida en nuestra encuesta es Queirolo obteniendo un 11.99% de aceptación seguido de cusqueña, Pilsen y corona con 10.59%, 9.71% y 9.71% respectivamente.

Tabla 24.

Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Que marca de licores consume? resultado de preferencia en cantidades.

Pregunta 10	
Que marca de licores consume (puede seleccionar varias opciones)	
Queirolo	274
Cusqueña	242
Pilsen	222
Corona	222
Cristal	212
4 Gallos	165
johnny Walker	150
Viña Vieja	150
Absolut	140
Vargas	136
Smirnoff	127
Jose Cuervo	106
Chivas	73
Havana Club	58
Ron Cartavio	9

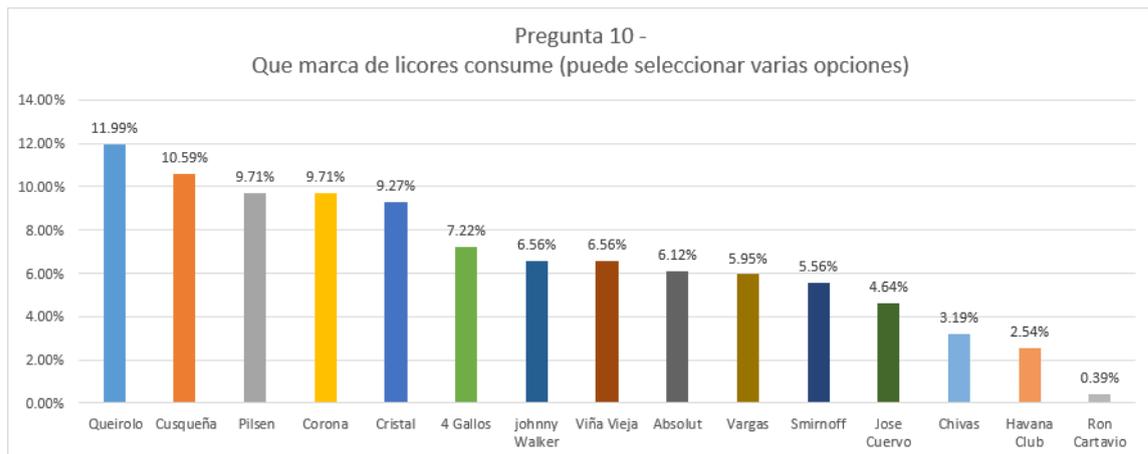


Figura 29. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Que marca de licores consume? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 11, ¿En qué Lugares consume licores? (puede marcar más de una opción), los Bares es el lugar preferido de nuestra encuestadas obteniendo un 43.58% de aprobación seguido de restaurantes, estaciones de servicio y tambo que lograron obtener 24.39%, 18.61% y 13.42% respectivamente.

Tabla 25.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Pregunta 11	
En qué Lugares consume licores (puede seleccionar varias opciones)	
Bares	302
Restaurantes	169
Estaciones de servicio	129
Tambo	93

Nota: ¿En qué Lugares consume licores? resultado de preferencia en cantidad.

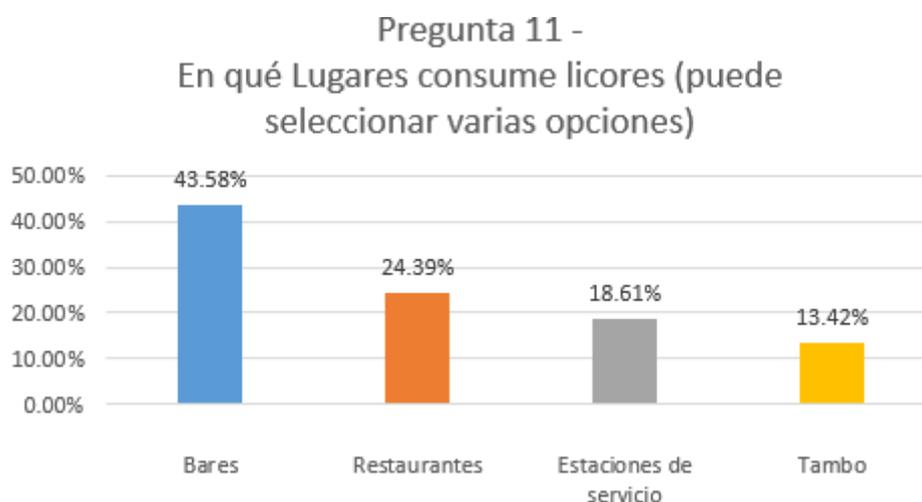


Figura 30. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué Lugares consume licores? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 12, ¿En qué medios se entera acerca de sus marcas favoritas de licor? (puede marcar más de una opción), Según nuestras encuestas se puede considerar 2 opciones importantes elegidas por nuestras encuestadas ya que cuentan con poco margen entre ellas, estas son redes sociales y TV con 28.48% y 27.91% respectivamente.

Tabla 26.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Pregunta 12	
En que medios se entera acerca de sus marcas favoritas de licor	
Redes sociales	303
TV	297
Paneles publicitarios	161
Periódico o revistas	132
Radio	101
Correo	70

Nota: ¿En qué medios se entera acerca de sus marcas favoritas de licor? resultado de preferencia en cantidad.

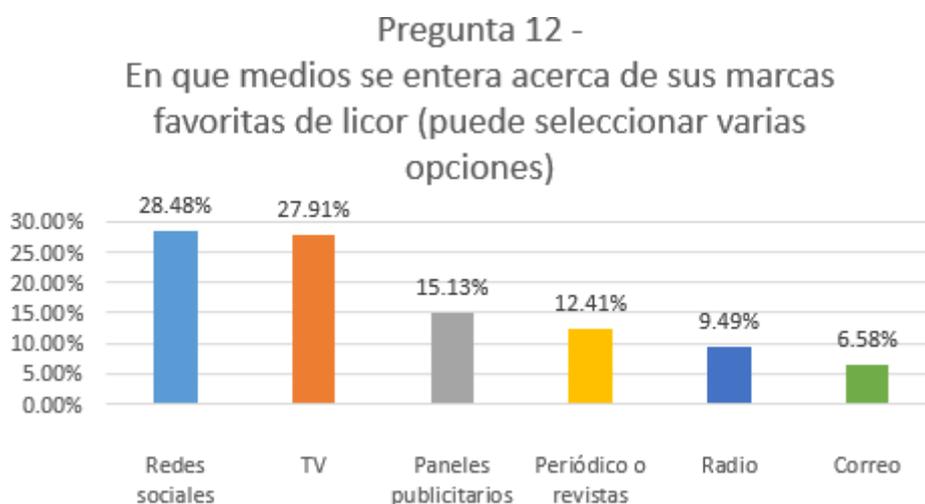


Figura 31. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué medios se entera acerca de sus marcas favoritas de licor? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 13, ¿Con que frecuencia al mes consume licores? Obtenemos que un 50% consume 1 o 2 veces al mes y es nuestro sector más representativo.

Tabla 27.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Con que frecuencia al mes consume licores	CANTIDAD
1 a 2 veces al mes	166
Difícilmente una vez al mes	75
5 a 6 veces al mes	30
3 a 4 veces al mes	29
7 a 8 veces al mes	18
Más de 5/301	8
más de 8 veces al mes	6

Nota: ¿Con que frecuencia al mes consume licores? Resultado de preferencia en unidades.

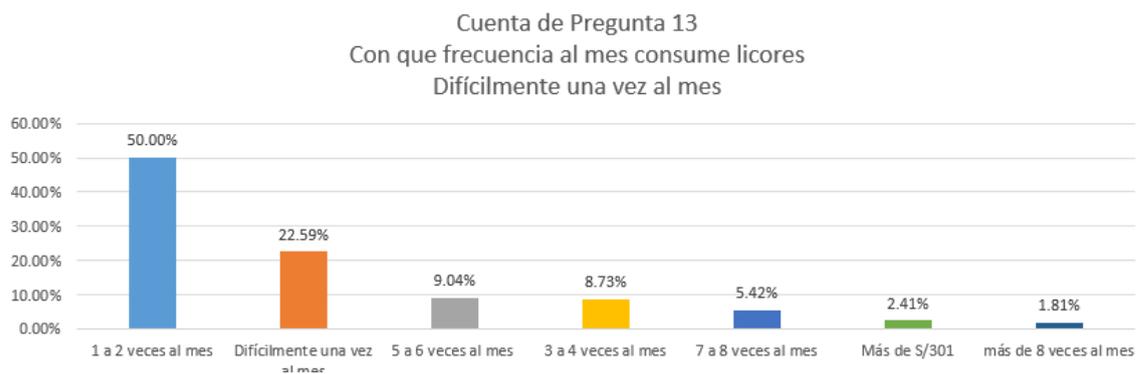


Figura 32. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Con que frecuencia al mes consume licores? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 14, ¿Has consumido cerveza artesanal? Obtuvimos un 50.91% que consumió cerveza artesanal contra 49.09% que no ha consumido.

Tabla 28.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Etiquetas de fila	Cuenta de pregunta 14 Ha consumido cerveza artesanal
No	189
Si	196
Total general	385

Nota: ¿Has consumido cerveza artesanal? resultado de preferencia en cantidad.



Figura 33. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Has consumido cerveza artesanal? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 15, ¿Qué marca de cerveza artesanal a consumido? Entre las marcas más representativas de la ciudad están Barranco beer, Nuevo mundo, Barbarian y Candelaria obteniendo 41.09%, 23.02%, 21.53% y 13.12% respectivamente.

Tabla 29.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Pregunta 15	
¿Qué cerveza artesanal ha consumido?	
BARRANCO BEER	166
NUEVO MUNDO	93
BARBARIAN	87
CANDELARIA	53
OTROS	5

Nota: ¿Qué marca de cerveza artesanal a consumido?? resultado de preferencia en cantidad.

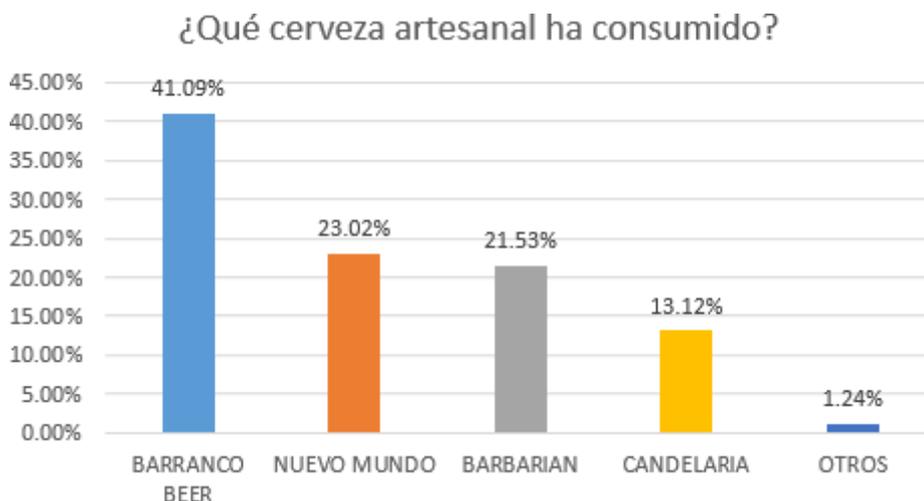


Figura 34. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Qué marca de cerveza artesanal a consumido? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 16, ¿Consumirías SweetBeer? De nuestras encuestadas obtuvimos que un 74.29% si están dispuestas con consumir SweetBeer.

Tabla 30.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

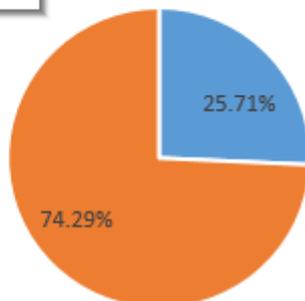
Etiquetas de fila		Cuenta de pregunta 16 Comprarias SWEETBEER
No		Serie "Total" F
Si		286
Total general		385

Nota: ¿Consumirías SweetBeer? resultado de preferencia en cantidad.

Cuenta de pregunta 16...

Cuenta de pregunta 16 Comprarías SWEETBEER

o "Si" Etiqueta de datos



pregunta...

- No
- Si

Figura 35. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Consumirías SweetBeer? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 17, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por SWEETBEER de 330 ml? Nuestro precio sugerido obtiene el mayor porcentaje con 60.14% de elección.

Tabla 31.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Cuenta de pregunta 17 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por SWEETBEER de 330 ml?	
S/21 a S/25	27
S/6 a S/10	48
S/11 a S/15	172
S/16 a S/20	24
S/26 a S/30	15

Nota: ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por SWEETBEER de 330 ml? resultado de preferencia en cantidad.

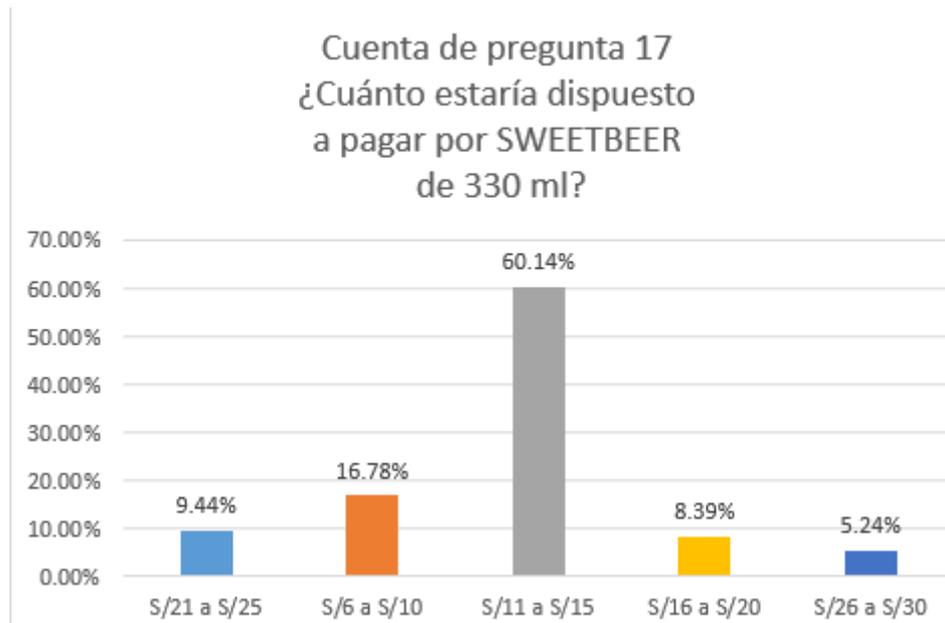


Figura 36. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por SWEETBEER de 330 ml? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 18, ¿En qué lugares preferiría comprar SWEETBEER? Obtuvimos que el lugar más importante donde nuestras encuestadas prefieren comprar es en los bares obteniendo 38.89% de preferencia.

Tabla 32.

Resultado de la pregunta de la encuesta.

Pregunta 18	
En qué Lugares preferiría comprar SWEETBEER	
(puede seleccionar varias opciones)	
	si
Bares	238
Estaciones de servicio	148
Restaurantes	138
Tambo	88

Nota: ¿En qué lugares preferiría comprar SWEETBEER? resultado de preferencia en cantidad.

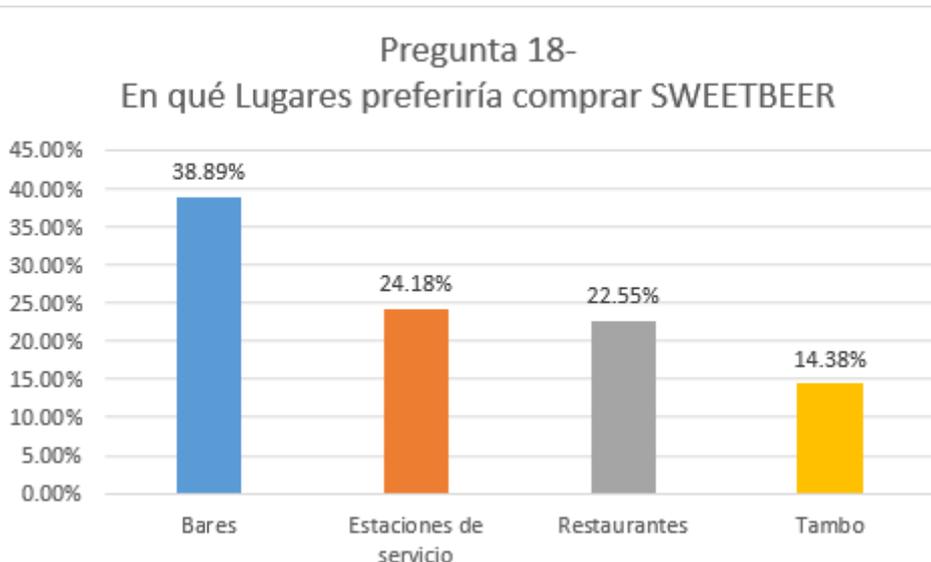


Figura 37. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué lugares preferiría comprar SWEETBEER? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 19, ¿Dónde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER? Mayoritariamente nuestras encuestadas prefieren acceder a información por medio de las redes sociales obteniendo 38.94% de preferencia seguido de TV con 21.63%.

Tabla 33.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

Pregunta 19 - Donde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER(puede seleccionar varias opciones)	
Redes sociales	257
TV	143
Radio	63
Paneles publicitarios	70
Correo	76
Periódico o revistas	51

Nota: ¿Dónde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER? resultado de preferencia en cantidad.

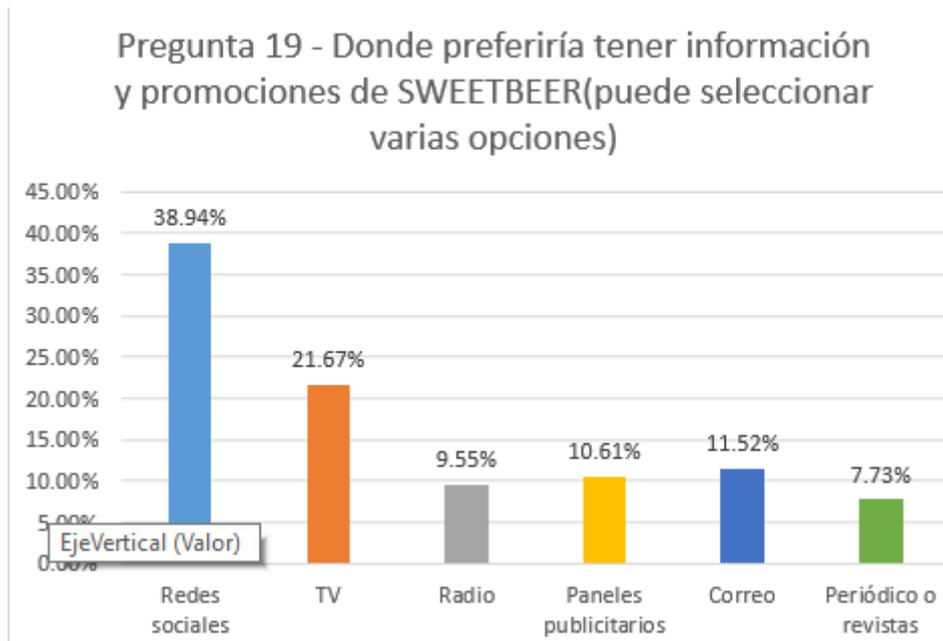


Figura 38. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Dónde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 20, ¿En qué estación del año disfrutarías SWEETBEER? Verano y primavera son las estaciones del año más demandadas para disfrutar SWEETBEER obteniendo 46.42% y 39.43% respectivamente.

Tabla 34.

Resultado de la pregunta de la encuesta.

Pregunta 20 - 39 (puede seleccionar varias opciones)	
VERANO	279
PRIMAVERA	237
Otoño	64
Invierno	21

Nota: ¿En qué estación del año disfrutarías SWEETBEER? resultado de preferencia en cantidad.

Pregunta 20 - En que estación del año disfrutarías SWEETBEER (puede seleccionar varias opciones)

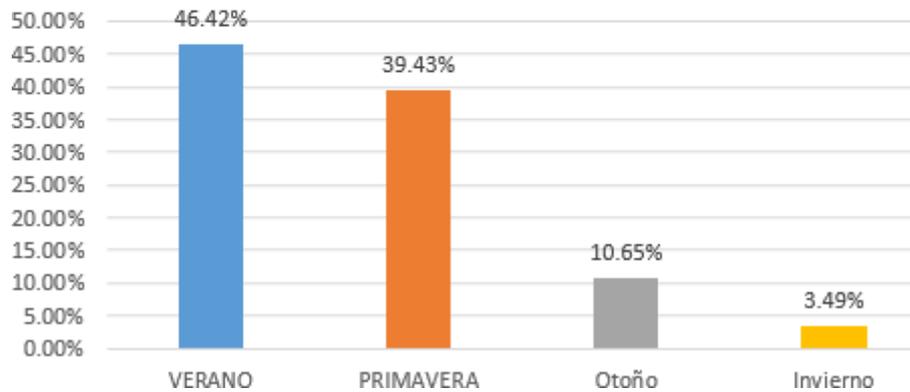


Figura 39. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿En qué estación del año disfrutarías SWEETBEER? resultado de preferencia en porcentaje.

De la pregunta N° 21, ¿Cuántas botellas de 330ml de SWEETBEER consumirías al mes? La respuesta con mayor aceptación es de 1 a 3 veces al mes obteniendo 81.12%.

Tabla 35.

Resultado de la pregunta de la encuesta,

	Pregunta 21
1 a 3 veces al mes	232
4 a 6 veces al mes	27
7 a 9 veces al mes	16
10 a 12 veces al mes	7
Más de 13 veces al mes	4

Nota: ¿Cuántas botellas de 330ml de SWEETBEER consumirías al mes? resultado de preferencia en cantidad.

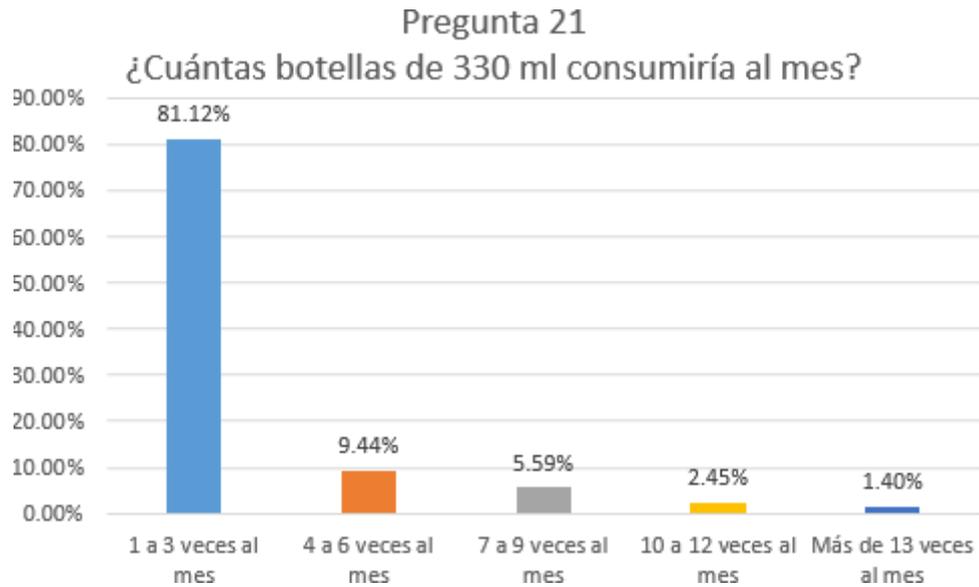


Figura 40. Resultado de la pregunta de la encuesta, ¿Cuántas botellas de 330ml de SWEETBEER consumirías al mes? resultado de preferencia en porcentaje.

4.2. Demanda y oferta Estimación del mercado potencial.

El mercado potencial se definirá como aquellas personas de NSE A y B que consumen cerveza artesanal en los distritos de La Molina, Surco, San Borja, Miraflores, San Isidro, Barranco, Miraflores, Breña, San Miguel, Jesús María, Magdalena, Lince, Ate, Surquillo y San Luis. La población femenina en dichos distritos que pertenecen a los sectores A y B son un total de 1, 084,307 personas.

El mercado potencial es la cantidad de mujeres por distrito luego de aplicar la segmentación de edades, estilo de vida moderno y NSE. El mercado potencial de los distritos de La Molina, Surco, San Borja, Miraflores, San Isidro, Barranco, Miraflores, Breña, San Miguel, Jesús María, Magdalena, Lince, Ate, Surquillo y San Luis es de 60,289 habitantes.

Tabla 36.

Mercado potencial, según la segmentación, desde el año 1 hasta el año 5.

TASA DE CRECIMIENTO POR DISTRITO				
DISTRITO	1981-1993	1993-2007	2007-2016	PROMEDIO
BARRANCO	-1.1	-1.3	-1	-1.13
Surco	3.1	2.6	2.7	2.80
La Molina	15	3.8	4.1	7.63
San Borja	4.9	0.4	0.5	1.93
Miraflores	-1.2	-0.2	-0.1	-0.50
Pueblo Libre	-1	0	0	-0.33
Jesus María	-2	0.1	2.5	0.20
San Isidro	-0.8	-0.6	-0.5	-0.63
Magdalena	-1	0.3	0	-0.23
Lince	-2	-0.9	-0.3	-1.07
San Miguel	1.4	0.7	1.1	1.07
San Luis	-0.3	0.8	0.5	0.33
Surquillo	-0.5	0.1	0.3	-0.03
Ate	7.4	4.2	3	4.87
Breña	-1.8	-0.7	-0.7	-1.07

Nota: Crecimiento poblacional por distrito de los sectores 6,7,8

Tabla 37.

Población proyectada para los 5 años.

POBLACION PROYECTADA						
DSITRITO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BARRANCO	15910	15729	15551	15375	15201	15028
Surco	191882	197255	202778	208456	214293	220293
La Molina	100046	107683	115903	124750	134273	144522
San Borja	61498	62687	63899	65135	66394	67678
Miraflores	45282	45056	44831	44607	44384	44162
Pueblo Libre	39981	39848	39715	39583	39451	39319
Jesus María	39423	39502	39581	39660	39739	39818
San Isidro	30564	30371	30178	29987	29797	29609
Magdalena	29797	29728	29658	29589	29520	29451
Lince	26370	26088	25810	25535	25262	24993
San Miguel	73249	74030	74820	75618	76425	77240
San Luis	29826	29926	30025	30125	30226	30327
Surquillo	50641	50624	50607	50590	50574	50557
Ate	338882	355374	372669	390806	409825	429770
Breña	39584	39162	38744	38331	37922	37518
TOTAL	1112937	1143064	1174771	1208147	1243284	1280284

Nota: Estimación del crecimiento de la población por distrito. Adaptado de "Compendio estadístico lima metropolitana 2017"

Tabla 38. (Continuación)

Mercado potencial para el año 1.

MERCADO POTENCIAL AÑO 1						
DSITRITO	POBLACION FEMENINA AÑO 1	EDAD ENTRE 25 -50 AÑOS	NSE A - B	ESTILO DE VIDA MODERNO	MERCADO POTENCIAL	Participacion mercado Potencial
BARRANCO	15729	35.95%	25.40%	25%	359	1%
Surco	197255	39.18%	74.50%	25%	14394	24%
La Molina	107683	38.90%	74.50%	25%	7802	13%
San Borja	62687	38.36%	74.50%	25%	4479	7%
Miraflores	45056	38.07%	74.50%	25%	3195	5%
Pueblo Libre	39848	36.21%	69.20%	25%	2496	4%
Jesus María	39502	37.05%	69.20%	25%	2532	4%
San Isidro	30371	37.16%	74.50%	25%	2102	3%
Magdalena	29728	37.50%	69.20%	25%	1929	3%
Lince	26088	36.82%	69.20%	25%	1662	3%
San Miguel	74030	38.36%	69.20%	25%	4913	8%
San Luis	29926	38.07%	69.20%	25%	1971	3%
Surquillo	50624	36.21%	69.20%	25%	3171	5%
Ate	355374	37.05%	25.40%	25%	8361	14%
Breña	39162	37.16%	25.40%	25%	924	2%
TOTAL					60289	100%

Nota: Mercado segmentado por zonas y expresados en unidades

Tabla 39. –

Mercado potencial para el año 2.

MERCADO POTENCIAL AÑO 2						
DSITRITO	POBLACION FEMENINA AÑO 2	EDAD ENTRE 25 -50 AÑOS	NSE A - B	ESTILO DE VIDA MODERNO	MERCADO POTENCIAL	Participacion mercado Potencial
BARRANCO	15551	35.95%	25.40%	25%	355	1%
Surco	202778	39.18%	74.50%	25%	14797	24%
La Molina	115903	38.90%	74.50%	25%	8397	14%
San Borja	63899	38.36%	74.50%	25%	4565	7%
Miraflores	44831	38.07%	74.50%	25%	3179	5%
Pueblo Libre	39715	36.21%	69.20%	25%	2488	4%
Jesus Maria	39581	37.05%	69.20%	25%	2537	4%
San Isidro	30178	37.16%	74.50%	25%	2089	3%
Magdalena	29658	37.50%	69.20%	25%	1924	3%
Lince	25810	36.82%	69.20%	25%	1644	3%
San Miguel	74820	38.36%	69.20%	25%	4965	8%
San Luis	30025	38.07%	69.20%	25%	1977	3%
Surquillo	50607	36.21%	69.20%	25%	3170	5%
Ate	372669	37.05%	25.40%	25%	8768	14%
Breña	38744	37.16%	25.40%	25%	914	1%
TOTAL					61770	100%

Nota: Mercado segmentado por zonas y expresados en unidades.

Tabla 40.

Mercado potencial para el año 3.

MERCADO POTENCIAL AÑO 3						
DSITRITO	POBLACION FEMENINA AÑO 3	EDAD ENTRE 25 -50 AÑOS	NSE A - B	ESTILO DE VIDA MODERNO	MERCADO POTENCIAL	Participacion mercado Potencial
BARRANCO	15375	35.95%	25.40%	25%	351	1%
Surco	208456	39.18%	74.50%	25%	15212	24%
La Molina	124750	38.90%	74.50%	25%	9038	14%
San Borja	65135	38.36%	74.50%	25%	4654	7%
Miraflores	44607	38.07%	74.50%	25%	3163	5%
Pueblo Libre	39583	36.21%	69.20%	25%	2480	4%
Jesus María	39660	37.05%	69.20%	25%	2542	4%
San Isidro	29987	37.16%	74.50%	25%	2075	3%
Magdalena	29589	37.50%	69.20%	25%	1920	3%
Lince	25535	36.82%	69.20%	25%	1627	3%
San Miguel	75618	38.36%	69.20%	25%	5018	8%
San Luis	30125	38.07%	69.20%	25%	1984	3%
Surquillo	50590	36.21%	69.20%	25%	3169	5%
Ate	390806	37.05%	25.40%	25%	9194	15%
Breña	38331	37.16%	25.40%	25%	904	1%
TOTAL					63331	100%

Nota: Mercado segmentado por zonas y expresados en unidades.

Tabla 41.

Mercado potencial para el año 4.

MERCADO POTENCIAL AÑO 4						
DSITRITO	POBLACION FEMENINA AÑO 4	EDAD ENTRE 25 -50 AÑOS	NSE A - B	ESTILO DE VIDA MODERNO	MERCADO POTENCIAL	Participacion mercado Potencial
BARRANCO	15201	35.95%	25.40%	25%	347	1%
Surco	214293	39.18%	74.50%	25%	15638	24%
La Molina	134273	38.90%	74.50%	25%	9728	15%
San Borja	66394	38.36%	74.50%	25%	4744	7%
Miraflores	44384	38.07%	74.50%	25%	3147	5%
Pueblo Libre	39451	36.21%	69.20%	25%	2471	4%
Jesus María	39739	37.05%	69.20%	25%	2547	4%
San Isidro	29797	37.16%	74.50%	25%	2062	3%
Magdalena	29520	37.50%	69.20%	25%	1915	3%
Lince	25262	36.82%	69.20%	25%	1609	2%
San Miguel	76425	38.36%	69.20%	25%	5072	8%
San Luis	30226	38.07%	69.20%	25%	1991	3%
Surquillo	50574	36.21%	69.20%	25%	3168	5%
Ate	409825	37.05%	25.40%	25%	9642	15%
Breña	37922	37.16%	25.40%	25%	895	1%
TOTAL					64976	100%

Nota: Mercado segmentado por zonas y expresados en unidades.

Tabla 42.

Mercado potencial para el año 5.

MERCADO POTENCIAL AÑO 5						
DSITRITO	POBLACION FEMENINA AÑO 5	EDAD ENTRE 25 -50 AÑOS	NSE A - B	ESTILO DE VIDA MODERNO	MERCADO POTENCIAL	Participacion mercado Potencial
BARRANCO	15028	35.95%	25.40%	25%	343	1%
Surco	220293	39.18%	74.50%	25%	16075	24%
La Molina	144522	38.90%	74.50%	25%	10471	16%
San Borja	67678	38.36%	74.50%	25%	4835	7%
Miraflores	44162	38.07%	74.50%	25%	3131	5%
Pueblo Libre	39319	36.21%	69.20%	25%	2463	4%
Jesus María	39818	37.05%	69.20%	25%	2552	4%
San Isidro	29609	37.16%	74.50%	25%	2049	3%
Magdalena	29451	37.50%	69.20%	25%	1911	3%
Lince	24993	36.82%	69.20%	25%	1592	2%
San Miguel	77240	38.36%	69.20%	25%	5126	8%
San Luis	30327	38.07%	69.20%	25%	1997	3%
Surquillo	50557	36.21%	69.20%	25%	3167	5%
Ate	429770	37.05%	25.40%	25%	10111	15%
Breña	37518	37.16%	25.40%	25%	885	1%
TOTAL					66710	100%

Nota: Mercado segmentado por zonas y expresados en unidades.

Tabla 43.

Tabla resumen del mercado potencial después de la segmentación.

Resumen Mercado Potencial				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
60289	61770	63331	64976	66710
2.46%				
5.05%				
7.77%				
10.65%				

Después de filtrar nuestra segmentación, podemos obtener la estimación de mercado potencial desde el año 1 (60289) hasta el año 5(66710)

Estimación del mercado disponible.

Para hallar el mercado disponible se necesita tener el porcentaje de dos preguntas que son: ¿Consume licores? Lo cual dio un 97.92% y la pregunta ¿Estaría dispuesto a consumir una cerveza artesanal con sabor frutado? Lo cual dio un 86.23%. Los dos porcentajes hallados de las preguntas se tienen que multiplicar, para dar un nuevo valor de 84.44% el cual servirá para hallar el mercado disponible.

El cálculo es: $60,289 * 0.8444 = 50,909$ habitante.

El mercado disponible está compuesto por mujeres que consumen alcohol y están dispuestas a consumir cerveza.

Tabla 44.

Resumen en porcentaje de las preguntas de la encuesta (%)

VARIABLES PARA MERCADO DISPONIBLE	
Pregunta 5 Consume Licores	97,92%
¿Estaría dispuesto a consumir una cerveza	86,23%
TASA	84,44%

Tabla 45.

Mercado disponible desde el año 1.

MERCADO DISPONIBLE AÑO 1			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	359	303	1%
Surco	14394	12155	24%
La Molina	7802	6588	13%
San Borja	4479	3782	7%
Miraflores	3195	2698	5%
Pueblo Libre	2496	2108	4%
Jesus Maria	2532	2138	4%
San Isidro	2102	1775	3%
Magdalena	1929	1629	3%
Lince	1662	1403	3%
San Miguel	4913	4149	8%
San Luis	1971	1664	3%
Surquillo	3171	2678	5%
Ate	8361	7060	14%
Breña	924	780	2%
TOTAL		50909	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 46.

Mercado disponible desde el año 2.

MERCADO DISPONIBLE AÑO 2			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	355	300	1%
Surco	14797	12495	24%
La Molina	8397	7091	14%
San Borja	4565	3855	7%
Miraflores	3179	2684	5%
Pueblo Libre	2488	2101	4%
Jesus María	2537	2142	4%
San Isidro	2089	1764	3%
Magdalena	1924	1625	3%
Lince	1644	1388	3%
San Miguel	4965	4193	8%
San Luis	1977	1670	3%
Surquillo	3170	2677	5%
Ate	8768	7404	14%
Breña	914	772	1%
TOTAL		52160	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 47.

Mercado disponible desde el año 3.

MERCADO DISPONIBLE AÑO 3			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	351	296	1%
Surco	15212	12845	24%
La Molina	9038	7632	14%
San Borja	4654	3930	7%
Miraflores	3163	2671	5%
Pueblo Libre	2480	2094	4%
Jesus María	2542	2147	4%
San Isidro	2075	1753	3%
Magdalena	1920	1621	3%
Lince	1627	1373	3%
San Miguel	5018	4237	8%
San Luis	1984	1675	3%
Surquillo	3169	2676	5%
Ate	9194	7764	15%
Breña	904	764	1%
TOTAL		53478	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 48.

Mercado disponible desde el año 4.

MERCADO DISPONIBLE AÑO 4			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	347	293	1%
Surco	15638	13205	24%
La Molina	9728	8215	15%
San Borja	4744	4006	7%
Miraflores	3147	2657	5%
Pueblo Libre	2471	2087	4%
Jesus Maria	2547	2151	4%
San Isidro	2062	1741	3%
Magdalena	1915	1617	3%
Lince	1609	1359	2%
San Miguel	5072	4283	8%
San Luis	1991	1681	3%
Surquillo	3168	2675	5%
Ate	9642	8142	15%
Breña	895	756	1%
TOTAL		54867	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 49.

Mercado disponible desde el año 5.

MERCADO DISPONIBLE AÑO 5			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA POTENCIAL	MERCADO DISPONIBLE	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	343	290	1%
Surco	16075	13574	24%
La Molina	10471	8842	16%
San Borja	4835	4083	7%
Miraflores	3131	2644	5%
Pueblo Libre	2463	2080	4%
Jesus Maria	2552	2155	4%
San Isidro	2049	1730	3%
Magdalena	1911	1613	3%
Lince	1592	1344	2%
San Miguel	5126	4328	8%
San Luis	1997	1687	3%
Surquillo	3167	2674	5%
Ate	10111	8538	15%
Breña	885	748	1%
TOTAL		56331	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 50.

Resumen del mercado disponible.

RESUMEN MERCADO DISPONIBLE				
Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
50909	52160	53478	54867	56331
	2.46%			
	5.05%			
	7.77%			
	10.65%			

Nota: Estimación del mercado disponible desde el año 0 hasta el año 5.

Estimación del mercado efectivo.

Para hallar el mercado efectivo se necesita tener el porcentaje de dos preguntas que son: ¿Consumirías SWEETBEER? Lo cual dio un 74.29% y la pregunta ¿cuánto pagaría por una SWEETBEER? Lo cual dio un 44.68%. Los dos porcentajes hallados de las preguntas se tienen que multiplicar, para dar un nuevo valor de 33.19% el cual servirá para hallar el mercado efectivo.

El cálculo es: $50,909 * 0.3319 = 16.895$ habitante.

Tabla 51.

Preguntas de la encuesta para la obtención del mercado efectivo en porcentajes.

VARIABLES PARA MERCADO EFECTIVO		
PREGUNTA 1	CONSUMIRIAS SWEET BEER	74,29%
PREGUNTA 2	CUANTO PAGARIA POR UNA SWEETBEER	44,68%
	TASA	33,19%

Tabla 52.

Cuadro de resultados desde el año 1

MERCADO EFECTIVO AÑO 1			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	303	101	1%
Surco	12155	4034	24%
La Molina	6588	2186	13%
San Borja	3782	1255	7%
Miraflores	2698	895	5%
Pueblo Libre	2108	700	4%
Jesus Maria	2138	710	4%
San Isidro	1775	589	3%
Magdalena	1629	540	3%
Lince	1403	466	3%
San Miguel	4149	1377	8%
San Luis	1664	552	3%
Surquillo	2678	889	5%
Ate	7060	2343	14%
Breña	780	259	2%
	TOTAL	16895	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 53.

Cuadro de resultados desde el año 2

MERCADO EFECTIVO AÑO 2			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	300	99	1%
Surco	12495	4147	24%
La Molina	7091	2353	14%
San Borja	3855	1279	7%
Miraflores	2684	891	5%
Pueblo Libre	2101	697	4%
Jesus Maria	2142	711	4%
San Isidro	1764	585	3%
Magdalena	1625	539	3%
Lince	1388	461	3%
San Miguel	4193	1391	8%
San Luis	1670	554	3%
Surquillo	2677	888	5%
Ate	7404	2457	14%
Breña	772	256	1%
TOTAL		17311	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 54.

Cuadro de resultados desde el año 3

MERCADO EFECTIVO AÑO 3			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	296	98	1%
Surco	12845	4263	24%
La Molina	7632	2533	14%
San Borja	3930	1304	7%
Miraflores	2671	886	5%
Pueblo Libre	2094	695	4%
Jesus Maria	2147	712	4%
San Isidro	1753	582	3%
Magdalena	1621	538	3%
Lince	1373	456	3%
San Miguel	4237	1406	8%
San Luis	1675	556	3%
Surquillo	2676	888	5%
Ate	7764	2577	15%
Breña	764	253	1%
TOTAL		17748	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 55.

Cuadro de resultados desde el año 4

MERCADO EFECTIVO AÑO 4			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	293	97	1%
Surco	13205	4382	24%
La Molina	8215	2726	15%
San Borja	4006	1329	7%
Miraflores	2657	882	5%
Pueblo Libre	2087	693	4%
Jesus Maria	2151	714	4%
San Isidro	1741	578	3%
Magdalena	1617	537	3%
Lince	1359	451	2%
San Miguel	4283	1421	8%
San Luis	1681	558	3%
Surquillo	2675	888	5%
Ate	8142	2702	15%
Breña	756	251	1%
TOTAL		18209	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto

Tabla 56.

Cuadro de resultados desde el año 5

MERCADO EFECTIVO AÑO 5			
DSITRITO	POBLACION FEMENINA DISPONIBLE	MERCADO EFECTIVO	PARTICIPACIÓN MERCADO DISPONIBLE
BARRANCO	290	96	1%
Surco	13574	4505	24%
La Molina	8842	2934	16%
San Borja	4083	1355	7%
Miraflores	2644	878	5%
Pueblo Libre	2080	690	4%
Jesus Maria	2155	715	4%
San Isidro	1730	574	3%
Magdalena	1613	535	3%
Lince	1344	446	2%
San Miguel	4328	1436	8%
San Luis	1687	560	3%
Surquillo	2674	888	5%
Ate	8538	2834	15%
Breña	748	248	1%
TOTAL		18695	100%

Nota: Después de realizar el cálculo, obtuvimos cual es el mercado interesado en el producto.

Tabla 57.

Cuadro resumen del mercado efectivo

RESUMEN MERCADO EFECTIVO				
AÑO 1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
16895	17311	17748	18209	18695
2.46%				
5.05%				
7.77%				
10.65%				

Nota: Estimación del mercado efectivo desde el año 0 hasta el año 5.

Estimación del mercado objetivo.

Para hallar nuestro mercado objetivo debemos tener participación del mercado y crecimiento anual. Nuestra de participación de mercado será de 15% y el crecimiento de 2%, estos valores son necesario para calcular el mercado objetivo.

La operación de realiza de esta forma:

Se multiplica el valor del mercado efectivo del año 1 con la participación del mercado es decir: $16.895 \times 0.15 = 2.534$, este el resultado del mercado efectivo del año 1.

Tabla 58.

Participación del producto en el mercado en porcentajes

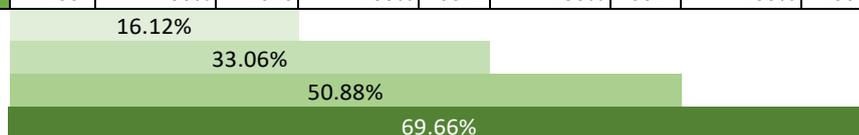
Participacion de mercado	15.00%
CRECIMIENTO	2.00%

Nota: se puede apreciar el 15% con el que Sweetbeer Ingresará al mercado y anualmente crecerá 2%.

Tabla 59.

Tabulación del mercado objetivo

	2018		2019		2020		2021		2022	
DSITRITO	15.0%	PARTICIP.	17.00%	PARTICIP.	#####	PARTICIP.	#####	PARTICIP.	#####	PARTICIP.
BARRANCO	15	1%	17	1%	19	1%	20	1%	22	1%
Surco	605	24%	705	24%	810	24%	920	24%	1036	24%
La Molina	328	13%	400	14%	481	14%	573	15%	675	16%
San Borja	188	7%	217	7%	248	7%	279	7%	312	7%
Miraflores	134	5%	151	5%	168	5%	185	5%	202	5%
Pueblo Libre	105	4%	119	4%	132	4%	145	4%	159	4%
Jesus Maria	106	4%	121	4%	135	4%	150	4%	165	4%
San Isidro	88	3%	100	3%	111	3%	121	3%	132	3%
Magdalena	81	3%	92	3%	102	3%	113	3%	123	3%
Lince	70	3%	78	3%	87	3%	95	2%	103	2%
San Miguel	207	8%	237	8%	267	8%	298	8%	330	8%
San Luis	83	3%	94	3%	106	3%	117	3%	129	3%
Surquillo	133	5%	151	5%	169	5%	186	5%	204	5%
Ate	351	14%	418	14%	490	15%	567	15%	652	15%
Breña	39	2%	44	1%	48	1%	53	1%	57	1%
TOTAL	2534	100%	2943	100%	3372	100%	3824	100%	4300	100%



Nota: Con el resultado de las encuestas se pudo estimar el mercado objetivo desde el año 1 hasta el año 5.

El cuadro resume de los diferentes mercados desde la segmentación, que es el mercado potencial hasta obtener nuestro mercado objetivo, que son nuestro segmento de encuestados que, si quieren, pueden y consumirán nuestro producto.

Tabla 60.

Resumen de los diferentes mercados

MERCADO	2018	2019	2020	2021	2022
POTENCIAL	60289	61770	63331	64976	66710
DISPONIBLE	50909	52160	53478	54867	56331
EFFECTIVO	16895	17311	17748	18209	18695
OBJETIVO	2534	2943	3372	3824	4300
	16.12%				
	33.06%				
	50.88%				
	69.66%				

Nota: segmentación global hasta obtener nuestro mercado objetivo

Frecuencia de compra.

Para hallar la frecuencia de compra se necesita tener el porcentaje de una pregunta que es: ¿Cuántas botellas de SWEETBEER 330ML consumirías al mes? En la siguiente tabla se muestra los resultados de la encuesta:

Tabla 61.

En la encuesta, opciones de la pregunta de frecuencia de compras.

FRECUENCIA DE COMPRA					
OPCIONES	CANTIDAD	%	CONSUMO	VECES AL AÑO	FRECUENCIA DE COMPRA
1 A 3 BOTELLAS AL MES	232	81%	2	24	19
4 A 6 BOTELLAS AL MES	27	9%	5	60	6
7 A 9 BOTELLAS AL MES	16	6%	8	96	5
10 A 12 BOTELLAS AL MES	7	2%	11	132	3
MAS DE 13 BOTELLAS AL M	4	1%	13	156	2
TOTAL	286	100%			36

En el cuadro de consumos es mensual y lo multiplican por 12 para calcular las botellas anuales. Para hallar la frecuencia de compra se multa la cantidad anual por el porcentaje de la encuesta hallada para cada opción, es decir para la primera opción es $81\% \times 24 = 19.44$. Se realiza lo mismo en las siguientes opciones y luego se hace una suma total que es 35.92 ósea 36 (ya que se redondeó). La frecuencia de compra es 36. Al multiplicar el mercado objetivo con frecuencia de compra es igual a la demanda total.

Tabla 62.

Pregunta de la encuesta, acerca de la frecuencia de compra.

VARIABLE DE FRECUENCIA DE COMPRA	
PREGUNTA	¿CUANTAS BOTELLAS DE SWEETBEER 330ML CONSUMIRIAS AL MES?

Pregunta de encuesta para determinar cuentas botellas de Sweetbeer consumiría al
mes

Tabla 63.

Resumen de la demanda total por año.

DEMANDA TOTAL POR AÑO					
DSITRITO	2018	2019	2020	2021	2022
BARRANCO	542	607	671	733	794
Surco	21732	25319	29090	33053	37214
La Molina	11779	14368	17285	20562	24240
San Borja	6762	7812	8899	10026	11194
Miraflores	4823	5439	6049	6652	7249
Pueblo Libre	3769	4257	4742	5224	5702
Jesus Maria	3823	4341	4861	5384	5908
San Isidro	3173	3574	3969	4359	4744
Magdalena	2912	3292	3671	4048	4423
Lince	2509	2813	3111	3401	3685
San Miguel	7417	8496	9597	10720	11866
San Luis	2976	3384	3794	4208	4624
Surquillo	4788	5424	6061	6696	7332
Ate	12623	15002	17583	20380	23407
Breña	1395	1564	1730	1891	2049
TOTAL	91023	105693	121113	137338	154432

Nota: Demanda en unidades por botella de 330 ml. por distrito y por año.

Cuantificación anual de la demanda.

Después del cálculo de la demanda desde el año 1 hasta el año 5, se pudo obtener, una demanda total de 154432 botellas para los 5 años.

Tabla 64.

Resumen de las ventas por canales, desde año "0" hasta "5"

RESUMEN DE VENTAS					
	2018	2019	2020	2021	2022
BAR	S/.253,978.23	S/.294,914.16	S/.337,937.57	S/.383,210.39	S/.430,907.38
RESTAURANT	S/.136,745.78	S/.158,786.31	S/.181,950.78	S/.206,326.36	S/.232,007.15
ESTACION DE SERVICIO	S/.180,498.33	S/.209,590.85	S/.240,166.92	S/.272,341.60	S/.306,239.10
MARKET TIPO TAMBO	S/.107,323.33	S/.124,621.59	S/.142,801.95	S/.161,932.84	S/.182,088.11
TOTAL	S/.678,545.67	S/.787,912.91	S/.902,857.22	S/.1,023,811.20	S/.1,151,241.74
TOTAL CON IGV	S/.800,683.89	S/.929,737.24	S/.1,065,371.52	S/.1,208,097.21	S/.1,358,465.25
	16.12%				
	33.06%				
	50.88%				
	69.66%				

Tabla 65.

Resumen de cantidades de botellas de 330 ml. por canales.

RESUMEN DE CANTIDADES					
	2018	2019	2020	2021	2022
BAR	35398	41103	47099	53409	60057
RESTAURANT	20525	23833	27310	30968	34823
ESTACION DE SERVICIO	22012	25560	29289	33212	37346
MARKET TIPO TAMBO	13088	15198	17415	19748	22206
TOTAL	91023	105693	121113	137338	154432

16.12%
33.06%
50.88%
69.66%

Nota: Cantidad de venta por canales desde el año "1" hasta el año "5"

Estacionalidad.

Para hallar la frecuencia de compra se necesita tener el porcentaje de una pregunta que es: ¿En qué estación del año consume SWEETBEER? En la siguiente tabla se muestra los resultados de la encuesta:

Tabla 66.

Pregunta de la encuesta, acerca de la estacionalidad.

VARIABLES	
PREGUNTA	Pregunta 20 En que estación del año disfrutarías SWEETBEER (puede seleccionar varias opciones)

Tabla 67.

Cuadros de resumen por estacionalidad, en cantidades y en porcentajes.

ESTACIONALIDAD		
ESTACION	CANTIDAD	%
VERANO	279	46%
OTOÑO	64	11%
INVIERNO	21	3%
PRIMAVERA	237	39%
TOTAL	601	100%

ESTACIONALIDAD POR AÑO				
AÑO	TRIMESTRE 1	TRIMESTRE 2	TRIMESTRE 3	TRIMESTRE 4
2018	26%	6%	18%	49.43%
2019	46%	11%	3%	39%
2020	46%	11%	3%	39%
2021	46%	11%	3%	39%
2022	46%	11%	3%	39%

Nota: Cuadro de resumen de estacionalidad por cada año.

Tabla 68.

Ventas totales por meses desde el año 1 hasta el año 5

VENTAS TOTALES POR MESES DE CADA AÑO					
MES	2018	2019	2020	2021	2022
ENERO	8017	16355	18741	21252	23897
FEBRERO	8017	16355	18741	21252	23897
MARZO	8017	16355	18741	21252	23897
ABRIL	1714	3752	4299	4875	5482
MAYO	1714	3752	4299	4875	5482
JUNIO	1714	3752	4299	4875	5482
JULIO	5611	1231	1411	1600	1799
AGOSTO	5611	1231	1411	1600	1799
SETIEMBRE	5611	1231	1411	1600	1799
OCTUBRE	14999	13893	15920	18053	20300
NOVIEMBRE	14999	13893	15920	18053	20300
DICIEMBRE	14999	13893	15920	18053	20300
TOTAL	91023	105693	121113	137338	154432

Nota: Las ventas están expresados en unidades.

Programa de Ventas en unidades y valorizado.

Para poder lograr el programa de ventas en unidades y valorizado, primero se tiene que saber cuáles son los canales más preferidos por los clientes con la siguiente pregunta ¿dónde le gustaría consumir SWEETBEER? La siguiente tabla muestra el resultado. Se realiza el cálculo de cuantos envases van a ser para cada canal, multiplicando cantidad total de mes por participación de cada canal.

Tabla 69.

Detalle de Venta en unidades,

CANALES	CANTIDAD
BAR	238
RESTAURANT	138
ESTACION DE SERVICIO	148
MARKET TIPO TAMBO	88
TOTAL	612

Tabla 70.

Resumen de ventas por cada año, valorizado en soles.

RESUMEN DE VENTAS				
2018	2019	2020	2021	2022
S/.800,683.89	S/.929,737.24	S/.1,065,371.52	S/.1,208,097.21	S/.1,358,465.25

Tabla de resumen de ventas por cada año de acuerdo al canal.

Para realizar el valorizado se tiene que tener el precio por canal. El siguiente cuadro se muestra los valores:

Tabla 71.

En la presente figura se puede apreciar el cálculo de precio por cada canal.

CANALES	MARGEN	IGV	precio con por canal
BAR	30%	18%	S/.7,18
RESTAURANT	35%	18%	S/.6,66
ESTACION DE SERVICIO	20%	18%	S/.8,20
MARKET TIPO TAMBO	20%	18%	S/.8,20

4.3. Mezcla de marketing

Producto.

SWEETBEER es una cerveza artesanal dulce con sabor a fruta de bajo amargor y bajo porcentaje de alcohol con sabor a berries y un color rojizo de la cerveza, por ser una cerveza artesanal no tiene antioxidantes ni conservantes que es dañino para la salud a largo plazo. Su presentación en un envase de vidrio oscuro con un diseño elegante, cuenta con el logo de la marca de color negro con dorado y eslogan que es “hecho para reinas” que se referencia a las mujeres independientes y tienen empoderamiento. Nuestro proceso de fabricación contara con los certificados de DIGESA lo cual garantice la calidad de nuestro producto y la sanidad en la fabricación. Nuestra marca está registrada en INDECOPI para evitar plagios,



Figura 41. Imagen de la botella con un vaso de Sweetbeer, lo que se puede apreciar en la imagen.

Precio.

Precios y márgenes del producto, dependerán a cual de mis canales venda mi producto.

Tabla 72.

Tabla se puede mostrar los márgenes por canal al igual que el precio por canal:

CANALES	MARGEN	precio por canal
BAR	30%	S/.7,18
RESTAURANT	35%	S/.6,66
ESTACION DE SERVICIO	20%	S/.8,20
MARKET TIPO TAMBO	20%	S/.8,20

Nota: precio de venta por canal

El precio de SWEETBEER será de S/. 12.50 al cliente final, el cual ha sido aceptado según nuestro análisis de mercado.

Plaza.

En el mercado existen diferentes canales de comercialización de bienes de consumo que permiten hacer llegar un producto al cliente. Sweetbeer utilizara cuatro canales para la venta de su producto, esta información se recaudó de las encuestas realizadas a nuestro marco muestral de la pregunta ¿Dónde te gustaría consumir SWEETBEER? El siguiente cuadro muestra los resultados:

Tabla 73.

Resultados de las encuestas nos indican que nuestro canal más rentable es los bares, seguido por las estaciones de servicio.

CANALES	CANTIDAD	PARTICIPACION
BAR	238	39%
RESTAURANT	138	23%
ESTACION DE SERVICIO	148	24%
MARKET TIPO TAMBO	88	14%
TOTAL	612	100%

Es por eso que la forma de distribución será hecha por la misma empresa. Así podremos tener mayor control sobre la distribución y comercialización y a la vez ahorraremos costos. Cubriremos efectivamente nuestro mercado objetivo ya que al ser pequeño no tendremos problemas para hacerlo.

Campaña de lanzamiento.

Degustaciones del producto

Se realizarán las degustaciones en las tiendas tipo tambo donde se instalarán puesto de degustación con finalidad de establecer una conexión con el consumidor, este suele quedar más satisfecho y potencialmente más inclinado a comprar el producto, para que conozca SWEETBEER y lo recomiende a sus amistades.

Publicidad del producto

Para el lanzamiento de nuestro producto se han elegido las siguientes formas de publicidad, esta información se ha recopilado de las encuestas realizadas como se ve en el siguiente cuadro:

Tabla 74.

Pregunta de encuesta de medios

Pregunta 19 - Donde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER(puede seleccionar varias opciones)	Cantidades	Porcentajes
Redes sociales	257	38.94%
Pregunta 19 TV	143	21.67%
Radio	63	9.55%
Paneles publicitarios	70	10.61%
Correo	76	11.52%
Periódico o revistas	51	7.73%
Total	660	100.00%

Donde se observa que las siguientes formas de publicidad son más elegidas entre los encuestados:

- Facebook

Se contratará a una empresa para que realice la publicidad mediante Facebook.



Figura 42. Publicidad a través de redes sociales.

- Correo masivo

Se contratará a una empresa que envíe correos masivos hacia nuestro público objetivo y tener actualizados a todos nuestros clientes sobre nuestras promociones y productos nuevos.



Figura 43. Publicidad a través de correos masivos.

- Paneles Publicitario

Se alquilar paneles publicitarios en puntos estratégicos de lima, donde se encuentre la mayor cantidad de restaurantes y locales de diversión.



Figura 44. Paneles publicitarios en avenidas principales.

La publicidad de nuestro producto comenzará desde el mes de diciembre con la finalidad de generar expectativa del producto se utilizará este canal como unas de las formas de llegar al público objetivo.

Los costos por los medios elegidos son:

Tabla 75.

Tabla de medios de publicidad

Medios de publicida	Duracion	Costos Unita	Cantidad	Costo Total Mensual
Facebook	1 día	S/.10.00	28	S/.280.00
Correos Masivos	1 semana	S/.50.00	4	S/.200.00
Paneles Publicitarios	1 mes	S/./2,000.00	10	S/./20,000.00

Y el costo en publicidad total del 2017 será de 24 190.00 soles

Tabla 76.

Tabla de costo de publicidad al año con IGV y sin IGV

Total de gastos por publicidad al año			Total de gastos por publicidad al año con IGV		
S/.	20.500,00		S/.	24.190,00	

Promoción para todos los años.

La constante publicidad favorece a la empresa al dar a conocer el producto a más personas por esta razón mantendremos Facebook constantemente, todos los años por su bajo costo, en cambio la publicidad en paneles solo se realizará en algunos casos, por tener un costo más elevado. En el siguiente cuadro se muestra la programación anual de publicidad:

Tabla 77.

Publicidad de acuerdo a meses y canales.

Meses	Facebook	Correos Mas	Paneles Publicitarios
Enero	1	1	1
Febrero	1	1	1
Marzo	1	0	0
Abril	1	1	1
Mayo	1	0	0
Junio	1	0	0
Julio	1	1	1
Agosto	1	0	0
Septiembre	1	0	0
Octubre	1	0	0
Noviembre	1	1	1
Diciembre	1	1	1
	S/.3.672,00	S/.1.224,00	S/.122.400,00

Tabla 78.

Gastos por publicidad mensual sin IGV.

	enero	febrero	marzo	abril	mayo	junio	julio	agosto	septiembre	octubre	noviembre	diciembre
Mantenimiento pagina web y facebook	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/.1.200,00	S/.1.200,00	S/.1.200,00	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00
Correo Masivo	S/. 200,00	S/. 200,00		S/. 200,00			S/. 200,00				S/. 200,00	S/. 200,00
Paneles publicitarios	S/. 10.000,00	S/. 10.000,00		S/. 10.000,00			S/.10.000,00				S/.10.000,00	S/.10.000,00
sin IGV	S/. 9.661,02	S/. 9.661,02	S/. 1.016,95	S/. 9.661,02	S/. 1.016,95	S/. 1.016,95	S/. 9.661,02	S/.1.016,95	S/.1.016,95	S/.1.016,95	S/. 9.661,02	S/. 9.661,02
Total	S/. 11.400,00	S/. 11.400,00	S/. 1.200,00	S/. 11.400,00	S/. 1.200,00	S/. 1.200,00	S/.11.400,00	S/.1.200,00	S/.1.200,00	S/.1.200,00	S/.11.400,00	S/.11.400,00

Tabla 79.

Gastos anuales en publicidad inc. IGV desde el año "0" hasta el año "5"

	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021	año 2022
Total sin IGV	S/. 165.762,71				
IGV	S/. 29.837,29				
Total con IGV	S/. 195.600,00				

5. Estudio Legal Y Organizacional

5.1. Estudio legal

Forma societaria

Actividades.

- La razón social de la empresa que se dedicará a la producción y venta de cerveza artesanal frutado con un toque dulce, en exclusivo para las damas es: **CERVEZA ARTESANAL DULCE SAC**. Y el nombre comercial con la cual se identificará con el público femenino que poco a poco irá ingresando al mercado y ganándose el posicionamiento en la mente de las féminas es SWEETBEER.
- Durante este procedimiento se realizó la verificación en la página web de la Superintendencia Nacional de los Registros Públicos en adelante SUNARP, dando como resultado de esta verificación la disponibilidad de la razón social y el nombre comercial, la cual se procederá a realizar la reserva respectiva de la misma para evitar que futuros emprendedores opten por utilizar un nombre similar al nuestro.
- Elaboración de la minuta estará a cargo de un notario público seleccionado por parte del área usuaria.
- Se realizará pagos por derechos notariales por escritura publica
- Costo de inscripción en la SUNARP, registro de la escritura pública.
- Copias literales de las partidas electrónicas, además de sus respectivas legalizaciones, para que pueda tener la validez necesaria para posteriores trámites.
- Luego tramitaremos el número de RUC en SUNAT.
- Afiliación de nuestro personal al PDP 601 planilla electrónica
- Solicitar certificación de normas de salubridad a DIGESA.
- Legalización de los libros contables
- Solicitar certificado de defensa civil.
- Solicitar licencia de funcionamiento de nuestra empresa a la municipalidad distrital de San Luis.

Nuestra empresa se dedicará a la elaboración y venta de cerveza artesanal con una producción anual 30,543 unidades anuales, y producirá en un único envase de 330 ml.

Valorización.

Elaboramos los gastos para formar nuestra empresa

Tabla 80.

Costos necesarios para la constitución de la empresa.

DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta
CONSTITUCION DE LA EMPRESA			
Certificado de Búsqueda - SUNARP	1	S/. 4.0	S/. 4.0
Pago de reserva de nombre ante la SUNARP	1	S/. 18.0	S/. 18.0
Pago por Elaboración de Minuta	1	S/. 300.0	S/. 300.0
Derechos Notariales (escritura pública)	1	S/. 600.0	S/. 600.0
Registro de escritura pública a SUNARP	1	S/. 90.0	S/. 90.0
Copia Literal de Partida Electrónica	1	S/. 25.0	S/. 25.0
Legalización de 3 Copias Literales	1	S/. 60.0	S/. 60.0
Costo de 2 millares de Hojas A4 para la Contabilidad	1	S/. 32.0	S/. 32.0
Legalización libros contables	1	S/. 120.0	S/. 120.0
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA			S/.1,249.00

Registro de marcas y patentes

Actividades.

Registro de nuestra marca ante INDECOPI, para ser reconocidos ante la sociedad y las otras empresas del mismo rubro y en general, con nuestra marca nos identificaremos como una empresa cervecera artesanal que cubre la necesidad de un público femenino que desee probar una cerveza baja en amargor y alcohol.

Los pasos que tenemos que seguir para registrar nuestras marcas:

- Búsqueda de antecedentes figurativos
- Búsqueda de antecedentes fonéticos
- Derechos para registrar la marca

Valorización.

Para registrar nuestra marca tenemos que cubrir los gastos por los derechos ante INDECOPI.

Tabla 81.

Cuadro de valorización de registro de marca

REGISTRO DE MARCAS O PATENTES			
Búsqueda fonética	1	S/. 31.00	S/. 31.00
Busqueda figurativa	1	S/. 38.46	S/. 38.46
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)	1	S/. 562.95	S/. 562.95
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)	1	S/. 549.05	S/. 549.05
Registro de Código de barras	1	S/. 423.73	S/. 423.73
Publicación en Diario El Peruano	3	S/. 22.27	S/. 66.81
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES			S/.1,672.00

Licencias y autorizaciones

Actividades.

Para poder echar en marcha la empresa tenemos que obtener la licencia de funcionamiento de nuestra planta.

Solicitar licencia de funcionamiento a la municipalidad distrital.

Solicitar licencia de funcionamiento a defensa.

Valorización.

Tabla 82.

Los gastos que tendremos que cubrir son los siguientes:

LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			
Local: Distrito de San Luis			
Licencia de Funcionamiento	1	S/. 160.00	S/. 160.00
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	1	S/. 706.00	S/. 706.00
Registro Sanitario	1	S/. 1,548.00	S/. 1,548.00
Defensa Civil	1	S/. 115.00	S/. 115.00
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			S/.,2,529.00

Legislación laboral

Los colaboradores de Sweetbeer tienen derecho a recibir su remuneración y percibir ingreso por el trabajo que realizan. Tienen derecho a 12 sueldos al año, 2 gratificaciones por fiestas patrias y fiestas navideñas respectivamente. Además, tiene derecho a una jornada laboral de 7 horas diarias o 48 semanales como máximo, la jornada podrá ser acumulativa si es que están sometidos a un aislamiento, en caso de laborar el excedente de las jornadas normales, Sweetbeer le pagara las horas extras de acuerdo a la ley peruana.

Los colaboradores de Sweetbeer, estarán dentro del régimen general laboral, ya que tendrán un descanso semanal y anual remunerado.

Actividades.

- **Administrador:** es el encargado de la organización de toda la empresa, así mismo es responsable de definir y revisar la producción y distribución del producto terminado a los diferentes canales de ventas, además es el encargado de verificar y adquirir la materia prima, en su defecto podrá asignar a un responsable de dicha actividad.
- **Supervisor de ventas:** Es el encargado de la planificación de las ventas de los productos terminados que serán entregados al cliente, además de verificar que canales, están en déficit y dar informe al administrador para su impulso.
- **Vendedores:** Es el encargado de la distribución del producto, asignado por el supervisor de ventas, además de asistirlo en todo momento.

- Chofer: Es el encargado del manejo y entrega del producto terminado a los respectivos canales de ventas, además de cumplir con la distribución entregada por el supervisor de ventas.
- Maestro cervecero: Es el encargado de la supervisión de la producción, además realizar el seguimiento, desde el inicio hasta el final, y en lo posible tratar de evitar cualquier falla durante el proceso productivo. Además de ser un personal clave, porque es el colaborador que tiene la receta, para la elaboración del producto.
- Operario de producción: es el colaborador que se encargara de asistir en todo momento al maestro cervecero, además es quien, en un futuro, sucederá al maestro cervecero en caso de ausencia o renuncia.

Valorización.

La planilla de nuestro personal para los 5 años haciende a: S/. 1, 130,137.20

RESUMEN	TOTAL SUELDOS	TOTAL CTS	TOTAL GRATIFICACIONES	TOTAL ESSALUD	TOTAL
ADMINISTRADOR	S/.185,100.00	S/.15,167.92	S/.33,626.50	S/.16,659.00	S/.250,553.42
VENDEDORES	S/.89,100.00	S/.6,317.92	S/.14,006.50	S/.6,939.00	S/.116,363.42
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.155,100.00	S/.10,251.25	S/.22,726.50	S/.11,259.00	S/.199,336.75
MAESTRO CERVECERO	S/.185,100.00	S/.15,425.00	S/.33,626.50	S/.16,659.00	S/.250,810.50
CHOFER	S/.77,100.00	S/.6,317.92	S/.14,006.50	S/.6,939.00	S/.104,363.42
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.154,200.00	S/.12,850.00	S/.28,013.00	S/.13,646.70	S/.208,709.70
TOTAL	S/.845,700.00	S/.66,330.00	S/.146,005.50	S/.72,101.70	S/.1,130,137.20

Legislación tributaria

Sweetbeer por ser una SAC, está obligado a realizar el pago del 30% del impuesto a la renta, que deber ser cancelado dentro de los 3 primeros meses del año siguiente, con respecto al Impuesto General a las Ventas (IGV), debe presentar el responsable la declaración jurada, sobre todas las operaciones del mes anterior, asimismo deben calcular el saldo a favor (Crédito fiscal), y si hubiese impuesto retenido alguno también se deberá incluirlo.

Actividades.

Ante SUNAT se deben realizar algunos pasos antes de poner en marcha la organización.

- Obtención del ruc
- Licencia de funcionamiento.
- Licencia de seguridad (Defensa civil)

Valorización.

El impuesto que estamos obligos a pagar por nuestras ventas anuales:

Tabla 83.

Impuesto sobre las ventas anuales

Periodo	Ventas anuales S/.	IGV S/.
2018	30543	5497,74
2019	39110	7039,80
2020	45451	8181,18
2021	53548	9638,64
2022	62096	11177,28
Total S/.		41534,64

Otros aspectos legales

Actividades.

Se tienen que asumir otros gastos como las licencias de funcionamiento y la autorización de defensa civil.

Valorización.

Los impuestos que estamos obligados a pagar por nuestros 5 años de funcionamientos hacienden a:

Tabla 84.

Gastos por licenciamiento de local.

Descripción	2018	2019	2020	2021	2022	Total S/.
Licencia de funcionamiento municipal	500,00	500,00	500,00	500,00	500,00	2500,00
Licencia de funcionamiento defensa civil	47,40	47,40	47,40	47,40	47,40	237,00
Total S/.						2737,00

Resumen del capítulo

La forma societaria de nuestra empresa será sociedad anónima cerrada, estará constituida por 5 accionistas donde cada uno poseerá el 20% de las acciones.

La marca se registrará en INDECOPI, así como el logo el eslogan y el nombre.

La legislación laboral elegida es la regular donde todos están registrados en la planilla de la empresa y contarán con todos los beneficios de ley. Así mismo contará con el licenciamiento y permiso para el funcionamiento

La empresa cuenta con las áreas de: Administración, Ventas y Producción, los cuales cuentan con personas que se hacen cargo de sus respectivas áreas.

5.2. Estudio organizacional

Organigrama funcional.

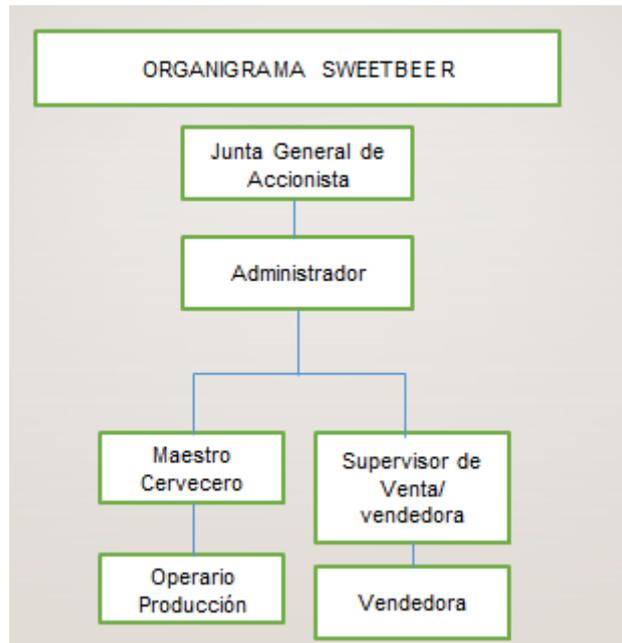


Figura 45. Organigrama de SweetBeer

Servicios tercerizados.

En Sweetbeer por ser una empresa relativamente chica se vio la necesidad de tercerizar algunos servicios como contabilidad, Transporte del producto final, y la limpieza de las áreas administrativas.

Descripción de puestos de trabajo.

Administrador de la empresa

Es el que se encargara de obtener los resultados por medio de las demás colaboradoras. El llevara todas las actividades necesarias para obtener las metas organizacionales planteadas. Así mismo se encargará de realizar el pago de los empleados y proveedores a través de los sistemas en línea para mayor facilidad.

Maestro Cerveceros

Es uno de los puestos más importantes ya que será el responsable de la calidad a producir de cerveza, es el encargado de escoger las materias primas, probar el sabor, crear recetas y el que realizara el control de calidad de la producción así mismo será el que ponga toda la experiencia para obtener el sabor deseado.

Operario de Producción

El colaborador deberá cumplir labores de envasado, pedidos, almacén limpieza en planta y apoyo en la fabricación de cerveza

Supervisora de Ventas y vendedora

- Encargado de preparar los pronósticos de venta
- Buscar y elegir los canales o más Canales de distribución.
- Elaborar planes promocionales, regalos, ofertas canjes, así como investigar y sugerir nuevos sabores y promociones.
- Estudiar y analizar las rutas de ventas convenientes y asignar los distritos a los vendedores.
- Crear un sistema de capacitación y adoctrinamiento de la fuerza laboral.
- Reclutamiento de vendedores.

Vendedores

- Venta del producto
- Establecer un nexo entre el cliente y la empresa comunicando la información importante.
- Retroalimentar a la empresa todo lo que sucede con el cliente, quejas, sugerencias, agradecimientos, reclamos.
- Asesoría y atención de clientes.
- Realizara cobranzas.

Almacenero

- Encargado de recepción de mercadería y registro y clasificación, así como el acomodo de estos.
- Registrar los movimientos de entradas y salidas de la mercadería, artículos de consumo y activo fijo, para el adecuado control de los bienes.
- Suministrar los materiales solicitados por las áreas.
- Participar en el levantamiento de inventarios.

Se encargará de apoyar las labores del administrador de empresas

- Apoyo directo al Administrador, en tareas de asistencia administrativa y relacionada con el puesto.
- Control y seguimiento de contratos administrativos, entre otros, impresoras multifuncionales, teléfonos móviles, asistentes técnicos, etc.
- Control y seguimiento de pólizas de seguros de vehículos, de equipo de cómputo, instalaciones, y otros
- Supervisión y realización de inventarios periódicos de control interno, en las áreas administrativas.
- Control de actividades de administración, por medio de informes estadísticos periódicos para las actividades de las áreas administrativas
- Coordinar información mensual de las áreas.

Descripción de actividades de los servicios tercerizados.

Contabilidad

Se terceriza el servicio el cual se encargará de:

- La parte contable de la empresa.
- La planilla de la empresa.
- Los estados financieros.
- Conciliación de las cuentas.
- Gestión de libros contables.
- Elaboración de reportes de gestión.
-

Limpieza

Este servicio está tercerizado debido a que no es necesario tener una persona en nuestra planilla para que realice dicho servicio y el área de limpieza solo será la parte administrativa de la empresa.

Transporte

El servicio de transporte de los productos terminados a los compradores se realizará a través de un tercero el cual usará una minivan para el transporte.

Aspectos laborales

Forma de contratación de puestos de trabajo y servicios tercerizados

Sweetbeer realizará el contrato de sus colaboradores por un plazo indefinido. Es decir, no tendrá una fecha de finalización. Todos los colaboradores se encontrarán en planilla y gozarán de todos los beneficios, pero estarán sujetos al cumplimiento de todos incisos estipulados en el contrato.

Sobre la tercerización de los servicios de contabilidad, limpieza y transporte estos se realizarán contratos iniciales por 6 meses los cuales variarán según la realización de estos.

Régimen laboral de puestos de trabajo.

Los puestos de trabajos de la empresa se regirán bajo el régimen laboral general donde todos los trabajadores estarán en planilla y gozarán de todos sus beneficios de ley como, CTS, vacaciones, asignación familiar, ESSALUD, gratificaciones.

Planilla para todos los años del proyecto.

Tabla 85.

Cuadro de la planilla de todos los años del proyecto, desde el año 1 hasta el año 5

Con una planilla que, para los meses de noviembre, diciembre del año cero es: S/. 21,605.33

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	MESES	SUELDO MENSUAL	BONO	ASIGNACION FAMILIAR	GRATIFICACION	ES SALUD	TOTAL PLANILLA
ADMINISTRADOR	Administrativa	G. Administración	1	1	S/.3,000.00	S/.0.00	S/.85.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.3,085.00
VENDEDORES	Ventas	G. Ventas	1	1	S/.1,200.00	S/.200.00	S/.85.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.1,485.00
SUPERVISADOR DE VENTAS	Ventas	G. Ventas	1	1	S/.2,000.00	S/.500.00	S/.85.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.2,585.00
MAESTRO CERVECERO	Producción	MOD	1	2	S/.3,000.00	S/.0.00	S/.85.00	S/.1,298.33	S/.270.00	S/.9,306.67
CHOFER	Producción	MOI	1	1	S/.1,200.00	S/.0.00	S/.85.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.1,285.00
OPERARIO DE PRODUCCION	Producción	MOD	1	2	S/.1,200.00	S/.0.00	S/.85.00	S/.536.33	S/.108.00	S/.3,858.67
TOTAL										S/.21,605.33

Tabla 86.

La planilla del primer año haciende: S/. 204,663.60

RESUMEN AÑO 2018	TOTAL SUELDOS	TOTAL CTS	TOTAL GRATIFICACIONES	TOTAL ESSALUD	TOTAL
ADMINISTRADOR	S/.37,020.00	S/.2,827.92	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.49,905.02
VENDEDORES	S/.17,820.00	S/.1,177.92	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.23,187.02
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.31,020.00	S/.1,911.25	S/.4,545.30	S/.2,251.80	S/.39,728.35
MAESTRO CERVECERO	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
CHOFER	S/.15,420.00	S/.1,177.92	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.20,787.02
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.15,420.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.20,894.10
TOTAL	S/.153,720.00	S/.11,465.00	S/.26,399.80	S/.13,078.80	S/.204,663.60

Nota: Gastos por concepto de planilla de la empresa en el año 1

Tabla 87.

La planilla del segundo año haciende: S/. 262,087.05

RESUMEN AÑO 2019	TOTAL SUELDOS	TOTAL CTS	TOTAL GRATIFICACIONES	TOTAL ESSALUD	TOTAL
ADMINISTRADOR	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
VENDEDORES	S/.17,820.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.23,294.10
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.31,020.00	S/.2,085.00	S/.4,545.30	S/.2,251.80	S/.39,902.10
MAESTRO CERVECERO	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
CHOFER	S/.15,420.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.20,894.10
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.30,840.00	S/.2,570.00	S/.5,602.60	S/.2,659.95	S/.41,672.55
TOTAL	S/.169,140.00	S/.13,395.00	S/.29,201.10	S/.14,350.95	S/.226,087.05

Nota: Gastos por concepto de planilla de la empresa en el año 2

Tabla 88.

La planilla del tercer año haciende: S/. 262,202.70

RESUMEN AÑO 2020	TOTAL SUELDOS	TOTAL CTS	TOTAL GRATIFICACIONES	TOTAL ESSALUD	TOTAL
ADMINISTRADOR	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
VENDEDORES	S/.17,820.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.23,294.10
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.31,020.00	S/.2,085.00	S/.4,545.30	S/.2,251.80	S/.39,902.10
MAESTRO CERVECERO	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
CHOFER	S/.15,420.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.20,894.10
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.30,840.00	S/.2,570.00	S/.5,602.60	S/.2,775.60	S/.41,788.20
TOTAL	S/.169,140.00	S/.13,395.00	S/.29,201.10	S/.14,466.60	S/.226,202.70

Nota: Gastos por concepto de planilla de la empresa en el año 3

Tabla 89.

La planilla para el cuarto año haciende: S/. 226,202.70,43

RESUMEN AÑO 2021	TOTAL SUELDOS	TOTAL CTS	TOTAL GRATIFICACIONES	TOTAL ESSALUD	TOTAL
ADMINISTRADOR	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
VENDEDORES	S/.17,820.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.23,294.10
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.31,020.00	S/.2,085.00	S/.4,545.30	S/.2,251.80	S/.39,902.10
MAESTRO CERVECERO	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
CHOFER	S/.15,420.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.20,894.10
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.30,840.00	S/.2,570.00	S/.5,602.60	S/.2,775.60	S/.41,788.20
TOTAL	S/.169,140.00	S/.13,395.00	S/.29,201.10	S/.14,466.60	S/.226,202.70

Nota: Gastos por concepto de planilla de la empresa en el año 4

Tabla 90.

La planilla para el quinto año haciende: S/. 246,981.15

RESUMEN AÑO 2022	TOTAL SUELDOS	TOTAL CTS	TOTAL GRATIFICACIONES	TOTAL ESSALUD	TOTAL
ADMINISTRADOR	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
VENDEDORES	S/.17,820.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.23,294.10
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.31,020.00	S/.2,085.00	S/.4,545.30	S/.2,251.80	S/.39,902.10
MAESTRO CERVECERO	S/.37,020.00	S/.3,085.00	S/.6,725.30	S/.3,331.80	S/.50,162.10
CHOFER	S/.15,420.00	S/.1,285.00	S/.2,801.30	S/.1,387.80	S/.20,894.10
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.46,260.00	S/.3,855.00	S/.8,403.90	S/.4,047.75	S/.62,566.65
TOTAL	S/.184,560.00	S/.14,680.00	S/.32,002.40	S/.15,738.75	S/.246,981.15

Nota: Gastos por concepto de planilla de la empresa en el año 5

Tabla 91.

Cuadro resumen de gastos por planilla

RESUMEN	TOTAL SUELDOS	TOTAL CTS	TOTAL GRATIFICACIONES	TOTAL ESSALUD	TOTAL
ADMINISTRADOR	S/.185,100.00	S/.15,167.92	S/.33,626.50	S/.16,659.00	S/.250,553.42
VENDEDORES	S/.89,100.00	S/.6,317.92	S/.14,006.50	S/.6,939.00	S/.116,363.42
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.155,100.00	S/.10,251.25	S/.22,726.50	S/.11,259.00	S/.199,336.75
MAESTRO CERVECERO	S/.185,100.00	S/.15,425.00	S/.33,626.50	S/.16,659.00	S/.250,810.50
CHOFER	S/.77,100.00	S/.6,317.92	S/.14,006.50	S/.6,939.00	S/.104,363.42
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.154,200.00	S/.12,850.00	S/.28,013.00	S/.13,646.70	S/.208,709.70
TOTAL	S/.845,700.00	S/.66,330.00	S/.146,005.50	S/.72,101.70	S/.1,130,137.20

Nota: Resumen de la planilla desde el año 1 hasta el año 5, que luego de realizado los cálculos nos da 1,130,137.20

Gastos por servicios tercerizados para todos los años del proyecto.

Tabla 92.

Cuadro de resumen de gastos por servicios tercerizados por Sweetbeer,

CARGO	AREA	TIPO DE COSTO Y GASTO	CANTIDAD	COSTO MENSUAL	IGV	COSTO SIN IGV (UNI)	TOTAL
CONTABILIDAD	Administrativa	G. Administración	1	S/. 500.00	S/. 76.27	S/. 423.73	S/. 423.73
LIMPIEZA	Ventas	G. Limpieza	1	S/. 900.00	S/. 137.29	S/. 762.71	S/. 762.71
						TOTAL	S/. 1,186.44
						IGV	S/. 213.56
						TOTAL (INC IGV)	S/. 1,400.00

Tabla 93.

Cuadro mensual de los gastos de servicios por sectores del año 1

AÑO 2018	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CONTABILIDAD	S/. 423.73	S/. 5,084.75											
LIMPIEZA	S/. 762.71	S/. 9,152.54											
												TOTAL	S/.14,237.29
												IGV	S/. 2,562.71
												TOTAL (IGV)	S/.16,800.00

Tabla 94.

Cuadro mensual de los gastos de servicios por sectores del año 2

AÑO 2019	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CONTABILIDAD	S/. 423.73	S/. 5,084.76											
LIMPIEZA	S/. 762.71	S/. 9,152.52											
												TOTAL	S/.14,237.28
												IGV	S/. 2,562.71
												TOTAL (IGV)	S/.16,799.99

Tabla 95.

Cuadro mensual de los gastos de servicios por sectores del año 3

AÑO 2020	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
CONTABILIDAD	S/. 423.73	S/. 5,084.76											
LIMPIEZA	S/. 762.71	S/. 9,152.52											
												TOTAL	S/.14,237.28
												IGV	S/. 2,562.71
												TOTAL (IGV)	S/.16,799.99

Tabla 96.

Cuadro mensual de los gastos de servicios por sectores del año 4

AÑO 2021	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
CONTABILIDAD	S/. 423.73	S/. 5,084.76												
LIMPIEZA	S/. 762.71	S/. 9,152.52												
													TOTAL	S/. 14,237.28
													IGV	S/. 2,562.71
													TOTAL (IGV)	S/. 16,799.99

Tabla 97.

Cuadro mensual de los gastos de servicios por sectores del año 5

AÑO 2022	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL	
CONTABILIDAD	S/. 423.73	S/. 5,084.76												
LIMPIEZA	S/. 762.71	S/. 9,152.52												
													TOTAL	S/. 14,237.28
													IGV	S/. 2,562.71
													TOTAL (IGV)	S/. 16,799.99

Horario de trabajo de puestos de trabajo.

Tabla 98.

Horario de trabajo de los colaboradores de Sweetbeer

CARGO	AREA	HORARIO
ADMINISTRADOR	Administrativa	LUNES-VIENES 08:00 A 18:30
VENDEDORES	Ventas	LUNES-VIENES 08:00 A 18:30
MAESTRO CERVECERO	Producción	LUNES-VIENES 08:00 A 18:30
ALMACENERO	Producción	LUNES-VIENES 08:00 A 18:30
OPERARIO DE PRODUCCION	Producción	LUNES-VIENES 08:00 A 18:30

6. Estudio técnico

6.1. Tamaño del proyecto

Capacidad instalada

Criterios.

Nuestro criterio para la capacidad instalada se basa en el proceso de fermentación que es el proceso crítico. El cual nos da al año 34320 unidades de botellas de Sweetbeer. Sweetbeer tiene la capacidad para el primer año por que para el segundo año sobrepasa la capacidad instalada.

Cálculos.

Tabla 99.

Calculo de la capacidad instalada, la capacidad instalada esta expresada en unidades.

MAQUINAS	CAPACIDAD INSTALADA
MOLINO(50 KILOS)	183040
CALDERA(325 litros)	108160
ENFRIADOR	3744000
FERMENTADOR	561600
EMBOTELLADORA ISOBARICO	1872000
ETIQUETADORA	1248000

Porcentaje de Utilización	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tamaño Instalado	108160	108160	108160	108160	108160

Capacidad utilizada

La capacidad utilizada es la capacidad que Sweetbeer utiliza para su producción requerida por su demanda.

Criterios.

Es la necesidad anual de producción utilizaremos de las maquinarias instaladas.

Cálculos.

Tabla 100.

Calculo de la capacidad instalada

Porcentaje de Utilización	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tamaño Utilizado	94625	112803	123700	139797	156831

Porcentaje de utilización de la capacidad instalada.

Tabla 101.

En el cuadro se puede visualizar, cual es el porcentaje de utilización.

Porcentaje de Utilización	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tamaño Utilizado	30543	39110	45451	53548	62096
Tamaño Instalado	34320	34320	34320	34320	34320
% de Utilización	89.00%	113.96%	132.43%	156.02%	180.93%

Capacidad máxima

Criterios.

Teniendo nuestro proceso de fermentación trabajando las 24 horas del día y los 365 días del año con esa calcula la capacidad máxima de la capacidad de fermentación.

Cálculos.

Tabla 102.

Capacidad máxima de planta de producción.

Porcentaje de Utilización	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tamaño Maximo	48048	48048	48048	48048	48048

Nota: En este cuadro se puede visualizar la capacidad máxima, que a ser utilizada por Sweetbeer, para la producción, pero es algo utópico

6.2. Procesos

Diagrama de flujo de proceso de producción.

Nuestro proceso de elaboración inicia por la selección de los ingredientes, filtrado del agua y pesado de los ingredientes sólidos, luego de hacer un proceso llega a la maceración. Luego continúa la fermentación, maduración y envasado, más detalle los mostramos en el siguiente gráfico.

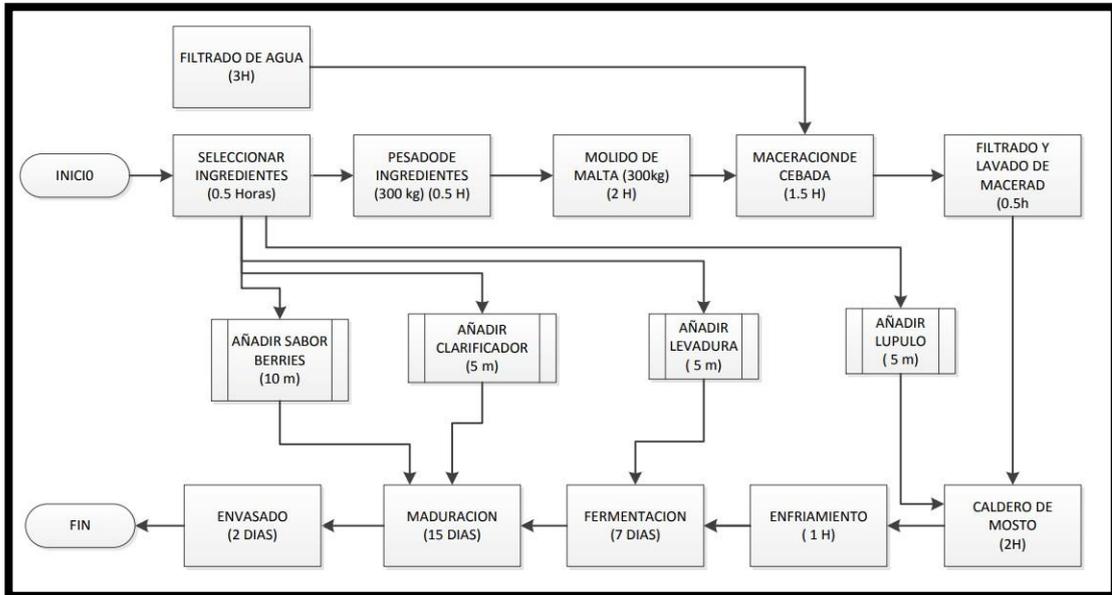


Figura 46. Procesos de producción de la cerveza artesanal son sabor a fruta, Sweetbeer.

Programa de producción.

Mostramos nuestro cuadro de programación de los 5 primeros años, donde conocemos las cantidades de materia prima e insumos que se necesitara en cada periodo.

Tabla 103.

Programa de producción del producto

	2018	2019	2020	2021	2022
CANTIDAD DE BOTELLAS	91023	105693	121113	137338	154432
% SAMPLING	3.00%	2.00%	1.00%	0.70%	0.50%
% MERMA	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%	0.50%
STOCK DE PT	5%	5%	5%	5%	5%

Detalle del Periodo 2018:

Tabla 104.

Programa de producción para el periodo 2018

AÑO 2018	%	Dic-17	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DEMANDA			8017	8017	8017	1714	1714	1714	5611	5611	5611	14999	14999	14999	91023
% SAMPLING	3.00%	450	241	241	241	51	51	51	168	168	168	450	450	450	2731
% MERMA	0.50%	4	40	40	40	9	9	9	28	28	28	75	75	75	455
Inventario FINAL PT	5.00%	401	401	401	86	86	86	281	281	281	750	750	750	818	4968
Inventario INICIAL PT			-401	-401	-401	-86	-86	-86	-281	-281	-281	-750	-750	-750	-4551
TOTAL DE UNIDADES		855	8297	8297	7982	1774	1774	1969	5808	5808	6277	15524	15524	15592	94625

Tabla 105.

Programa de producción para el periodo 2019

AÑO 2019	%	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DEMANDA		16355	16355	16355	3752	3752	3752	1231	1231	1231	13893	13893	13893	105693
% SAMPLING	2.00%	327	327	327	75	75	75	25	25	25	278	278	278	2114
% MERMA	0.50%	82	82	82	19	19	19	6	6	6	69	69	69	528
Inventario FINAL PT	5.00%	818	818	188	188	188	62	62	62	695	695	695	5285	9752
Inventario INICIAL PT		-818	-818	-818	-188	-188	-188	-62	-62	-62	-695	-695	-695	-5285
TOTAL DE UNIDADES		16764	16764	16134	3846	3846	3719	1262	1262	1895	14240	14240	18830	112803

Tabla 106.

Programa de producción para el periodo 2020

AÑO 2020	%	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DEMANDA		18741	18741	18741	4259	4259	4259	1414	1414	1414	15929	15929	15929	111119
% SAMPLING	1.00%	187	187	187	43	43	43	14	14	14	159	159	159	1211
% MERMA	0.50%	94	94	94	21	21	21	7	7	7	80	80	80	606
Inventario FINAL PT	5.00%	937	937	215	215	215	71	71	71	796	796	796	6056	11174
Inventario INICIAL PT		-5285	-937	-937	-215	-215	-215	-71	-71	-71	-796	-796	-796	-10403
TOTAL DE UNIDADES		14675	19022	18300	4364	4364	4219	1432	1432	2157	16159	16159	21418	123700

Tabla 107.

Programa de a producción para el periodo 2021

AÑO 2021	%	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DEMANDA		21252	21252	21252	4875	4875	4875	1600	1600	1600	18053	18053	18053	137338
% SAMPLING	0.70%	149	149	149	34	34	34	11	11	11	126	126	126	961
% MERMA	0.50%	106	106	106	24	24	24	8	8	8	90	90	90	687
Inventario FINAL PT	5.00%	1063	1063	244	244	244	80	80	80	903	903	903	6867	12671
Inventario INICIAL PT		-6056	-1063	-1063	-244	-244	-244	-80	-80	-80	-903	-903	-903	-11860
TOTAL DE UNIDADES		16514	21507	20688	4933	4933	4770	1619	1619	2441	18269	18269	24234	139797

Tabla 108.

Programa de producción para el periodo 2022

AÑO 2022	%	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
DEMANDA		23897	23897	23897	5482	5482	5482	1799	1799	1799	20500	20500	20500	154432
% SAMPLING	0.50%	119	119	119	27	27	27	9	9	9	101	101	101	772
% MERMA	0.50%	119	119	119	27	27	27	9	9	9	101	101	101	772
Inventario FINAL PT	5.00%	1195	1195	274	274	274	90	90	90	1015	1015	1015	7722	14248
Inventario INICIAL PT		-6867	-1195	-1195	-274	-274	-274	-90	-90	-90	-1015	-1015	-1015	-13394
TOTAL DE UNIDADES		18464	24136	23215	5537	5537	5352	1817	1817	2742	20503	20503	27209	156831

Necesidad de materias primas e insumos.

Los insumos que utilizaremos para la elaboración de la cerveza son:

Tabla 109.

Insumos para la elaboración de la cerveza artesanal Sweetbeer.

MATERIALES	UNIDAD	cantidad por botella de 330	CANTIDAD DE COMPRA	UNIDAD DE COMPRA	PRECIO
MALTA PALE ALE	gr	84	50	KG	S/.180.00
MALTA CRYSTAL	gr	9	50	KG	S/.200.00
MALTA DE TRIGO LAMINADO	gr	9	50	KG	S/.190.00
LÚPULO FUGLES	gr	2	25	KG	S/.4,490.00
AGUA	mililitros	3000	1	LITROS	S/.0.03
LEVADURA SAFALE	gr	4	50	KG	S/.15,900.00
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CE	MILILITROS	10	5	LITROS	S/.260.00
CLARIFICANTE	gr	0.01	1	KG	S/.1,000.00
BOTELLAS			1	MILLAR	S/.390.00
ETIQUETAS			1	MILLAR	S/.95.00
CHAPAS			1	MILLAR	S/.75.00
Cajas			1	MILLAR	S/.890.00
Cinta Embalaje			1	Centenar	S/.290.00

Programa de compras de materias primas e insumos.

Se muestra el resumen de las necesidades de compra de los 5 primeros años de funcionamiento de la planta.

Tabla 110.

Resumen de la necesidad de compra del periodo 2018:

		DICIEMBRE	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
		856	8298	8298	7983	1774	1774	1969	5808	5808	6278	15524	15524	15592	
NECESIDAD DE COMPRA AÑO 2018	UNIDAD														
NECESIDAD DE COMPRA															TOTAL
MALTA PALE ALE	gr	141607	697032	694386	618416	149016	150654	197644	487872	491820	605018	1304016	1304587	1319581	8161650
MALTA CRYSTAL	gr	15172	74682	74399	66259	15966	16142	21176	52272	52695	64823	139716	139777	141384	874463
MALTA DE TRIGO LAMINADO	gr	15172	74682	74399	66259	15966	16142	21176	52272	52695	64823	139716	139777	141384	874463
LÚPULO FUGLES	gr	3372	16596	16533	14724	3548	3587	4706	11616	11710	14405	31048	31062	31419	194325
AGUA	mililitros	5057400	24894000	24799500	22086300	5322000	5380500	7058700	17424000	17565000	21607800	46572000	46592400	47127900	291487500
LEVADURA SAFALE	gr	6743	33192	33066	29448	7096	7174	9412	23232	23420	28810	62096	62123	62837	388650
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CER)	MILILITROS	16858	82980	82665	73621	17740	17935	23529	58080	58550	72026	155240	155308	157093	971625
CLARIFICANTE	gr	17	83	83	74	18	18	24	58	59	72	155	155	157	972

Tabla 111.

Detalle de la necesidad de compra del periodo 2019:

		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
NECESIDAD DE COMPRA AÑO 2019	UNIDAD	16765	16765	16134	3846	3846	3720	1262	1262	1895	14241	14241	18831	
NECESIDAD DE COMPRA														
														TOTAL
MALTA PALE ALE	gr	1408260	1402960	1252037	323064	322006	291833	106008	111325	262886	1196244	1234800	1546894	9458316
MALTA CRYSTAL	gr	150885	150317	134147	34614	34501	31268	11358	11928	28166	128169	132300	165739	1013391
MALTA DE TRIGO LAMINADO	gr	150885	150317	134147	34614	34501	31268	11358	11928	28166	128169	132300	165739	1013391
LÚPULO FUGLES	gr	33530	33404	29810	7692	7667	6948	2524	2651	6259	28482	29400	36831	225198
AGUA	militros	50295000	50105700	44715600	11538000	11500200	10422600	3786000	3975900	9388800	42723000	44100000	55246200	337797000
LEVADURA SAFALE	gr	67060	66808	59621	15384	15334	13897	5048	5301	12518	56964	58800	73662	450396
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CER)	MILILITROS	167650	167019	149052	38460	38334	34742	12620	13253	31296	142410	147000	184154	1125990
CLARIFICANTE	gr	168	167	149	38	38	35	13	13	31	142	147	184	1126

Tabla 112.

Detalle de la necesidad de compra del periodo 2020:

		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
NECESIDAD DE COMPRA AÑO 2020	UNIDAD	14675	19023	18301	4364	4364	4220	1432	1432	2158	16159	16159	21419	
NECESIDAD DE COMPRA														
														TOTAL
MALTA PALE ALE	gr	1269223	1591867	1420213	366576	365366	331061	120288	126386	298880	1357356	1401540	3006452	11655210
MALTA CRYSTAL	gr	135988	170557	152166	39276	39146	35471	12888	13541	32023	145431	150165	322120	1248773
MALTA DE TRIGO LAMINADO	gr	135988	170557	152166	39276	39146	35471	12888	13541	32023	145431	150165	322120	1248773
LÚPULO FUGLES	gr	30220	37902	33815	8728	8699	7882	2864	3009	7116	32318	33370	71582	277505
AGUA	militros	45329400	56852400	50721900	13092000	13048800	11823600	4296000	4513800	10674300	48477000	50055000	107373300	416257500
LEVADURA SAFALE	gr	60439	75803	67629	17456	17398	15765	5728	6018	14232	64636	66740	143164	555010
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CER)	MILILITROS	151098	189508	169073	43640	43496	39412	14320	15046	35581	161590	166850	357911	1387525
CLARIFICANTE	gr	151	190	169	44	43	39	14	15	36	162	167	358	1388

Tabla 113.

Detalle de la necesidad de compra del periodo 2021:

		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
NECESIDAD DE COMPRA AÑO 2021	UNIDAD	16514	21507	20689	4934	4934	4770	1619	1619	2442	18270	18270	24234	
NECESIDAD DE COMPRA														
														TOTAL
MALTA PALE ALE	gr	180659	1799717	1605534	414456	413078	374212	135996	142909	338083	1534680	1584778	3383150	11907252
MALTA CRYSTAL	gr	19356	192827	172022	44406	44258	40094	14571	15312	36223	164430	169798	362480	1275777
MALTA DE TRIGO LAMINADO	gr	19356	192827	172022	44406	44258	40094	14571	15312	36223	164430	169798	362480	1275777
LÚPULO FUGLES	gr	4301	42850	38227	9868	9835	8910	3238	3403	8050	36540	37733	80551	283506
AGUA	militros	6452100	64275600	57340500	14802000	14752800	13364700	4857000	5103900	12074400	54810000	56599200	120826800	425259000
LEVADURA SAFALE	gr	8603	85701	76454	19736	19670	17820	6476	6805	16099	73080	75466	161102	567012
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CER)	MILILITROS	21507	214252	191135	49340	49176	44549	16190	17013	40248	182700	188664	402756	1417530
CLARIFICANTE	gr	22	214	191	49	49	45	16	17	40	183	189	403	1418

Tabla 114.

Detalle de la necesidad de compra del periodo 2022:

		ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SETIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
NECESIDAD DE COMPRA AÑO 2022	UNIDAD	18465	24137	23216	5537	5537	5353	1817	1817	2742	20503	20503	27210	
NECESIDAD DE COMPRA														
														TOTAL
MALTA PALE ALE	gr	202751	2019772	1801640	465108	463562	419950	152628	160398	379520	1722252	1778591	2057076	11623248
MALTA CRYSTAL	gr	21723	216404	193033	49833	49667	44995	16353	17186	40663	184527	190563	220401	1245348
MALTA DE TRIGO LAMINADO	gr	21723	216404	193033	49833	49667	44995	16353	17186	40663	184527	190563	220401	1245348
LÚPULO FUGLES	gr	4827	48090	42896	11074	11037	9999	3634	3819	9036	41006	42347	48978	276744
AGUA	militros	7241100	72134700	64344300	16611000	16555800	14998200	5451000	5728500	13554300	61509000	63521100	73467000	415116000
LEVADURA SAFALE	gr	9655	96180	85792	22148	22074	19998	7268	7638	18072	82012	84695	97956	553488
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CER)	MILILITROS	24137	240449	214481	55370	55186	49994	18170	19095	45181	205030	211737	244890	1383720
CLARIFICANTE	gr	24	240	214	55	55	50	18	19	45	205	212	245	1384

6.3. Tecnología para el proceso

Maquinarias

Molino

Molinos de malta automático de 50 a 75 kg el cual tiene un costo de S/2000



Figura 47. Molinos de malta automático de 50 a 75 kg

Filtro de Agua

Se usará un filtro de agua con un sistema e tres filtros de carbón activado y filtro de celulosa, el costo es de 1365.00 soles sin inc. IGV



Figura 48. Equipo, filtro de agua, para el proceso de producción.

Macerado Y Caldera

Son 2 calderas uno para macerar y el otro para hervir el mosto todo esto con sistema automatizado, el costo es de 50000 soles



Figura 49. Calderas para el macerado de la cebada.

Fermentadores

Fermentador isobárico de 325 litros, los cual tienen un costo de S/14.000



Figura 50. Fermentador isobárico de 325 litros, para fermentar la malta.

Embotellado

Llenadora de botellas isobárica: Funciona de forma manual el ingreso de botellas y tiene una capacidad para 4 botellas y una producción aproximada de 900 botellas/hora o 300l/h.



Figura 51. Equipo para el llenado de cerveza.
Enchapadora

Taponadora neumática: Funciona con un botón pulsador. Tiene un pequeño recipiente donde se almacenan los tapones. Su producción es aproximadamente de 1000 botellas/hora. Costo 15000 soles



Figura 52. Equipo para el enchapado y cerrado de la botella después de haberla llenado

Lavado de botellas

Enjuague de botellas 500 botellas * hora tiene un costo 6750



Figura 53. Equipo para el lavado de las botellas que serán desinfectadas y posteriormente llenadas.

Enfriador de agua y serpentín de enfriamiento

Equipos necesarios para enfriar el mosto para luego pasarlo a maceración tienen un costo 18500 soles



Figura 54. Equipo de enfriamiento, se usa en el proceso rápido que se quiere de 100°C a 20°C, para evitar el ingreso de bacterias.

Equipos

- 3 laptops: Laptop



Figura 55. Laptop, para uso del personal de Sweetbeer, envió de correo, documentos.

- 4 Smartphone



Figura 56. Teléfono celular, para permitir las coordinaciones y comunicación en general entre los colaboradores

- 1 impresora multifuncional



Figura 57. Impresora multifuncional para la impresión de documentos(Oficios, informes, cartas)

- 1 matricial



Figura 58. Impresora matricial para la impresión de las facturas, con papel continuo.

Herramientas

- Cuchilla Stanley



Figura 59. Cuchilla para abrir y cortar sacos de materia prima en producción

- Juego de destornilladores



Figura 60. Destornilladores para ajustar alguna pieza de los equipos que se encuentren algo sueltos, o reemplazar pieza alguna.

- Juego de alicates



Figura 61. Para poder conectar o cortar cables que es de uso en producción o conectar algún ducto.

- Juego de llaves de boca

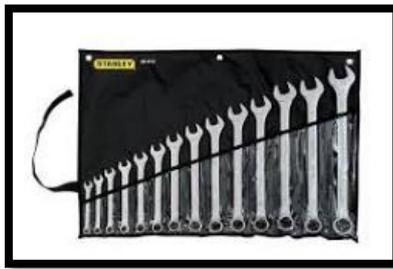


Figura 62. Llaves americanas para ajustar o reemplazar partes o piezas de los equipos o maquinas.

- Multitester



Figura 63. Multitester para medir tensiones o corrientes de energía.

Utensilios.

- Densímetro con 3 escalas



- Probeta de vidrio de 250 ml



- Termómetro



- Balanza de digital de 5kg



- Muestreador de inox



- Pipeta gotero de vidrio



Mobiliario.

- 5 escritorios
- 5 sillas
- 5 armarios
- 1 juego mueble para recepción
- 3 Cuadros decorativos
- 4 estanterías para almacén

Útiles de oficina.

Área administrativo

- Papel bond 75gr. A4
- Archivador de palanca grande
- Cuaderno de cargo
- Grapas 26/6 x 5000
- Lapiceros
- Lápiz
- Borrador
- Corrector de lapicero
- Sobre de manila
- Tampón
- Resaltador
- Tóner
- Tarjeta de presentación

Área de producción

Los útiles del área de producción son los siguientes:

- Cuaderno cuadriculado de 100 hojas A4
- Lapiceros
- Borradores
- Corrector de lapiceros
- Regla 30 cm

Programa de mantenimiento de maquinarias y equipos.

Los mantenimientos se realizarán cada 6 meses con la finalidad de mantener la operatividad de las maquinarias.

Tabla 115.

El programa de mantenimiento de los equipos que requieren mantenimiento 2 veces por año de acuerdo a uso.

2018												
MANTENIMIENTO MAQUINARIA	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
MOLINO	-	-	-	-	-	S/. 200.00	-	-	-	-	-	S/. 200.00
MACERADO Y CALDERA	-	-	-	-	-	S/. 3,000.00	-	-	-	-	-	S/. 3,000.00
FERMENTADOR ISOBARICO	-	-	-	-	-	S/. 1,600.00	-	-	-	-	-	S/. 1,600.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO	-	-	-	-	-	S/. 150.00	-	-	-	-	-	S/. 150.00
TAPONADORA NEUMATICA	-	-	-	-	-	S/. 150.00	-	-	-	-	-	S/. 150.00
ENJUAGUE DE BOTELLAS	-	-	-	-	-	S/. 100.00	-	-	-	-	-	S/. 100.00
TOTAL	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 5,200.00	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. -	S/. 5,200.00

Tabla 116.

Costo por el mantenimiento de cada maquinaria se muestra en siguiente cuadro:

MANTENIMIENTO MAQUINARIA	CANTIDAD	POLITICA MANTENIMIENTO	VECES AÑO	COSTO X MAQUINA	COSTO X MAQUINA X AÑO	2018	2019	2020	2021	2022
MOLINO	1	semestral	2	S/. 200.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 400.00	S/. 200.00
MACERADO Y CALDERA	1	semestral	2	S/. 3,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 6,000.00	S/. 3,000.00
FERMENTADOR ISOBARICO	4	semestral	2	S/. 1,600.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 3,200.00	S/. 1,600.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO	1	semestral	2	S/. 150.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 150.00
TAPONADORA NEUMATICA	1	semestral	2	S/. 150.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 300.00	S/. 150.00
ENJUAGUE DE BOTELLAS	1	semestral	2	S/. 100.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 200.00	S/. 100.00
TOTAL SIN IGV						S/. 8,528.00	S/. 8,528.00	S/. 8,528.00	S/. 8,528.00	S/. 4,264.00
IGV (18%)						S/. 1,872.00	S/. 1,872.00	S/. 1,872.00	S/. 1,872.00	S/. 936.00
TOTAL INCLUIDO IGV						S/. 10,400.00	S/. 10,400.00	S/. 10,400.00	S/. 10,400.00	S/. 5,200.00

Programa de reposición de herramientas y utensilios por uso.

La reposición de herramientas y utensilios se realizarán anualmente, se detalla en el siguiente cuadro.

Tabla 117.

Programa de reposición de maquinaria que se encuentren desgastadas por el uso en producción.

MANTENIMIENTO MAQUINARIA	CANTIDAD	FRECUENCIA DE COMPRA ANUAL	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	2018	2019	2020	2021	2022
DENSIMETRO 3 ESCALAS	1	1	20	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	S/. 20.00	-
PROBETA DE VIDRIO	1	1	40	S/. 40.00	S/. 40.00	S/. 40.00	S/. 40.00	S/. 40.00	-
TERMOMETRO	2	1	25	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	-
BALANZA DIGITAL 5KG	1	1	30	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	-
MUESTREADOR INOX	1	1	30	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	S/. 30.00	-
PIPETA DE VIDRIO	1	1	5	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 5.00	S/. 5.00	-
CUCHILLA STANLY	5	1	20	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	S/. 100.00	-
JUEGOS DESTORNILLADORES	1	1	50	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	-
JUEGOS DE ALICATES	1	1	60	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00	S/. 60.00	-
JUEGOS DE LLAVES DE BOCA	1	1	50	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	S/. 50.00	-
MULTITESTER	1	1	120	S/. 120.00	S/. 120.00	S/. 120.00	S/. 120.00	S/. 120.00	-
				SIN IGV	S/. 455.10	S/. 455.10	S/. 455.10	S/. 455.10	-
				IGV	S/. 99.90	S/. 99.90	S/. 99.90	S/. 99.90	-
				TOTAL + IGV	S/. 555.00	S/. 555.00	S/. 555.00	S/. 555.00	-

Programa de compras posteriores (durante los años de operación) de maquinarias, equipos, herramientas, utensilios, mobiliario por incremento de ventas.

El programa de compra posteriores está definido en diversas fechas, y en diversas estacionalidades, la compra posterior se realizará para poder cubrir la demanda solicitada por el mercado.

Tabla 118.

En el presente cuadro de resumen, se puede visualizar la adquisición por años de los diferentes requerimientos.

	PRECIO	2018	2019	2020	2021	2022	TOTAL
MOLINO	S/. 2,000.00	0	0	0	0	0	S/. -
MACERADO Y CALDERA	S/. 30,000.00	0	0	0	0	0	S/. -
FERMENTADORES ISOBARICO	S/. 18,000.00	4	0	1	2	2	S/. 162,000.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO	S/. 10,000.00	0	0	0	0	0	S/. -
TAPONADORA NEUMATICA	S/. 10,000.00	0	0	0	0	0	S/. -
ENJUAGUE DE BOTELLAS	S/. 5,000.00	0	0	0	0	0	S/. -

Se detallan a continuación el cuadro de los requerimientos de compras posteriores desde el año 1 hasta el año 5.

Tabla 119.

Requerimiento de compras posteriores para el año 2018

2018														
	PRECIO UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	CANTIDAD
MOLINO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
MACERADO Y CALDERA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
FERMENTADORES ISOBARICO	S/1,800.00	-	-	-	-	-	-	-	-	S/1,800.00	-	S/5,400.00	-	4.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TAPONADORA NEUMATICA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ENJUAGUE DE BOTELLAS		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Tabla 120.

Requerimiento de compras posteriores para el año 2019

2019														
	PRECIO UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	
MOLINO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
MACERADO Y CALDERA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
FERMENTADORES ISOBARICO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
EMBOTELLADORA ISOBARICO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TAPONADORA NEUMATICA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ENJUAGUE DE BOTELLAS		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Tabla 121.

Requerimiento de compras posteriores para el año 2020

2020														
	PRECIO UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	CANTIDAD
MOLINO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
MACERADO Y CALDERA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
FERMENTADORES ISOBARICO	S/1,800.00	S/1,800.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TAPONADORA NEUMATICA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ENJUAGUE DE BOTELLAS		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Tabla 122.

Requerimiento de compras posteriores para el año 2021

2021														
	PRECIO UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	CANTIDAD
MOLINO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
MACERADO Y CALDERA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
FERMENTADORES ISOBARICO	S/1,800.00	S/3,600.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TAPONADORA NEUMATICA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ENJUAGUE DE BOTELLAS		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

Tabla 123.

Requerimiento de compras posteriores para el año 2022

2022														
	PRECIO UNITARIO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	CANTIDAD FINAL
MOLINO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
MACERADO Y CALDERA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
FERMENTADORES ISOBARICO	S/,1,800.00	S/,3,600.00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
TAPONADORA NEUMATICA		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	
ENJUAGUE DE BOTELLAS		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	

6.4. Localización

Macro localización.

La localización de la planta es importante porque ahí se elaborará las cervezas artesanales, nuestra planta estará ubicado en el distrito de San Luis, ya que estaremos cerca de nuestros principales clientes y permitirá realizar una distribución adecuada.

Para determinar la localización analizaremos varios factores tales como:

- Costo de alquiler
- Cercanía a proveedores
- Disponibilidad de Mano de obra
- Accesibilidad a la zona

Analizando la matriz de decisión se resaltan los factores más importantes y nos dio como resultado que el distrito de San Luis, es el más conveniente para nuestra empresa.

Tabla 124.

Macro localización para ubicación de la planta de producción.

Precio de alquiler de local por M2 anual en S/.					
DISTRITO	2018	2019	2020	2021	2022
Barranco	44,34	44,34	44,34	44,34	44,34
Surco	27,14	27,14	27,14	27,14	27,14
La Molina	-	-	-	-	-
San Borja	-	-	-	-	-
Miraflores	Mac-	-	-	-	-
Pueblo Libre	-	-	-	-	-
Jesús María	-	-	-	-	-
San Isidro	-	-	-	-	-
Magdalena	-	-	-	-	-
Lince	56,10	56,10	56,10	56,10	56,10
San Luis	20,93	20,93	20,93	20,93	20,93
Promedio	37,13	37,13	37,13	37,13	37,13

Nota: Distritos en los que se realizó la macro localización para ubicar nuestra planta de producción. Fueron distritos aledaños y además se tomó en cuenta el costo de alquiler del inmueble

Tabla 125.

Precio por m2, área construida, y el número de baños que tenía.

DISTRITO	Área M2	Precio S/.	Baños
Barranco	590	26160	2
Surco	750,48	20368	1
La Molina	-	-	-
San Borja	-	-	-
Miraflores	-	-	-
Pueblo Libre	-	-	-
Jesús María	-	-	-
San Isidro	-	-	-
Magdalena	-	-	-
Lince	1000	56100	2
San Luis	750	15696	2

Tabla 126.

Información de los puntos que se tuvieron en consideración para la macro locación del local de producción.

Variable	Distritos Evaluados						
	Peso	Escala	Pueblo Libre	Escala	Magdalena	Escala	San Luis
Accesibilidad de la zona	0.25	2	0.5	3	0.75	4	1
Disponibilidad MDO	0.15	2	0.3	2	0.3	4	0.6
Costo de alquiler M2	0.5	2	1	2	1	5	2.5
Cercanía proveedor	0.1	4	0.4	3	0.3	3	0.3
Total	1		2.2		2.35		4.4

Nota: Se prioriza el costo de alquiler siendo para nosotros un factor determinante para la elección, por eso le colocamos un peso de 0.5, seguido de la accesibilidad de la zona, disponibilidad MDO y cercanía al proveedor con pesos de 0.25, 0.15 y 0.1 respectivamente.

Tabla 127.

Criterios de escala y clasificación

Escala	Clasificación
Muy bueno	5
Bueno	4
Regular	3
Malo	2
Muy malo	1

Micro localización.

Una vez elegido la zona donde establecer nuestra planta de producción elegimos dos alternativas, evaluamos dos direcciones en el distrito de San Luis.

Alternativa 1: Avenida Mariscal Gamarra S/n San Luis, El Pino

Alternativa 2: Pasaje José Olaya s/n Urb. El Pino

Tabla 128.

Lista de ubicaciones de locales.

Dirección	Área M2	Precio S/.	Baños
Av. Mariscal Gamarra S/n San Luis, El Pino	750	15696	2
Pj. José Olaya s/n Urb. El Pino	285	6600	1

En el presente cuadro se puede visualizar, las dos opciones que se obtuvieron para alquilar el local de producción de cerveza artesanal.

Tabla 129.

Evaluación de acuerdo 4 criterios de selección.

		Av. Mariscal Gamarra S/n San Luis, El Pino		Pj. José Olaya s/n Urb. El Pino	
Variable	Peso	Escala	Ponderado	Escala	Ponderado
Fácil acceso a la fabrica	0,3	4	1,2	4	1,2
Poca congestión vehicular	0,2	3	0,6	3	0,6
Necesidad de acondicionamiento	0,3	2	0,6	1	0,3
Seguridad en la zona	0,2	2	0,4	2	0,4
Total	1		2,8		2,5

El ponderado para seleccionar el local apropiado es el que tiene mayor calificación, siendo ganador por diferentes variables el local de la avenida Mariscal Gamarra.

Tabla 130.

Criterios de escala y clasificación

Escala	Clasificación
Muy bueno	5
Bueno	4
Regular	3
Malo	2
Muy malo	1

Nota: La escala de ponderación que va desde muy bueno con cinco (5) puntos de clasificación hasta muy malo con (1) una clasificación.



Figura 65. Imagen interna del local de producción de Sweetbeer



Figura 66. Fachada externa del local de producción de Sweetbeer



Figura 67. Corredor de acceso lateral del local de producción de Sweetbeer



Figura 68. Vista panorámica del local del local de producción de Sweetbeer
Gastos de adecuación.

Para el local se deberán hacer adecuaciones para que pueda funcionar nuestra planta y tanto para la producción y para la venta.

Tabla 131.

En este cuadro se puede visualizar la

Descripción	Gastos de Adecuación				
	Cantidad	Costo unitario S/.	Total Costo S/. (sin IGV)	IGV 18%	Total Costo S/. (con IGV)
Pintado interior	1	1500	1500	270	1770.00
Sistema de alarma inteligente	1	975	975	175.50	1150.50
Ampliación de tomacorrientes	5	20	100	18	118.00
Cambio de luces	10	45	450	81	531.00
Extractor de aire	1	3200	3200	576	3776.00
Instalación de aire acondicionado	1	2500	2500	450	2950.00
Instalación de ambientes con Dryw all	3	750	2250	405	2655.00
Extintores	5	100	500	90	590.00
Instalación de Alarma inalámbrica	1	2000	2000	360	2360.00
Útiles de Limpieza	1	300	300	54	354.00
Útiles de escritorio	1	800	800	144	944.00
TOTAL S/.			14575.00	2623.50	17198.50

Gastos de servicios.

Para adquirir el local con el propietario se deben respetar las siguientes clausulas:

- Contrato por un año
- Adelanto por un mes y garantías
- Los impuestos ya están incluidos en el alquiler

Tabla 132.

Gastos con de alquiler incluidos servicios y los impuestos

	Gastos de Servicio
Ubicación	Av Mariscal Gamarra S/n San Luis, El Pino. 750m2, Iluminación en todo el área, Caseta para vigilante en puerta, 2 Baños, cerca a 2 vias de acceso principales Precio: S/.6000.00(incluye impuestos) Un mes de adelanto y dos de garantía.
Alquiler por mes S/.	6000
Garantía	Contrato por un año, 1 meses de adelanto y 2 meses de garantía.
Precio S/.	6000 + 12,000 = 18000
Luz S/.	320
Agua S/.	330
Telefono/Internet/Cable	199
Total	8649

Plano del centro de operaciones.

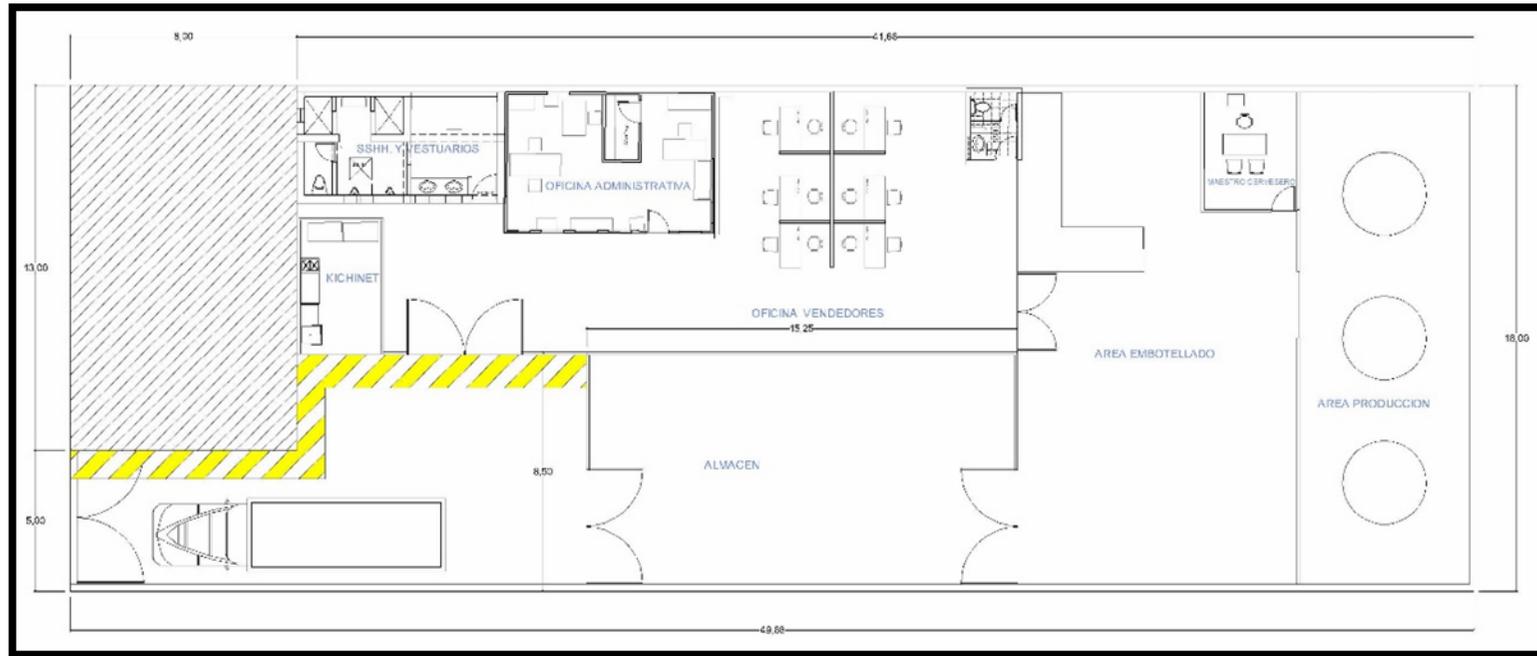


Figura 69. Plano de distribución de los ambientes de Sweetbeer.

Descripción del centro de operaciones.

En la planta se elaborara y venderá las cervezas en embaces de 330 ml. El proceso para la elaboración será artesanal con personal que conoce del proceso de producción y de personal para las ventas y administración del local.

Es un local amplio y acondicionado para que el personal que labore ahí pueda realizar sus actividades diarias y pueda producir la demanda de nuestros clientes, el local contara con el espacio para almacenar las materias primas como el espacio necesario para el reposo de las cervezas.

6.5. Responsabilidad social frente al entorno

Impacto ambiental.

Para reducir el impacto ambiental se ha considerado, que los desechos de la producción de la cerveza artesanal después de procesar nuestra materia prima, puedan ser empleados para fertilizar tierras de cultivo, además de poder ser usado como alimento para diversos animales de ganadería como: porcinos, bovinos y vacunos.

Nuestra organización cervecera será una empresa responsable con el medio externo, tanto el proceso de elaboración y distribución así como con nuestros cliente, que son nuestra principal fuente de existencia. Por ser una cervecera artesanal los insumos que emplearemos serán naturales y nada de preservante artificiales que podrían ocasionar algún problema en la salud de quienes nos consumen. Con el medio ambiente nuestros residuos serán tratados de una forma especial y con los estándares de reciclaje, todo lo que no se use o se descarte en nuestra planta serán clasificados y envasados en recipientes adecuados para su posterior tratamiento, para esto usaremos embaces de colores: blanco, azul, verde, marrón y rojo, que identifican a los desechos que reciclable: plásticos, papeles, vidrios, orgánicos y no reciclable o peligrosos.

Bolsas y botellas de plástico, Tecnopor.	Todos los palés y derivados	Botellas de vidrio	Residuos orgánicos	Materiales no reciclables y peligros.
				

Figura 70. Tachos de residuos sólidos que estarán distribuidos en todas la planta de producción.

Con los trabajadores.

Nuestra empresa es responsable con todos nuestros trabajadores y cuida su integridad física y emocional, brindando implementos de seguridad a nuestros operarios de planta como:

- Uniformes adecuados
- Botas
- Guantes
- Gorra
- Casco
- Mascarilla

Así como realizarle chequeos periódicos a su estado de salud, la adecuación de nuestras instalaciones es importante para poder garantizar la seguridad e integridad de nuestros trabajadores, para eso implementaremos una adecuada iluminación, aire acondicionado, extintores, así como las señalizaciones adecuadas de sismos y salida de emergencias.

La seguridad para los colaboradores es algo que prima en Sweetbeer, por eso se contará con implementos de seguridad.

Bata	Botas	Gafas	Orejas
			

Figura 71. Implementos de seguridad, para los colaboradores de Sweetbeer.

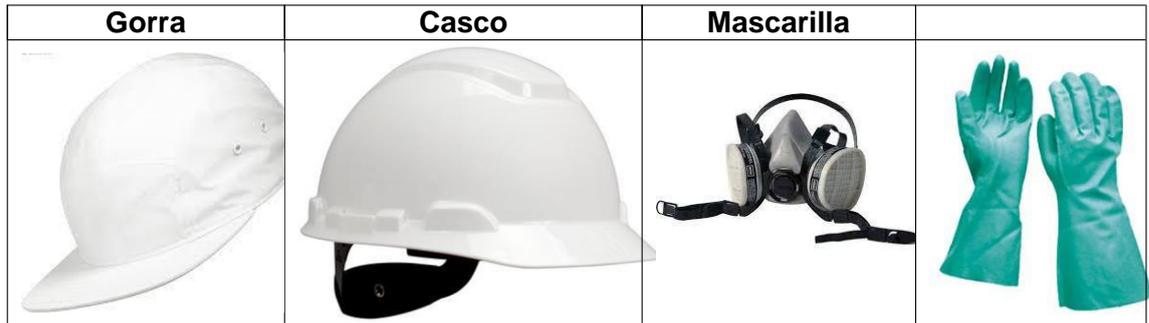


Figura 72. Accesorios de seguridad, para los colaboradores de Sweetbeer.

Señalizaciones de seguridad



Figura 73. De acuerdo a lo establecido en las políticas de las municipalidades y recomendaciones de INDECI, Sweetbeer contará con la señalética en los ambientes donde se requiera.

Con la comunidad.

- Colabora con la comunidad como reduciendo el ruido en lo menor posible y no congestionar las calles con los vehículos de nuestra planta y de los proveedores.
- Colaborar con la junta directiva en esquividades que realizan como la seguridad de la zona y la limpieza.
- Realizar actividades de confraternidad como chocolatadas en navidad.
- Tenemos un presupuesto anual de S/. 600

Tabla 133.

Actividades con la comunidad, generalizado.

Actividad	2018	2019	2020	2021	2022	Total S/.
Seguridad y limpieza	100	100	100	100	100	500
Chocolatada	500	500	500	500	500	2500
Total S/.	600	600	600	600	600	3000

7. Estudio económico y financiero

7.1. Inversiones

Inversión en Activo Fijo Depreciable.

Los activos fijos, que iniciaran el proceso de producción de Sweetbeer son los productos importados y las maquinarias.

Tabla 134.

Activos fijos de Producción

PRODUCCION					
ACTIVOS					
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	IGV	COSTO TOTAL CON IGV
EQUIPO DE MOLINO DE MALTA	1	S/.3,472.74	S/.3,472.74	S/.625.09	S/.4,097.83
EQUIPO FILTRADO DE AGUA	1	S/.1,365.94	S/.1,365.94	S/.245.87	S/.1,611.81
MACERADO Y CALDERA	1	S/.30,000.00	S/.30,000.00	S/.5,400.00	S/.35,400.00
EQUIPO DE ENFRIAMIENTO (CHILLER)	1	S/.2,315.16	S/.2,315.16	S/.416.73	S/.2,731.89
FERMENTADORES ISOBARICO	6	S/.18,000.00	S/.108,000.00	S/.19,440.00	S/.127,440.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO	1	S/.10,000.00	S/.10,000.00	S/.1,800.00	S/.11,800.00
TAPONADORA NEUMATICA	1	S/.10,000.00	S/.10,000.00	S/.1,800.00	S/.11,800.00
ENJUAGUE DE BOTELLAS	1	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.900.00	S/.5,900.00
Camion	1	S/.39,000.00	S/.39,000.00	S/.7,020.00	S/.46,020.00
TOTALES		S/.119,153.84	S/.209,153.84	S/.37,647.69	S/.246,801.53

Tabla 135.

Activos fijos de Administración

ADMINISTRACION					
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	IGV	COSTO TOTAL CON IGV
LAPTOP	1	S/.2,202.54	S/.2,202.54	S/.396.46	S/.2,599.00
TOTALES		S/.2,202.54	S/.2,202.54	S/.396.46	S/.2,599.00

Tabla 136.

Activos fijos de Ventas

VENTAS					
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	IGV	COSTO TOTAL CON IGV
LAPTOP	2	S/.2,202.54	S/.4,405.08	S/.792.92	S/.5,198.00
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	1	S/.846.61	S/.846.61	S/.152.39	S/.999.00
IMPRESORA MATRICIAL	1	S/.1,524.58	S/.1,524.58	S/.274.42	S/.1,799.00
TOTALES		S/.4,573.73	S/.6,776.27	S/.1,219.73	S/.7,996.00

Tabla 137.

Resumen de los activos fijos

RESUMEN DEPRECIACION	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	TOTAL POR AREA
PRODUCCION	S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.111,951.92
ADMINISTRACION	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.2,202.54
VENTAS	S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.6,776.27
TOTAL	S/.24,186.15	S/.24,186.15	S/.24,186.15	S/.24,186.15	S/.24,186.15	S/.111,951.92

Inversión en Activo Intangible.

Los activos intangibles son todos los gastos para constituir nuestra empresa, previos a la elaboración del producto.

Tabla 138.

Áreas de la empresa.

Amortizaciones por area
Producción
Administración
Ventas
Total

Tabla 139.

Tabla de inversión en activos intangibles.

ACTIVOS INTANGIBLES					
DESCRIPCION	Cant.	Costo unitario S/.	Total Valor Venta	IGV 18 %	Total Precio de Venta
CONSTITUCION DE LA EMPRESA					
Certificado de Búsqueda - SUNARP	1	S/. 4.0	S/. 4.0		S/. 4.0
Pago de reserva de nombre ante la SUNARP	1	S/. 18.0	S/. 18.0		S/. 18.0
Pago por Elaboración de Minuta	1	S/. 300.0	S/. 300.0	S/. 54.0	S/. 354.0
Derechos Notariales (escritura pública)	1	S/. 600.0	S/. 600.0	S/. 108.0	S/. 708.0
Registro de escritura pública a SUNARP	1	S/. 90.0	S/. 90.0		S/. 90.0
Copia Literal de Partida Electrónica	1	S/. 25.0	S/. 25.0		S/. 25.0
Legalización de 3 Copias Literares	1	S/. 60.0	S/. 60.0	S/. 10.8	S/. 70.8
Costo de 2 millares de Hojas A4 para la Contabilidad	1	S/. 32.0	S/. 32.0	S/. 5.8	S/. 37.8
Legalización libros contables	1	S/. 120.0	S/. 120.0	S/. 21.6	S/. 141.6
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA			S/.1,249.00	S/.200.16	S/.1,449.16
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES					
Búsqueda fonética	1	S/. 31.00	S/. 31.00		S/. 31.00
Busqueda figurativa	1	S/. 38.46	S/. 38.46		S/. 38.46
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)	1	S/. 562.95	S/. 562.95		S/. 562.95
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)	1	S/. 549.05	S/. 549.05		S/. 549.05
Registro de Código de barras	1	S/. 423.73	S/. 423.73	S/. 76.27	S/. 500.00
Publicación en Diario El Peruano	3	S/. 22.27	S/. 66.81		S/. 66.81
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES			S/.1,672.00	S/.76.27	S/.1,748.27
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES					
Local: Distrito de San Luis					
Licencia de Funcionamiento	1	S/. 160.00	S/. 160.00		S/. 160.00
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	1	S/. 706.00	S/. 706.00		S/. 706.00
Registro Sanitario	1	S/. 1,548.00	S/. 1,548.00		S/. 1,548.00
Defensa Civil	1	S/. 115.00	S/. 115.00		S/. 115.00
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES			S/.2,529.00	S/.0.00	S/.2,529.00
SOFTWARE Y LICENCIAS					
Antivirus Kaspersky Total Security	3	S/. 114.00	S/. 342.00	S/. 61.56	S/. 403.56
Registro de Dominio www.swetbeer.com.pe	1	S/. 93.00	S/. 93.00	S/. 16.74	S/. 109.74
Hosting web godaddy incluye correo	1	S/. 456.00	S/. 456.00	S/. 82.08	S/. 538.08
Office Office 365 Business	3	S/. 349.00	S/. 1,047.00	S/. 188.46	S/. 1,235.46
Programa Tipo ERP Open de Facturación,Compra Venta, Almacen	1	S/. 5,000.00	S/. 5,000.00	S/. 900.00	S/. 5,900.00
TOTAL SOFTWARE Y AUTORIZACIONES			S/.6,938.00	S/.1,248.84	S/.8,186.84
TOTALES			S/.5,450.00	S/. 276.4	S/.5,726.43

Tabla 140.

Amortización de los intangibles

DESCRIPCION	AMORTIZACION DE INTANGIBLES										
	Amortización Año 1	Producción	Administrativo		Ventas						
		% Dist.	Total	% Dist.	Total	% Dist.	Total				
CONSTITUCION DE LA EMPRESA											
Certificado de Busqueda - SUNARP	S/.	4.00	0%	S/.	-	100%	S/.	4.00	0%	S/.	-
Pago de reserva de nombre ante la SUNARP	S/.	18.00	0%	S/.	-	100%	S/.	18.00	0%	S/.	-
Pago por Elaboración de Minuta	S/.	354.00	0%	S/.	-	100%	S/.	354.00	0%	S/.	-
Derechos Notariales (escritura pública)	S/.	708.00	0%	S/.	-	100%	S/.	708.00	0%	S/.	-
Registro de escritura pública a SUNARP	S/.	90.00	0%	S/.	-	100%	S/.	90.00	0%	S/.	-
Copia Literal de Partida Electrónica	S/.	25.00	0%	S/.	-	100%	S/.	25.00	0%	S/.	-
Legalización de 3 Copias Literales	S/.	70.80	0%	S/.	-	100%	S/.	70.80	0%	S/.	-
Costo de 2 millares de Hojas A4 para la Contabilidad	S/.	37.76	0%	S/.	-	100%	S/.	37.76	0%	S/.	-
Legalización libros contables	S/.	141.60	0%	S/.	-	100%	S/.	141.60	0%	S/.	-
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA		S/1,449.16			S/0.00			S/1,449.16			S/0.00
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES											
Búsqueda fonética	S/.	31.00	0%	S/.	-	0%	S/.	-	100%	S/.	31.00
Busqueda figurativa	S/.	38.46	0%	S/.	-	0%	S/.	-	100%	S/.	38.46
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)	S/.	562.95	0%	S/.	-	0%	S/.	-	100%	S/.	562.95
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)	S/.	549.05	0%	S/.	-	0%	S/.	-	100%	S/.	549.05
Registro de Código de barras	S/.	500.00	100%	S/.	500.00	0%	S/.	-	0%	S/.	-
Publicación en Diario El Peruano	S/.	66.81	0%	S/.	-	0%	S/.	-	100%	S/.	66.81
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES		S/1,748.27			S/500.00			S/0.00			S/1,248.27
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES											
Local: Distrito de San Luis											
Licencia de Funcionamiento	S/.	160.00	80%	S/.	128.00	10%	S/.	16.00	10%	S/.	16.00
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	S/.	706.00	80%	S/.	564.80	10%	S/.	70.60	10%	S/.	70.60
Registro Sanitario	S/.	1,548.00	100%	S/.	1,548.00	0%	S/.	-	0%	S/.	-
Defensa Civil	S/.	115.00	80%	S/.	92.00	10%	S/.	11.50	10%	S/.	11.50
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES		S/2,529.00			S/2,332.80			S/98.10			S/98.10
SOFTWARE Y LICENCIAS											
Antivirus Kaspersky Total Security	S/.	403.56	0%	S/.	-	33%	S/.	133.17	67%	S/.	270.39
Registro de Dominio www.swetbeer.com.pe	S/.	109.74	0%	S/.	-	0%	S/.	-	100%	S/.	109.74
Hosting web godaddy incluye correo	S/.	538.08	0%	S/.	-	0%	S/.	-	100%	S/.	538.08
Office Office 365 Business	S/.	1,235.46	0%	S/.	-	33%	S/.	407.70	67%	S/.	827.76
Programa Tipo ERP Open de Facturación, Compra Venta, Almacén	S/.	5,900.00	0%	S/.	-	100%	S/.	5,900.00	0%	S/.	-
TOTAL SOFTWARE Y AUTORIZACIONES		S/8,186.84			S/0.00			S/6,440.88			S/1,745.96
TOTALES		S/13,913.27			S/2,832.80			S/7,988.14			S/3,092.33

Inversión en Gastos Pre-Operativos

Tabla 141.

Calculo de los gastos pre-operativos, que tiene Sweetbeer.

GASTOS PRE - OPERATIVOS							PRODUCCION		ADMINISTRACION		VENTAS	
DESCRIPCION	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	COSTO	IGV	COSTO TOTAL	AMORTIZACION ANUAL	DISTRIBUCION	TOTAL	DISTRIBUCION	TOTAL	DISTRIBUCION	TOTAL
ACONDICIONAMIENTO DEL LOCAL												
Acondicionamiento de planta de operaciones, oficina administrativa y ventas	1	S/.14,575.00	S/.14,575.00	S/.0.00	S/.14,575.00	S/.2,915.00	50%	S/.1,457.50	25%	S/.728.75	25%	S/.728.75
ALQUILER Y GARANTÍA												
Adelanto Alquiler	3	S/.6,000.00	S/.18,000.00	S/.0.00	S/.18,000.00	S/.3,600.00	50%	S/.1,800.00	25%	S/.900.00	25%	S/.900.00
MARKETING												
LANZAMIENTO	1	S/.12,362.71	S/.12,362.71	S/.2,225.29	S/.14,588.00	S/.2,472.54	0%	S/.0.00	0%	S/.0.00	100%	S/.2,472.54
NO DEPRECIABLES												
Operaciones	1	S/.625.39	S/.625.39	S/.112.57	S/.737.96	S/.125.08	100%	S/.125.08	0%	S/.0.00	0%	S/.0.00
Administracion	1	S/.511.75	S/.511.75	S/.92.12	S/.603.87	S/.102.35	0%	S/.0.00	100%	S/.102.35	0%	S/.0.00
Ventas	1	S/.212.60	S/.212.60	S/.38.27	S/.250.87	S/.42.52	0%	S/.0.00	0%	S/.0.00	100%	S/.42.52
INVENTARIOS INICIALES												
Materia Prima	1	S/.25,251.74	S/.25,251.74	S/.4,545.31	S/.29,797.05	S/.5,050.35	100%	S/.5,050.35	0%	S/.0.00	0%	S/.0.00
Utensilios	1	S/.152.54	S/.152.54	S/.27.46	S/.180.00	S/.30.51	100%	S/.30.51	0%	S/.0.00	0%	S/.0.00
Uniformes	1	S/.750.00	S/.750.00	S/.135.00	S/.885.00	S/.150.00	100%	S/.150.00	0%	S/.0.00	0%	S/.0.00
OTROS												
Planilla año 0	1	S/.21,605.33	S/.21,605.33	S/.0.00	S/.21,605.33	S/.4,321.07	50%	S/.2,160.53	20%	S/.864.21	30%	S/.1,296.32
Servicios	1	S/.849.00	S/.849.00	S/.152.82	S/.1,001.82	S/.169.80	60%	S/.101.88	20%	S/.33.96	20%	S/.33.96
TOTALES		S/.82,896.07	S/.94,896.07	S/.7,328.83	S/.102,224.91	S/.18,979.21		S/.10,875.85		S/.2,629.27		S/.5,474.09
Garantía alquiler	2	S/.6,000.00	S/.12,000.00	S/.0.00	S/.12,000.00	S/.2,400.00	50%	S/.1,200.00	25%	S/.600.00	25%	S/.600.00
				GASTOS PREOPERATIVOS MAS GARANTIA DE ALQUILER	S/.114,224.91							

Tabla 142.

Algunos maquinas, equipos, entre otros que no deprecian su valor en el tiempo.

NO DEPRECIABLES	TOTAL	IGV	TOTAL + IGV
Operaciones	S/.625.39	S/.112.57	S/.737.96
Administracion	S/.212.60	S/.38.27	S/.250.87
Ventas	S/.511.75	S/.92.12	S/.603.87
		Total	S/.1,592.70

Inversión en Inventarios Iniciales.

Tabla 143.

Programa de compras.

	UNIDAD DE COMPRA	NOVIEMBRE			DICIEMBRE		
		CANTIDAD INICIAL	CANTIDAD FINAL	PRECIO	CANTIDAD INICIAL	CANTIDAD FINAL	PRECIO
PROGRAMA DE COMPRA DEL AÑO 2018							
MALTA PALE ALE	SACO	0	3	S/.540,00	8392,8	14	S/.2.520,00
MALTA CRYSTAL	SACO	0	1	S/.200,00	34827,8	1	S/.200,00
MALTA DE TRIGO LAMINADO	SACO	0	1	S/.190,00	34827,8	1	S/.190,00
LÚPULO FUGLES	SACO	0	1	S/.4.490,00	21628,4	0	S/.0,00
AGUA		0	5058	S/.151,74	600	24894	S/.746,82
LEVADURA SAFALE	SACO	0	1	S/.9.900,00	43256,8	0	S/.0,00
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CEREZA)	GALON	0	4	S/.1.040,00	3142	16	S/.4.160,00
CLARIFICANTE	SACO	0	1	S/.1.000,00	983,142	0	S/.0,00
BOTELLAS	millar	0	1	S/.390,00	144	9	S/.3.510,00
ETIQUETAS	millar	0	1	S/.95,00	144	9	S/.855,00
CHAPAS	millar	0	1	S/.75,00	144	9	S/.675,00
Cajas	millar	0	1	S/.890,00	957	0	S/.0,00
Cinta Embalaje	Centenar	0	1	S/.290,00	98	0	S/.0,00
TOTAL MATERIA PRIMA DIRECTA				S/.18.071,74			S/.12.856,82
TOTAL MATERIA PRIMA INDIRECTA				S/.1.180,00			S/.0,00
TOTAL				S/.19.251,74			S/.12.856,82

Nota: Programa de compras para el año 2018, donde se puede evidenciar los productos a usar y las cantidades por cada unidad de medida.

Inversión en capital de trabajo (método déficit acumulado).

Es el capital necesario para poder iniciar la producción,

Tabla 144.

Calculo de los ingresos totales

INGRESOS														
VENTAS AÑO 1														
VENTAS CANTIDADES	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Ene-19	Feb-19
BAR	3118	3118	3118	667	667	667	2182	2182	2182	5833	5833	5833	6360	6360
RESTAURANT	1808	1808	1808	386	386	386	1265	1265	1265	3382	3382	3382	3688	3688
ESTACION DE SERVICIO	1939	1939	1939	414	414	414	1357	1357	1357	3627	3627	3627	3955	3955
MARKET TIPO TAMBO	1153	1153	1153	246	246	246	807	807	807	2157	2157	2157	2352	2352
TOTAL	8017	8017	8017	1714	1714	1714	5611	5611	5611	14999	14999	14999	16355	16355
VENTAS SOLES														
BAR	S/.22,369	S/.22,369	S/.22,369	S/.4,782	S/.4,782	S/.4,782	S/.15,657	S/.15,657	S/.15,657	S/.41,851	S/.41,851	S/.41,851	S/.45,636	S/.45,636
RESTAURANT	S/.12,044	S/.12,044	S/.12,044	S/.2,575	S/.2,575	S/.2,575	S/.8,430	S/.8,430	S/.8,430	S/.22,533	S/.22,533	S/.22,533	S/.24,571	S/.24,571
ESTACION DE SERVICIO	S/.15,897	S/.15,897	S/.15,897	S/.3,399	S/.3,399	S/.3,399	S/.11,127	S/.11,127	S/.11,127	S/.29,743	S/.29,743	S/.29,743	S/.32,433	S/.32,433
MARKET TIPO TAMBO	S/.9,453	S/.9,453	S/.9,453	S/.2,021	S/.2,021	S/.2,021	S/.6,616	S/.6,616	S/.6,616	S/.17,685	S/.17,685	S/.17,685	S/.19,284	S/.19,284
TOTAL	S/.59,763	S/.59,763	S/.59,763	S/.12,777	S/.12,777	S/.12,777	S/.41,830	S/.41,830	S/.41,830	S/.111,811	S/.111,811	S/.111,811	S/.121,923	S/.121,923
BAR 50% En 30 días	S/.11,184.62	S/.22,369.24	S/.22,369.24	S/.13,575.79	S/.4,782.34	S/.4,782.34	S/.10,219.70	S/.15,657.06	S/.15,657.06	S/.28,753.91	S/.41,850.77	S/.41,850.77	S/.43,743.20	S/.45,635.64
RESTAURANT 50% En 30 días	S/.6,021.97	S/.12,043.94	S/.12,043.94	S/.7,309.41	S/.2,574.89	S/.2,574.89	S/.5,502.44	S/.8,430.00	S/.8,430.00	S/.15,481.55	S/.22,533.10	S/.22,533.10	S/.23,552.01	S/.24,570.93
ESTACION DE SERVICIO 70% En 30 días	S/.4,769.24	S/.15,897.47	S/.15,897.47	S/.12,147.85	S/.3,398.73	S/.3,398.73	S/.5,717.28	S/.11,127.23	S/.11,127.23	S/.16,711.86	S/.29,742.68	S/.29,742.68	S/.30,549.64	S/.32,432.53
MARKET TIPO TAMBO 70% En 30 días	S/.2,835.76	S/.9,452.55	S/.9,452.55	S/.7,223.04	S/.2,020.87	S/.2,020.87	S/.3,399.47	S/.6,616.19	S/.6,616.19	S/.9,936.78	S/.17,684.84	S/.17,684.84	S/.18,164.65	S/.19,284.21
TOTAL	S/.24,811.60	S/.59,763.20	S/.59,763.20	S/.40,256.10	S/.12,776.83	S/.12,776.83	S/.24,838.89	S/.41,830.48	S/.41,830.48	S/.70,884.11	S/.111,811.38	S/.111,811.38	S/.116,009.50	S/.121,923.30
IGV	S/.4,466.09	S/.10,757.38	S/.10,757.38	S/.7,246.10	S/.2,299.83	S/.2,299.83	S/.4,471.00	S/.7,529.49	S/.7,529.49	S/.12,759.14	S/.20,126.05	S/.20,126.05	S/.20,881.71	S/.21,946.19
TOTAL + IGV	S/.29,277.68	S/.70,520.58	S/.70,520.58	S/.47,502.20	S/.15,076.66	S/.15,076.66	S/.29,309.89	S/.49,359.96	S/.49,359.96	S/.83,643.25	S/.131,937.43	S/.131,937.43	S/.136,891.20	S/.143,869.49

Tabla 145.

Calculo de los egresos totales

EGRESOS														
Insumos y materiales directos	S/12,856.82	S/33,333.97	S/2,859.66	S/2,931.43	S/3,741.77	S/29,322.72	S/9,196.95	S/31,738.21	S/44,947.16	S/44,987.79	S/65,953.84	S/48,828.85	S/47,093.15	S/64,161.48
IGV Insumos y materiales directos	S/2,314.23	S/6,000.11	S/514.74	S/527.66	S/673.52	S/5,278.09	S/1,655.45	S/5,712.88	S/8,090.49	S/8,097.80	S/11,871.69	S/8,789.19	S/8,476.77	S/11,549.07
PLANILLA														
ADMINISTRADOR	S/3,085.00	S/3,085.00	S/3,085.00	S/3,085.00										
VENDEDORES	S/1,485.00	S/1,485.00	S/1,485.00	S/1,485.00										
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/2,585.00	S/2,585.00	S/2,585.00	S/2,585.00										
MAESTRO CERVECERO	S/3,085.00	S/3,085.00	S/3,085.00	S/3,085.00										
CHOFER	S/1,285.00	S/1,285.00	S/1,285.00	S/1,285.00										
OPERARIO DE PRODUCCION	S/1,285.00	S/1,285.00	S/1,285.00	S/1,285.00										
ES SALUD	S/1,089.90	S/1,089.90	S/1,089.90	S/1,089.90										
GRATIFICACIONES	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/13,199.90	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/13,199.90	S/0.00	S/0.00
CTS	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/5,410.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/6,055.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
MATERIALES														
Uniformes	S/100.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00									
Utiles de oficina y limpieza	S/28.81	S/0.00	S/0.00	S/28.81	S/0.00	S/0.00	S/28.81	S/0.00	S/0.00	S/28.81	S/0.00	S/0.00	S/28.81	S/0.00
IGV Materiales	S/23.19	S/0.00	S/0.00	S/5.19	S/0.00	S/0.00	S/5.19	S/0.00	S/0.00	S/5.19	S/0.00	S/0.00	S/5.19	S/0.00
SERVICIOS														
Luz S/.	S/576.35	S/576.35	S/566.89	S/380.64	S/380.64	S/386.49	S/501.65	S/501.65	S/515.74	S/793.14	S/793.14	S/795.17	S/830.35	S/830.35
Agua S/.	S/388.59	S/387.64	S/360.51	S/192.87	S/193.45	S/210.23	S/313.89	S/315.30	S/355.72	S/605.37	S/605.57	S/610.92	S/642.60	S/640.70
Telefono/Internet/Cable	S/199.00	S/199.00	S/199.00	S/199.00										
Igv Telefono/Internet/Cable	S/35.82	S/35.82	S/35.82	S/35.82										
CONTABILIDAD	S/423.73	S/423.73	S/423.73	S/423.73										
Igv CONTABILIDAD	S/76.27	S/76.27	S/76.27	S/76.27										
LIMPIEZA	S/762.71	S/762.71	S/762.71	S/762.71										
Igv LIMPIEZA	S/137.29	S/137.29	S/137.29	S/137.29										
MANTENIMIENTO														
PLAN DE MANTENIMIENTO	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/5,200.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/5,200.00	S/0.00	S/0.00
IGV PLAN DE MANTENIMIENTO	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/936.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/936.00	S/0.00	S/0.00
REPOSICION														
PLAN DE REPOSICION	S/0.00	S/455.10	S/0.00	S/0.00										
IGV PLAN DE REPOSICION	S/0.00	S/81.92	S/0.00	S/0.00										
RENOVACION DE SOFTWARE														
RENOVACION	S/0.00	S/6,938.00	S/0.00	S/0.00										
IGV RENOVACION	S/0.00	S/1,248.84	S/0.00	S/0.00										
PUBLICIDAD														
PUBLICIDAD	S/6,016.95	S/6,016.95	S/762.71	S/932.20	S/762.71	S/762.71	S/932.20	S/762.71	S/762.71	S/762.71	S/6,016.95	S/6,016.95	S/6,016.95	S/6,016.95
PUBLICIDAD IGV	S/1,083.05	S/1,083.05	S/137.29	S/167.80	S/137.29	S/137.29	S/167.80	S/137.29	S/137.29	S/137.29	S/1,083.05	S/1,083.05	S/1,083.05	S/1,083.05
RESPONSABILIDAD SOCIAL														
Reforestacion de parque aledaño al inmueble	S/0.00	S/1,000.00	S/1,000.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00								
Evento navideño para niños de la comunidad.	S/0.00	S/1,000.00	S/0.00	S/0.00										
Eventos de integracion de trabajadores y su familia	S/0.00	S/4,000.00	S/0.00	S/0.00										
IGV RESPONSABILIDAD SOCIAL	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/180.00	S/180.00	S/900.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00	S/0.00
PRESTAMO														
CUOTAS	S/4,888.33	S/4,888.33	S/4,888.33	S/4,888.33										
IMPUESTO														
IMPUESTO A LA RENTA	S/0.00	S/372.17	S/896.45	S/896.45	S/603.84	S/191.65	S/191.65	S/372.58	S/627.46	S/627.46	S/1,063.26	S/1,677.17	S/1,677.17	S/1,740.14
PAGO IGV AL ESTADO	S/0.00	S/4,634.87	S/13,629.03	S/16,006.64	S/21,428.80	S/33,510.17	S/33,414.43	S/0.00						
TOTAL EGRESOS	S/43,811.03	S/68,193.29	S/26,521.29	S/26,486.09	S/32,326.27	S/62,848.23	S/46,616.54	S/64,598.54	S/89,488.64	S/93,655.24	S/136,474.34	S/155,694.28	S/120,976.51	S/107,845.44
INGRESOS - EGRESOS	S/14,533.34	S/2,327.28	S/43,999.28	S/21,016.11	S/17,249.61	S/47,771.57	S/17,306.65	S/15,238.57	S/40,128.68	S/10,011.99	S/4,536.91	S/23,756.85	S/15,914.70	S/36,024.05
CAJA INICIAL	S/0.00	S/14,533.34	S/12,206.06	S/31,793.23	S/52,809.33	S/35,559.72	S/12,211.84	S/29,518.49	S/44,757.07	S/84,885.75	S/94,897.74	S/99,434.65	S/123,191.51	S/107,276.81
CAJA FINAL	S/14,533.34	S/12,206.06	S/31,793.23	S/52,809.33	S/35,559.72	S/12,211.84	S/29,518.49	S/44,757.07	S/84,885.75	S/94,897.74	S/99,434.65	S/123,191.51	S/107,276.81	S/107,276.81

Liquidación del IGV.

Tabla 146.

Liquidación del IGV anual desde el año "1" hasta el año "5"

LIQUIDACION IGV ANUAL	AÑO 0	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
IGV Ventas	S/.0.00	S/.144,123.10	S/.167,352.70	S/.191,766.87	S/.217,457.50	S/.244,523.75
IGV Venta de Activo Fijo	0	0	0	0	0	17496.3456
IGV Materia Prima	0	-S/.59,525.85	-S/.64,822.49	-S/.72,974.05	-S/.81,268.46	-S/.79,888.73
IGV CIF	0	-S/.31,672.85	-S/.31,788.95	-S/.32,167.02	-S/.32,228.62	-S/.32,228.62
IGV Gastos Administrativos	0	-S/.15,082.31	-S/.15,128.58	-S/.15,128.58	-S/.15,128.58	-S/.15,128.58
IGV Gasto de Ventas	0	-S/.17,432.43	-S/.17,482.98	-S/.21,931.54	-S/.21,931.54	-S/.21,931.54
IGV Inversiones	-82429.76857					
IGV NETO	-S/.82,429.77	S/.20,409.65	S/.38,129.70	S/.49,565.67	S/.66,900.30	S/.112,842.62
Crédito Fiscal	-S/.82,429.77	-S/.82,429.77	-S/.62,020.11	-S/.23,890.42	S/.25,675.25	S/.92,575.55
NETO A PAGAR	-S/.82,429.77	-S/.62,020.11	-S/.23,890.42	S/.25,675.25	S/.92,575.55	S/.205,418.17

Resumen de estructura de inversiones.

Tabla 147.

El cuadro de la estructura de inversiones en el año "0":

ESTRUCTURA DE INVERSIONES DEL AÑO 0				
DESCRIPCION	INVERSION	IGV	INVERSION + IGV	PARTICIPACION
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/.199,153.84	S/.35,847.69	S/.235,001.53	60.86%
INTANGIBLES	S/.5,450.00	S/.981.00	S/.6,431.00	1.67%
CAPITAL DE TRABAJO	S/.17,057.96	S/.0.00	S/.17,057.96	4.42%
GASTOS PRE OPERATIVOS	S/.88,896.07	S/.16,001.29	S/.104,897.37	27.17%
INVENTARIO INICIAL	S/.19,251.74	S/.3,465.31	S/.22,717.05	5.88%
TOTALES	S/.310,557.87	S/.56,295.30	S/.386,104.91	100%

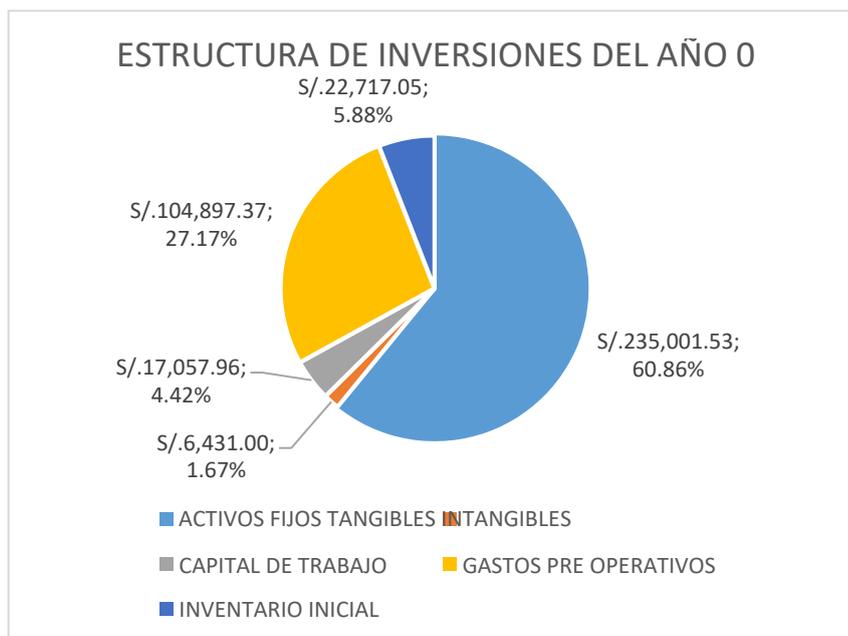


Figura 74. Diagrama de pastel de la estructura de inversiones en el año “0”

7.2. Financiamiento

Estructura de financiamiento.

Tabla 148.

Estructura de financiamiento del proyecto

CAPITAL PROPIO	DEUDA
S/.141,899.28	S/.244,205.63
37.42%	64.40%

El 37.42% estará financiado por los accionistas del proyecto y el restante será financiado por capital de deuda que es un total de 64.40%.

Financiamiento del activo fijo.

La inversión para el activo fijo, es la principal herramienta para la puesta en marcha del proyecto, y se encuentra conformada por el MEHUMU, así mismo el transporte que servirá para el traslado del producto final, El 100% del activo fijo estará cubierto por deuda de financiamiento que asciende a S/. 235,001.53, En el Cuadro N° 92 se puede visualizar como está compuesto la inversión en Activo Fijo de una estructura total de financiamiento de s/. 386,104.91.

Tabla 149.

Tabla de estructura de financiamiento de acuerdo a todos los activos valorables.

ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO				
INVERSION	MONTO INVERSION	FINANCIADO POR	MONTO INVERTIDO	%
ACTIVOS FIJOS TANGIBLES	S/.235,001.53	DEUDA	S/.235,001.53	100%
INTANGIBLES	S/.6,431.00	CAPITAL PROPIO	S/.6,431.00	100%
GASTOS PRE OPERATIVOS	S/.104,897.37	CAPITAL PROPIO	S/.104,897.37	100%
CAPITAL DE TRABAJO	S/.17,057.96	CAPITAL PROPIO	S/.7,853.86	46%
		DEUDA	S/.9,204.09	54%
INVENTARIO INICIAL	S/.22,717.05	CAPITAL PROPIO	S/.22,717.05	100%
TOTAL	S/.386,104.91			

Financiamiento del capital de trabajo.

Para cubrir el monto de inversión de capital de trabajo, se tiene dos fuentes de financiamiento (Financiamiento de socios).

Tabla 150.

Financiamiento de los socios emprendedores.

SOCIOS(APORTES)	APORTE	PARTICIPACION
DIONICIO MELENDEZ	S/.28,379.86	20%
GIANCARLO ILLESCAS	S/.28,379.86	20%
JAVIER YUMBATO	S/.28,379.86	20%
ALBERTO HUAMAN	S/.28,379.86	20%
CRISTIAN RIVAS	S/.28,379.86	20%
TOTAL	S/.141,899.28	100%

Nota: Aporte de socios en cantidades (soles) y porcentajes

Trasladar cuadro de financiamiento colocar monto interes amortizacion

Tabla 151.

Financiamiento por endeudamiento.

CAPITAL DE TRABAJO	S/.17,057.96	CAPITAL PROPIO	S/.7,853.86	46%
		DEUDA	S/.9,204.09	54%

Como se puede verificar en la tabla N° 94 el financiamiento para el capital de trabajo se divide en fuentes, aporte de accionistas y endeudamiento. 46% y 54% respectivamente.

En ese contexto se puede verificar que el financiamiento está dividido en dos fuentes, 36.75% de capital propio, inversión de los accionistas y 63.25% de endeudamiento, como su puede apreciar en la figura N° 58.

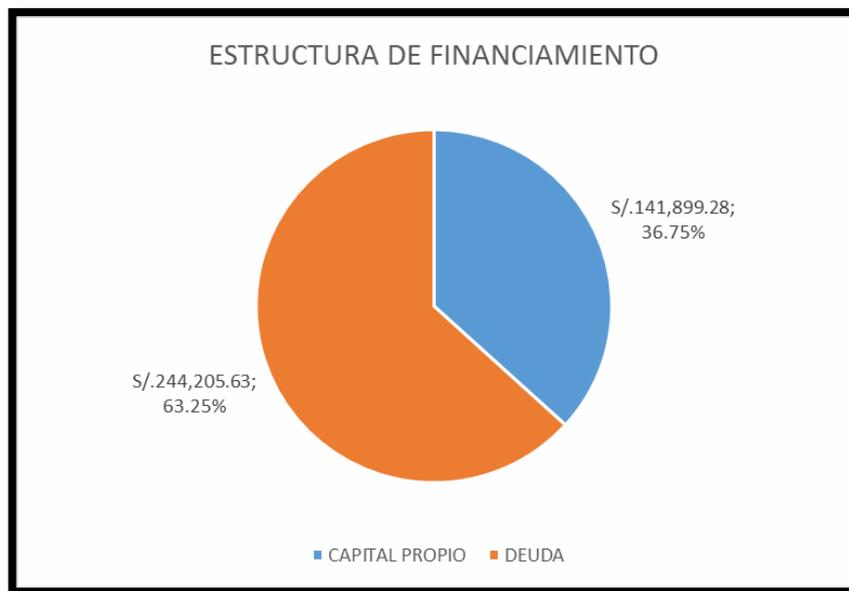


Figura 75. Gráfico de pastel de la estructura de financiamiento donde se puede visualizar que el 30% del financiamiento es aporte de los accionistas.

7.3. Ingresos anuales

Ingresos por ventas.

Tabla 152.

En el presente cuadro se puede visualizar los ingresos que tendrá Sweetbeer por cada canal de ventas para el año 1.

VENTAS AÑO 1														
VENTAS CANTIDADES	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Ene-19	Feb-19
BAR	3118	3118	3118	667	667	667	2182	2182	2182	5833	5833	5833	6360	6360
RESTAURANT	1808	1808	1808	386	386	386	1265	1265	1265	3382	3382	3382	3688	3688
ESTACION DE SERVICIO	1939	1939	1939	414	414	414	1357	1357	1357	3627	3627	3627	3952	3952
MARKET TIPO TAMBO	1153	1153	1153	246	246	246	807	807	807	2157	2157	2157	2352	2352
TOTAL	8017	8017	8017	1714	1714	1714	5611	5611	5611	14999	14999	14999	16358	16358
VENTAS SOLES	Ene-18	Feb-18	Mar-18	Abr-18	May-18	Jun-18	Jul-18	Ago-18	Set-18	Oct-18	Nov-18	Dic-18	Ene-19	Feb-19
BAR	S/.22,369	S/.22,369	S/.22,369	S/.4,782	S/.4,782	S/.4,782	S/.15,657	S/.15,657	S/.15,657	S/.41,851	S/.41,851	S/.41,851	S/.45,634	S/.45,634
RESTAURANT	S/.12,044	S/.12,044	S/.12,044	S/.2,575	S/.2,575	S/.2,575	S/.8,430	S/.8,430	S/.8,430	S/.22,533	S/.22,533	S/.22,533	S/.24,571	S/.24,571
ESTACION DE SERVICIO	S/.15,897	S/.15,897	S/.15,897	S/.3,399	S/.3,399	S/.3,399	S/.11,127	S/.11,127	S/.11,127	S/.29,743	S/.29,743	S/.29,743	S/.32,433	S/.32,433
MARKET TIPO TAMBO	S/.9,453	S/.9,453	S/.9,453	S/.2,021	S/.2,021	S/.2,021	S/.6,616	S/.6,616	S/.6,616	S/.17,689	S/.17,689	S/.17,689	S/.19,284	S/.19,284
TOTAL	S/.59,763	S/.59,763	S/.59,763	S/.12,777	S/.12,777	S/.12,777	S/.41,830	S/.41,830	S/.41,830	S/.111,811	S/.111,811	S/.111,811	S/.121,925	S/.121,925
BAR 50% En 30 dias	S/.11,184.62	S/.22,369.24	S/.22,369.24	S/.13,575.79	S/.4,782.32	S/.4,782.32	S/.10,219.70	S/.15,657.06	S/.15,657.06	S/.28,753.91	S/.41,850.77	S/.41,850.77	S/.43,743.20	S/.45,635.64
RESTAURANT 50% En 30 dias	S/.6,021.97	S/.12,043.94	S/.12,043.94	S/.7,309.41	S/.2,574.89	S/.2,574.89	S/.5,502.44	S/.8,430.00	S/.8,430.00	S/.15,481.55	S/.22,533.10	S/.22,533.10	S/.23,552.04	S/.24,570.93
ESTACION DE SERVICIO 70% En 30 dias	S/.4,769.24	S/.15,897.47	S/.15,897.47	S/.12,147.85	S/.3,398.73	S/.3,398.73	S/.5,717.28	S/.11,127.23	S/.11,127.23	S/.16,711.86	S/.29,742.68	S/.29,742.68	S/.30,549.64	S/.32,432.53
MARKET TIPO TAMBO 70% En 30 dias	S/.2,835.76	S/.9,452.55	S/.9,452.55	S/.7,223.04	S/.2,020.87	S/.2,020.87	S/.3,399.47	S/.6,616.19	S/.6,616.19	S/.9,936.78	S/.17,684.84	S/.17,684.84	S/.18,164.63	S/.19,284.27
TOTAL	S/.24,811.60	S/.59,763.20	S/.59,763.20	S/.40,256.10	S/.12,776.83	S/.12,776.83	S/.24,838.89	S/.41,830.48	S/.41,830.48	S/.70,884.11	S/.111,811.38	S/.111,811.38	S/.116,009.50	S/.121,923.30
IGV	S/.4,466.09	S/.10,757.38	S/.10,757.38	S/.7,246.10	S/.2,299.83	S/.2,299.83	S/.4,471.00	S/.7,529.49	S/.7,529.49	S/.12,759.14	S/.20,126.05	S/.20,126.05	S/.20,881.71	S/.21,946.19
TOTAL + IGV	S/.29,277.68	S/.70,520.58	S/.70,520.58	S/.47,502.20	S/.15,076.66	S/.15,076.66	S/.29,309.89	S/.49,359.96	S/.49,359.96	S/.83,643.25	S/.131,937.43	S/.131,937.43	S/.136,891.20	S/.143,869.49

Recuperación de capital de trabajo.

Tabla 153.

Tabla de recuperación del capital de trabajo año a año desde "0" hasta el "5".

CAPITAL DE TRABAJO ANUAL	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	0	743488.481	863323.137	989268.624	1121798.97	1261425.74
CAPITAL DE TRABAJO NECESARIO	0	10158.676	11796.0403	13516.9	15327.7322	17235.5265
INVERSION DE CAPITAL DE TRABAJO	-10158.676	-1637.36424	-1720.85974	-1810.83214	-1907.79434	0
RECUPERACION DE CAPITAL DE TRABAJO	0	0	0	0	0	17235.5265

Valor de Desecho Neto del activo fijo.

Tabla 154.

Después de realizar el cálculo del deshecho neto obtuvimos S/. 97'201.92 que hasta el año "5" se irán depreciando los activos. además, se muestra la depreciación por áreas.

VALOR DE DESECHO NETO DEL ACTIVO FIJO					
ACTIVO FIJO	VALOR ADQUISICIÓN	DEPRECIACION ACUMULADA	VALOR EN LIBROS	VALOR COMERCIAL AÑO 5	DESECHO NETO
OPERACIONES	S/.199,153.84	S/.106,951.92	S/.92,201.92	S/.92,201.92	S/.92,201.92
ADMINISTRACION	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
VENTAS	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTAL	S/.199,153.84	S/.106,951.92	S/.92,201.92	S/.92,201.92	S/.92,201.92

IGV POR VENTA	S/.16,596.35
VALOR DESECHO + IGV	S/.108,798.27

7.4. Costos y gastos anuales

Egresos desembolsables

Presupuesto de materias primas e insumos.

Tabla 155.

Presupuesto de insumos año 1

PROGRAMA DE COMPRA DEL AÑO 2018	CANTIDAD	COMPRAS
MALTA PALE ALE	180	S/.32,400.00
MALTA CRYSTAL	20	S/.4,000.00
MALTA DE TRIGO LAMINADO	20	S/.3,800.00
LÚPULO FUGLES	9	S/.40,410.00
AGUA	319697	S/.9,590.91
LEVADURA SAFALE	9	S/.89,100.00
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CEREZA)	214	S/.55,640.00
CLARIFICANTE	2	S/.2,000.00
BOTELLAS	105	S/.40,950.00
ETIQUETAS	105	S/.9,975.00
CHAPAS	105	S/.7,875.00
Cajas	6	S/.5,340.00
Cinta Embalaje	3	S/.870.00
TOTAL		S/.295,740.91
TOTAL MAS IGV		S/.348,974.27

Nota: resumen de cantidades y total a pagar durante el año

Tabla 156.

Presupuesto de insumos año 2

PROGRAMA DE COMPRA DEL AÑO 2019	CANTIDAD	COMPRAS
MALTA PALE ALE	186	S/.33,480.00
MALTA CRYSTAL	20	S/.4,000.00
MALTA DE TRIGO LAMINADO	20	S/.3,800.00
LÚPULO FUGLES	9	S/.40,410.00
AGUA	332831	S/.9,984.93
LEVADURA SAFALE	9	S/.89,100.00
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CEREZA)	222	S/.57,720.00
CLARIFICANTE	1	S/.1,000.00
BOTELLAS	110	S/.42,900.00
ETIQUETAS	110	S/.10,450.00
CHAPAS	110	S/.8,250.00
Cajas	5	S/.4,450.00
Cinta Embalaje	2	S/.580.00
TOTAL		S/.301,094.93
TOTAL MAS IGV		S/.355,292.02

Nota: resumen de cantidades y total a pagar durante el año

Tabla 157.

Presupuesto de insumos año 3

PROGRAMA DE COMPRA DEL AÑO 2020	CANTIDAD	COMPRAS
MALTA PALE ALE	211	S/.37,980.00
MALTA CRYSTAL	22	S/.4,400.00
MALTA DE TRIGO LAMINADO	22	S/.4,180.00
LÚPULO FUGLES	10	S/.44,900.00
AGUA	377380	S/.11,321.40
LEVADURA SAFALE	10	S/.99,000.00
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CEREZA)	251	S/.65,260.00
CLARIFICANTE	1	S/.1,000.00
BOTELLAS	126	S/.49,140.00
ETIQUETAS	126	S/.11,970.00
CHAPAS	126	S/.9,450.00
Cajas	7	S/.6,230.00
Cinta Embalaje	2	S/.580.00
TOTAL		S/.338,601.40
TOTAL MAS IGV		S/.399,549.65

Nota: resumen de cantidades y total a pagar durante el año

Tabla 158.

Presupuesto de insumo año 4

PROGRAMA DE COMPRA DEL AÑO 2021	CANTIDAD	COMPRAS
MALTA PALE ALE	239	S/.43,020.00
MALTA CRYSTAL	26	S/.5,000.00
MALTA DE TRIGO LAMINADO	26	S/.4,940.00
LÚPULO FUGLES	11	S/.49,390.00
AGUA	426048	S/.12,781.44
LEVADURA SAFALE	11	S/.108,900.00
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CEREZA)	284	S/.73,840.00
CLARIFICANTE	1	S/.1,000.00
BOTELLAS	142	S/.55,380.00
ETIQUETAS	142	S/.13,490.00
CHAPAS	142	S/.10,650.00
Cajas	7	S/.6,230.00
Cinta Embalaje	3	S/.870.00
TOTAL		S/.378,391.44
TOTAL MAS IGV		S/.446,501.90

Nota: resumen de cantidades y total a pagar durante el año

Tabla 159.

Presupuesto de insumos año 5

PROGRAMA DE COMPRA DEL AÑO 2022	CANTIDAD	COMPRAS
MALTA PALE ALE	228	S/.41,040.00
MALTA CRYSTAL	24	S/.4,600.00
MALTA DE TRIGO LAMINADO	24	S/.4,560.00
LÚPULO FUGLES	11	S/.49,390.00
AGUA	407875	S/.12,236.25
LEVADURA SAFALE	11	S/.108,900.00
CONCENTRADO SABOR FRUTOS ROJOS (CEREZA)	272	S/.70,720.00
CLARIFICANTE	2	S/.2,000.00
BOTELLAS	138	S/.53,820.00
ETIQUETAS	138	S/.13,110.00
CHAPAS	138	S/.10,350.00
Cajas	7	S/.6,230.00
Cinta Embalaje	3	S/.870.00
TOTAL		S/.370,726.25
TOTAL MAS IGV		S/.437,456.98

Nota: resumen de cantidades y total a pagar durante el año

Presupuesto de Mano de Obra Directa.

La mano de obra directa comprende diferentes conceptos como son: Salarios, prestaciones sociales, gratificaciones, Compensación por tiempo de servicio (CTS), gratificaciones, y demás conceptos laborales que se paga Sweetbeer asumirá por las personas que participan de forma directa o indirectamente en la producción de la cerveza artesanal frutada.

Tabla 160.

Presupuesto por mano de obra directa.

Centro de operaciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operarios - MOD	2	3	3	3	4
PLANILLA	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Sueldos	S/.15,420.00	S/.30,840.00	S/.30,840.00	S/.30,840.00	S/.46,260.00
EsSalud	S/.1,387.80	S/.2,659.95	S/.2,775.60	S/.2,775.60	S/.4,047.75
Gratificaciones	S/.2,801.30	S/.5,602.60	S/.5,602.60	S/.5,602.60	S/.8,403.90
cts	S/.1,285.00	S/.2,570.00	S/.2,570.00	S/.2,570.00	S/.3,855.00
total	S/.20,894.10	S/.41,672.55	S/.41,788.20	S/.41,788.20	S/.62,566.65
Centro de operaciones	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Operarios - MOD	2	3	3	3	4

Nota: En la presente tabla se muestra los costos anuales de la mano de obra directa

Presupuesto de costos indirectos.

Tabla 161.

En la presente tabla se puede verificar información anual de los costos indirectos.

AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022	TOTAL
S/.133,607.40	S/.134,252.40	S/.134,252.40	S/.134,252.40	S/.134,252.40	S/.670,617.00
S/.24,060.00	S/.23,730.00	S/.28,230.00	S/.31,240.00	S/.30,560.00	S/.137,820.00
S/.64,424.93	S/.64,424.93	S/.64,424.93	S/.64,424.93	S/.64,424.93	S/.322,124.66
S/.20,590.38	S/.20,590.38	S/.20,590.38	S/.20,590.38	S/.20,590.38	S/.102,951.92
S/.3,570.76	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.3,570.76
S/.222,092.33	S/.222,407.33	S/.226,907.33	S/.229,917.33	S/.229,237.33	S/.1,130,561.66

Presupuesto de gastos de administración.

Los gastos de administración están comprendidos por parte de los servicios que serán contratados por la organización emprendedora (Sweetbeer)

Tabla 162.

Gastos por contratación de administrador.

PERSONAL	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
ADMINISTRADOR	S/.49,905.02	S/.50,162.10	S/.50,162.10	S/.50,162.10	S/.50,162.10

Tabla 163.

Gastos por contratación de servicios.

SERVICIO ADMINISTRACION	PARTICIPACION	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
SERVICIO DE LUZ	10%	S/.406.35	S/.406.35	S/.406.35	S/.406.35	S/.406.35
SERVICIO DE AGUA	10%	S/.180.48	S/.180.48	S/.180.48	S/.180.48	S/.180.48
TELEFONIA	20%	S/.477.60	S/.477.60	S/.477.60	S/.477.60	S/.477.60
ALQUILER	25%	S/.27,000.00	S/.27,000.00	S/.27,000.00	S/.27,000.00	S/.27,000.00
GARANTIA	25%	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
ADECUACIONES	25%	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
ARBITRIOS	100%	S/.2,400.00	S/.2,400.00	S/.2,400.00	S/.2,400.00	S/.2,400.00
CONTABILIDAD	100%	S/.5,084.75	S/.5,084.75	S/.5,084.75	S/.5,084.75	S/.5,084.75
LIMPIEZA	20%	S/.1,830.51	S/.1,830.51	S/.1,830.51	S/.1,830.51	S/.1,830.51
TOTAL	0%	S/.37,379.68	S/.37,379.68	S/.37,379.68	S/.37,379.68	S/.37,379.68

Tabla 164.

Gastos por adquisición de materiales de oficina.

MATERIALES DE OFICINA	2018	2019	2020	2021	2022
MATERIALES DE OFICINA - GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/.633.90	S/.633.90	S/.633.90	S/.633.90	S/.633.90
IGV	S/.114.10	S/.114.10	S/.114.10	S/.114.10	S/.114.10
TOTAL + IGV	S/.748.00	S/.748.00	S/.748.00	S/.748.00	S/.748.00

Tabla 165.

Resumen de gastos sin IGV

RESUMEN SIN IGV	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
PERSONAL	S/.49,905.02	S/.50,162.10	S/.50,162.10	S/.50,162.10	S/.50,162.10
SERVICIO ADMINISTRACION	S/.37,379.68	S/.37,379.68	S/.37,379.68	S/.37,379.68	S/.37,379.68
MATERIALES DE OFICINA	S/.633.90	S/.633.90	S/.633.90	S/.633.90	S/.633.90
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS					
AMORTIZACION INTANGIBLES	8239.0066	0	0	0	0
TOTAL	S/.96,157.60	S/.88,175.68	S/.88,175.68	S/.88,175.68	S/.88,175.68

Tabla 166.

Flujo de caja desde el año "0" hasta el año "5"

FLUJO DE CAJA	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
PERSONAL	49905.01667	50162.1	50162.1	50162.1	50162.1
SERVICIO ADMINISTRACION	37379.68008	37379.68008	37379.68008	37379.68008	37379.68008
MATERIALES DE OFICINA	633.8983051	633.8983051	633.8983051	633.8983051	633.8983051
TOTAL	87918.59505	88175.67838	88175.67838	88175.67838	88175.67838
IGV	15825.34711	15871.62211	15871.62211	15871.62211	15871.62211
TOTAL + IGV	103743.9422	104047.3005	104047.3005	104047.3005	104047.3005

Presupuesto de gastos de ventas.

Tabla 167.

Gastos incurridos por contratación de personal de ventas.

PERSONAL	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
VENDEDORES	S/.23,187.02	S/.23,294.10	S/.23,294.10	S/.23,294.10	S/.23,294.10
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.39,728.35	S/.39,902.10	S/.39,902.10	S/.39,902.10	S/.39,902.10
TOTAL	S/.62,915.37	S/.63,196.20	S/.63,196.20	S/.63,196.20	S/.63,196.20

Tabla 168.

Gastos incurridos contratación servicios.

SERVICIO VENTAS	PARTICIPACION	NOVIEMBRE	DICIEMBRE	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
SERVICIO DE LUZ	10%	S/.33.86	S/.33.86	S/.406.35	S/.406.35	S/.406.35	S/.406.35	S/.406.35
SERVICIO DE AGUA	10%	S/.15.04	S/.15.04	S/.180.48	S/.180.48	S/.180.48	S/.180.48	S/.180.48
TELEFONIA	70%	S/.139.30	S/.139.30	S/.1,671.60	S/.1,671.60	S/.1,671.60	S/.1,671.60	S/.1,671.60
ALQUILER	25%	S/.2,250.00	S/.2,250.00	S/.27,000.00	S/.27,000.00	S/.27,000.00	S/.27,000.00	S/.27,000.00
GARANTIA	25%	S/.4,500.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
ADECUACIONES	25%	S/.4,299.63	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
ARBITRIOS	0%	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
CONTABILIDAD	0%	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
LIMPIEZA	20%	S/.152.54	S/.152.54	S/.1,830.51	S/.1,830.51	S/.1,830.51	S/.1,830.51	S/.1,830.51
TOTAL		S/.11,390.37	S/.2,590.74	S/.31,088.93	S/.31,088.93	S/.31,088.93	S/.31,088.93	S/.31,088.93

Tabla 169.

Gastos incurridos por adquisición de materiales.

MATERIALES DE OFICINA	2018	2019	2020	2021	2022
MATERIALES DE OFICINA - GASTOS DE VENTAS	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27
IGV	S/.211.73	S/.211.73	S/.211.73	S/.211.73	S/.211.73
TOTAL +IGV	S/.1,388.00	S/.1,388.00	S/.1,388.00	S/.1,388.00	S/.1,388.00

Tabla 170.

Gastos incurridos por publicidad.

PUBLICIDAD	año 2018	año 2019	año 2020	año 2021	año 2022
Total sin IGV	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71
IGV	S/.29,837.29	S/.29,837.29	S/.29,837.29	S/.29,837.29	S/.29,837.29
Total con IGV	S/.195,600.00	S/.195,600.00	S/.195,600.00	S/.195,600.00	S/.195,600.00

Tabla 171.

Flujo de caja desde el año "1" hasta el año "5".

FLUJO DE CAJA	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
PERSONAL	S/.62,915.37	S/.63,196.20	S/.63,196.20	S/.63,196.20	S/.63,196.20
SERVICIO VENTAS	S/.11,390.37	S/.2,590.74	S/.31,088.93	S/.31,088.93	S/.31,088.93
MATERIALES DE OFICINA	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27
PUBLICIDAD	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71
TOTAL	S/.241,244.72	S/.232,725.93	S/.261,224.12	S/.261,224.12	S/.261,224.12
IGV	S/.43,424.05	S/.41,890.67	S/.47,020.34	S/.47,020.34	S/.47,020.34
TOTAL + IGV	S/.284,668.77	S/.274,616.59	S/.308,244.46	S/.308,244.46	S/.308,244.46

Tabla 172.

Resumen por los gastos de ventas sin IGV.

RESUMEN GASTOS VENTAS SIN IGV	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
PERSONAL	S/.62,915.37	S/.63,196.20	S/.63,196.20	S/.63,196.20	S/.63,196.20
SERVICIO VENTAS	S/.11,390.37	S/.2,590.74	S/.31,088.93	S/.31,088.93	S/.31,088.93
MATERIALES DE OFICINA	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27	S/.1,176.27
PUBLICIDAD	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71	S/.165,762.71
DEPRECIACION ACTIVOS FIJOS					
AMORTIZACION INTANGIBLES	S/.3,696.20	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTAL	S/.244,940.92	S/.232,725.93	S/.261,224.12	S/.261,224.12	S/.261,224.12

Egresos no desembolsables

Depreciación.

Los activos que fueron adquiridos en Sweetbeer, tienen un periodo de uso, por lo que en el tiempo tiende a depreciarse.

Tabla 173.

Depreciación de los activos del área de producción.

PRODUCCION										
DEPRECIACION										
DESCRIPCION	VIDA UTIL(AÑOS)	DEPRECIACIONAÑO 1	DEPRECIACIONAÑO 2	DEPRECIACIONAÑO 3	DEPRECIACIONAÑO 4	DEPRECIACIONAÑO 5	DEPRECIACIONTOTAL	VALOR EN LIBROS	VALOR MERCADO	VALOR DE DESECHO
EQUIPO DE MOLINO DE MALTA	10	S/.347.27	S/.347.27	S/.347.27	S/.347.27	S/.347.27	S/.1,736.37	S/.1,736.37	S/.1,736.37	S/.1,736.37
EQUIPO FILTRADO DE AGUA	10	S/.136.59	S/.136.59	S/.136.59	S/.136.59	S/.136.59	S/.682.97	S/.682.97	S/.682.97	S/.682.97
MACERADO Y CALDERA	10	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.3,000.00	S/.15,000.00	S/.15,000.00	S/.15,000.00	S/.15,000.00
EQUIPO DE ENFRIAMIENTO (CHILLER)	10	S/.231.52	S/.231.52	S/.231.52	S/.231.52	S/.231.52	S/.1,157.58	S/.1,157.58	S/.1,157.58	S/.1,157.58
FERMENTADORES ISOBARICO	10	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.10,800.00	S/.54,000.00	S/.54,000.00	S/.54,000.00	S/.54,000.00
EMBOTELLADORA ISOBARICO	10	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00
TAPONADORA NEUMATICA	10	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00	S/.5,000.00
ENJUAGUE DE BOTELLAS	5	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.1,000.00	S/.5,000.00	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
Camion	8	S/.4,875.00	S/.4,875.00	S/.4,875.00	S/.4,875.00	S/.4,875.00	S/.24,375.00	S/.14,625.00	S/.14,625.00	S/.14,625.00
TOTALES		S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.22,390.38	S/.111,951.92	S/.97,201.92	S/.97,201.92	S/.97,201.92

Tabla 174.

Depreciación de los activos del área de administración.

ADMINISTRACION										
DESCRIPCION	VIDA UTIL(AÑOS)	DEPRECIACIONAÑO 1	DEPRECIACIONAÑO 2	DEPRECIACIONAÑO 3	DEPRECIACIONAÑO 4	DEPRECIACIONAÑO 5	DEPRECIACIONTOTAL	VALOR EN LIBROS	VALOR MERCADO	VALOR DE DESECHO
LAPTOP	5	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.2,202.54	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTALES		S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.440.51	S/.2,202.54	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00

Tabla 175.

Depreciación de los activos del área de ventas.

VENTAS										
DESCRIPCION	VIDA UTIL(AÑOS)	DEPRECIACIONAÑO 1	DEPRECIACIONAÑO 2	DEPRECIACIONAÑO 3	DEPRECIACIONAÑO 4	DEPRECIACIONAÑO 5	DEPRECIACIONTOTAL	VALOR EN LIBROS	VALOR MERCADO	VALOR DE DESECHO
LAPTOP	5	S/.881.02	S/.881.02	S/.881.02	S/.881.02	S/.881.02	S/.4,405.08	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	5	S/.169.32	S/.169.32	S/.169.32	S/.169.32	S/.169.32	S/.846.61	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
IMPRESORA MATRICIAL	5	S/.304.92	S/.304.92	S/.304.92	S/.304.92	S/.304.92	S/.1,524.58	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00
TOTALES		S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.1,355.25	S/.6,776.27	S/.0.00	S/.0.00	S/.0.00

Amortización de intangibles.

Tabla 176.

En la presente tabla se detalla, la amortización de los activos adquiridos por Sweetbeer

ACTIVOS INTANGIBLES	AMORTIZACION DE INTANGIBLES						
DESCRIPCION	Amortizacion Año 1	Producción	Total	Administrativo	Total	Ventas	Total
CONSTITUCION DE LA EMPRESA		% Dist.		% Dist.		% Dist.	
Certificado de Búsqueda - SUNARP	S/. 4.00	0%	S/. -	100%	S/. 4.00	0%	S/. -
Pago de reserva de nombre ante la SUNARP	S/. 18.00	0%	S/. -	100%	S/. 18.00	0%	S/. -
Pago por Elaboración de Minuta	S/. 354.00	0%	S/. -	100%	S/. 354.00	0%	S/. -
Derechos Notariales (escritura pública)	S/. 708.00	0%	S/. -	100%	S/. 708.00	0%	S/. -
Registro de escritura pública a SUNARP	S/. 90.00	0%	S/. -	100%	S/. 90.00	0%	S/. -
Copia Literal de Partida Electrónica	S/. 25.00	0%	S/. -	100%	S/. 25.00	0%	S/. -
Legalización de 3 Copias Literales	S/. 70.80	0%	S/. -	100%	S/. 70.80	0%	S/. -
Costo de 2 millares de Hojas A4 para la Contabilidad	S/. 37.76	0%	S/. -	100%	S/. 37.76	0%	S/. -
Legalización libros contables	S/. 141.60	0%	S/. -	100%	S/. 141.60	0%	S/. -
TOTAL CONSTITUCION DE LA EMPRESA	S/.1,449.16		S/.0.00		S/.1,449.16		S/.0.00
REGISTRO DE MARCAS O PATENTES							
Búsqueda fonética	S/. 31.00	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 31.00
Busqueda figurativa	S/. 38.46	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 38.46
Registro de marca y Logo (13.90% de la UIT)	S/. 562.95	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 562.95
Registro de Nombre Comercial (13.90% de la UIT)	S/. 549.05	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 549.05
Registro de Código de barras	S/. 500.00	100%	S/. 500.00	0%	S/. -	0%	S/. -
Publicación en Diario El Peruano	S/. 66.81	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 66.81
TOTAL REGISTRO DE MARCAS O PATENTES	S/.1,748.27		S/.500.00		S/.0.00		S/.1,248.27
LICENCIAS Y AUTORIZACIONES							
Local: Distrito de San Luis							
Licencia de Funcionamiento	S/. 160.00	80%	S/. 128.00	10%	S/. 16.00	10%	S/. 16.00
Inscripción de seguridad en Defensa Civil	S/. 706.00	80%	S/. 564.80	10%	S/. 70.60	10%	S/. 70.60
Registro Sanitario	S/. 1,548.00	100%	S/. 1,548.00	0%	S/. -	0%	S/. -
Defensa Civil	S/. 115.00	80%	S/. 92.00	10%	S/. 11.50	10%	S/. 11.50
TOTAL LICENCIAS Y AUTORIZACIONES	S/.2,529.00		S/.2,332.80		S/.98.10		S/.98.10
SOFTWARE Y LICENCIAS							
Antivirus Kaspersky Total Security	S/. 403.56	0%	S/. -	33%	S/. 133.17	67%	S/. 270.39
Registro de Dominio www.swetbeer.com.pe	S/. 109.74	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 109.74
Hosting web godaddy incluye correo	S/. 538.08	0%	S/. -	0%	S/. -	100%	S/. 538.08
Office Office 365 Business	S/. 1,235.46	0%	S/. -	33%	S/. 407.70	67%	S/. 827.76
Programa Tipo ERP Open de Facturación,Compra Venta, Almacén	S/. 5,900.00	0%	S/. -	100%	S/. 5,900.00	0%	S/. -
TOTAL SOFTWARE Y AUTORIZACIONES	S/.8,186.84		S/.0.00		S/.6,440.88		S/.1,745.96
TOTALES	S/.13,913.27		S/.2,832.80		S/.7,988.14		S/.3,092.33

Gasto por activos fijos no depreciables.

Los costos fijos no depreciables son los gastos.

Tabla 177.

Cuadro Resumen de los activos que no se deprecian, distribuido por áreas.

RESUMEN	
PRODUCCION	S/.4,006.78
ADMINISTRACION	S/.1,308.47
VENTAS	S/.6,136.44

Tabla 178.

Cuadro de activos que no se deprecian en el tiempo para el área de producción.

PRODUCCION						
EQUIPOS	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	C.U	IGV 18%	C.U.(SIN IGV)	C.T.(SIN IGV)
BALANZA GRANDE	PESADO DE 100 KG	1	S/.499.00	S/.76.12	S/.422.88	S/.422.88
BALANZA CHICA	PESADO DE 5KG	1	S/.199.00	S/.114.25	S/.84.75	S/.84.75
SMARTPHONE	BASICO CON CORREO	1	S/.499.00	S/.76.12	S/.422.88	S/.422.88
Cuchilla Stanly	Cuchilla Stanly	5	S/.100.00	S/.15.25	S/.84.75	S/.423.73
Llaves allen	juego de llaves allen	1	S/.50.00	S/.7.63	S/.42.37	S/.42.37
Llave de tubo	Llave de tubo de 24"	1	S/.80.00	S/.12.20	S/.67.80	S/.67.80
Martillo de goma	Mazo de Goma 20 oz	1	S/.40.00	S/.6.10	S/.33.90	S/.33.90
Marillo carpintero	Mazo carpintero 20 oz	1	S/.40.00	S/.6.10	S/.33.90	S/.33.90
Juego de destornilladores	Juego de destornilladores	1	S/.100.00	S/.15.25	S/.84.75	S/.84.75
Juego de alicates	Juego de alicates	1	S/.150.00	S/.22.88	S/.127.12	S/.127.12
Juego de llaves de boca	Juego de llaves de boca	1	S/.100.00	S/.15.25	S/.84.75	S/.84.75
Multitester	Multitester	1	S/.50.00	S/.7.63	S/.42.37	S/.42.37
Densímetro con 3 escalas	Densímetro con 3 escalas	2	S/.25.00	S/.3.81	S/.21.19	S/.42.37
Probeta de vidrio de 250 ml	Probeta de vidrio de 250 ml	2	S/.60.00	S/.9.15	S/.50.85	S/.101.69
Cucharon	Cucharon de madera de 1,5 m	2	S/.40.00	S/.6.10	S/.33.90	S/.67.80
Colador	Colador de aluminio	2	S/.50.00	S/.7.63	S/.42.37	S/.84.75
Vasos	Vasos de vidrio	6	S/.5.00	S/.0.76	S/.4.24	S/.25.42
Estanterías	Estante metal 40x100x200cm 500 kg	2	S/.90.00	S/.13.73	S/.76.27	S/.152.54
Termómetro	Termómetro	2	S/.50.00	S/.7.63	S/.42.37	S/.84.75
Muestreador de inox	Muestreador de inox	2	S/.45.00	S/.6.86	S/.38.14	S/.76.27
Pipeta gotero de vidrio	Pipeta gotero de vidrio	2	S/.15.00	S/.2.29	S/.12.71	S/.25.42
Casilleros	Locker 9 casilleros de metal	1	S/.600.00	S/.91.53	S/.508.47	S/.508.47
Estantes	Estante gigante 4 niveles	2	S/.500.00	S/.76.27	S/.423.73	S/.847.46
Sillas	Sillas de plastico	4	S/.35.00	S/.5.34	S/.29.66	S/.118.64
TOTAL						S/.4,006.78

Tabla 179.

Cuadro de activos que no se deprecian en el tiempo para el área de Administración.

ADMINISTRACION						
EQUIPOS	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	C.U	IGV 18%	C.U(SIN IGV)	C.T(SIN IGV)
SMARTPHONE	BASICO CON CORREO	1	S/.499.00	S/.76.12	S/.422.88	S/.422.88
Escritorios	escritorios para oficinas	1	S/.400.00	S/.61.02	S/.338.98	S/.338.98
Sillas	Sillas giratoria para oficinas	2	S/.150.00	S/.22.88	S/.127.12	S/.254.24
Armarios	Armarios para documentar	1	S/.300.00	S/.45.76	S/.254.24	S/.254.24
Cuadros decorativos	cuadros para decorar oficina y recepcion	1	S/.45.00	S/.6.86	S/.38.14	S/.38.14
TOTAL						S/.1,308.47

Tabla 180.

Cuadro de activos que no se deprecian en el tiempo para el área de Ventas.

VENTAS						
EQUIPOS	CARACTERISTICAS	CANTIDAD	C.U	IGV 18%	C.U(SIN IGV)	C.T(SIN IGV)
SMARTPHONE	BASICO CON CORREO	2	S/.499.00	S/.76.12	S/.422.88	S/.845.76
IMPRESORA MULTIFUNCIONAL	IMPRESORA A COLOR Y B/N A4	1	S/.999.00	S/.152.39	S/.846.61	S/.846.61
IMPRESORA MATRICIAL	IMPRESORA A CINTA PARA FACTURAS	1	S/.1,799.00	S/.274.42	S/.1,524.58	S/.1,524.58
Escritorios	escritorios para oficinas	2	S/.400.00	S/.61.02	S/.338.98	S/.677.97
Sillas	Sillas giratoria para oficinas	4	S/.150.00	S/.22.88	S/.127.12	S/.508.47
Armarios	Armarios para documentar	4	S/.300.00	S/.45.76	S/.254.24	S/.1,016.95
Juego mueble para recepción	Sala de espera	1	S/.800.00	S/.122.03	S/.677.97	S/.677.97
Cuadros decorativos	cuadros para decorar oficina y recepcion	1	S/.45.00	S/.6.86	S/.38.14	S/.38.14
TOTAL						S/.6,136.44

Costo de producción unitario y costo total unitario.

- Los costos de producción unitarias son los costos que Sweetbeer asumirá para la elaboración del producto, es decir la cerveza, estos costos son las materias primas que son necesarias para la elaboración de nuestra principal fuente (cerveza artesanal sabor frutado)
- El costo unitario se define como el costo total de la producción de una botella de Sweetbeer, es decir, lo que el cliente ya puede disponer para su consumo. Que incluyen materia prima, envases, etiquetas, chapas. Es el producto final.

Tabla 181.

En la tabla se detalla los costos que genera elaborar una Sweetbeer como producto final

	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
UNIDADES	91023	105693	121113	137338	154432
HORAS HOMBRE	4207.67027	5015.961185	5500.533721	6216.308116	6973.739786
INGRESOS	S/.877,316.41	S/.1,018,721.30	S/.1,167,336.98	S/.1,323,722.78	S/.1,488,482.37
COSTOS DE PRODUCCION	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
MATERIA PRIMA DIRECTA	S/.333,585.02	S/.361,227.42	S/.407,585.45	S/.454,879.90	S/.445,834.98
MANO DE OBRA DIRECTA	S/.20,894.10	S/.41,672.55	S/.41,788.20	S/.41,788.20	S/.62,566.65
CIF	S/.201,731.49	S/.202,492.59	S/.202,492.59	S/.202,492.59	S/.202,492.59
TOTAL COSTO PRODUCCION	S/.556,210.61	S/.605,392.56	S/.651,866.24	S/.699,160.69	S/.710,894.21
COSTO DE PRODUCCION UNITARIO	S/.6.11	S/.4.30	S/.4.04	S/.3.82	S/.3.45
COSTO TOTAL UNITARIO					
GASTOS DE ADMINISTRACION	S/.98,872.91	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27
GASTOS DE VENTAS	S/.114,279.29	S/.114,610.68	S/.143,773.43	S/.143,773.43	S/.143,773.43
COSTO TOTAL	S/.769,362.81	S/.819,179.50	S/.894,815.94	S/.942,110.39	S/.953,843.92
COSTO TOTAL UNITARIO	S/.8.45	S/.5.81	S/.5.54	S/.5.14	S/.4.63

Costos fijos y variables unitarios.

Tabla 182.

Los costos Fijos y los costos variables son los que se detallan en el cuadro.

ESTADO DE RESULTADO (COSTEO DIRECTO)	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 743,840	S/. 653,990	S/. 671,665	S/. 619,349	S/. 543,244
(-) COSTOS VARIABLES	S/. 525,687	S/. 435,202	S/. 421,613	S/. 368,955	S/. 292,850
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 218,154	S/. 218,788	S/. 250,052	S/. 250,394	S/. 250,394
(-) COSTOS FIJOS	S/. 218,154	S/. 218,788	S/. 250,052	S/. 250,394	S/. 250,394
UTILIDAD OPERATIVA	S/. -				

8. Estados financieros proyectados

8.1. Premisas del Estado de Ganancias y Pérdidas y del Flujo de Caja.

De acuerdo al estado de ganancias y pérdidas calculado, demostramos que todos los ingresos y gastos que corresponden a un año en particular. Se puede evidenciar como han incrementado las operaciones al activo neto con los ingresos o, si han bajado con los gastos. Por eso en el presente proyecto se ha proyectado el estado de ganancias y pérdidas para los futuros 5 años. Donde podemos verificar la variación de los ingresos y salidas de efectivo del proyecto que se encuentra cubierto por el estado de ganancias y pérdidas.

8.2. Estado de Ganancias y Pérdidas sin gastos financieros.

La proyección está realizada en soles, para 5 años. Nuestro proyecto atenderá un mercado objetivo de 91023 unidades de cerveza para el primer año; llegando al año 5 con una producción de 154432 unidades, el precio del producto en los 5 años será de S/. 12.50, siempre considerando un escenario conservador, y la adquisición de la materia prima, para la elaboración del producto es 100% al contado, En la tabla N° 110 se puede verificar que para el primer año se visualiza una pérdida, pero a partir del segundo año de producción se puede verificar que la utilidad es positiva.

Tabla 183.

Cuadro de estado de ganancias y pérdidas sin gastos financieros

VENTAS	S/ 743,488.48	S/ 863,323.14	S/ 989,268.62	S/ 1,121,798.97	S/ 1,261,425.74					
(-) Costo de ventas	S/ 525,438.01	S/ 574,503.86	S/ 620,977.54	S/ 668,271.99	S/ 680,005.51					
(-) Materia Prima	S/ 333,585.02	S/ 361,227.42	S/ 407,585.45	S/ 454,879.90	S/ 445,834.98					
(+) Mano de Obra Directa	S/ 20,894.10	S/ 41,672.55	S/ 41,788.20	S/ 41,788.20	S/ 62,566.65					
(-) CIF	S/ 170,958.89	S/ 171,603.89	S/ 171,603.89	S/ 171,603.89	S/ 171,603.89					
UTILIDAD BRUTA	S/ 218,050.47	S/ 288,819.28	S/ 368,291.08	S/ 453,526.98	S/ 581,420.22	29.33%	33.45%	37.23%	40.43%	46.09%
(-) Gastos Operativos	S/ 266,684.48	S/ 238,768.86	S/ 267,931.61	S/ 267,931.61	S/ 267,931.61					
(-) Gastos Administrativos	S/ 98,872.91	S/ 99,176.27	S/ 99,176.27	S/ 99,176.27	S/ 99,176.27					
(-) Gastos de Venta	S/ 114,279.29	S/ 114,610.68	S/ 143,773.43	S/ 143,773.43	S/ 143,773.43					
(-) Depreciación Activo Fijo	S/ 24,981.91	S/ 24,981.91	S/ 24,981.91	S/ 24,981.91	S/ 24,981.91					
(-) Amortización de Intangibles	S/ 15,505.97	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00					
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo	S/ 1,592.70	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00					
(-) Gasto por activo fijo no depreciable	S/ 11,451.69	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00					
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA	-S/ 48,634.01	S/ 50,050.42	S/ 100,359.47	S/ 185,595.37	S/ 313,488.61	-6.54%	5.80%	10.14%	16.54%	24.85%
(+) Ingresos Financieros										
(-) Gastos Financieros										
(-) Pérdida Venta Activo Fijo (Valor en libros)					S/ 92,201.92					
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)					S/ 92,201.92					
(+) Retorno de garantía					S/ 12,000.00					
UTILIDAD ANTES DE I. RENTA	-S/ 48,634.01	S/ 50,050.42	S/ 100,359.47	S/ 185,595.37	S/ 325,488.61					
	S/ 0.00	S/ 14,764.88	S/ 29,606.04	S/ 54,750.63	S/ 96,019.14					
UTILIDAD NETA	-S/ 48,634.01	S/ 64,815.30	S/ 129,965.52	S/ 240,346.00	S/ 421,507.75	-6.54%	7.51%	13.14%	21.43%	33.42%

8.3. Estado de Ganancias y Pérdidas con gastos financieros y escudo fiscal.

Tabla 184.

Cuadro de estado de ganancias y pérdidas con gastos financieros

	0	2018	2019	2020	2021	2022	2018	2019	2020	2021	2022
VENTAS		S/ 743,488.48	S/ 863,323.14	S/ 989,268.62	#####	#####	0	0	0	0	0
(-) Costo de ventas		S/ 525,438.01	S/ 574,503.86	S/ 620,977.54	S/ 668,271.99	S/ 680,005.51	0	0	0	0	0
(-) Materia Prima		S/ 333,585.02	S/ 361,227.42	S/ 407,585.45	S/ 454,879.90	S/ 445,834.98	0	0	0	0	0
(-) Mano de Obra Directa		S/ 20,894.10	S/ 41,672.55	S/ 41,788.20	S/ 41,788.20	S/ 62,566.65	0	0	0	0	0
(-) CIF		S/ 170,958.89	S/ 171,603.89	S/ 171,603.89	S/ 171,603.89	S/ 171,603.89	0	0	0	0	0
UTILIDAD BRUTA		S/ 218,050.47	S/ 288,819.28	S/ 368,291.08	S/ 453,526.98	S/ 581,420.22	29.33%	33.45%	37.23%	40.43%	46.09%
(+) Gastos Operativos		S/ 266,684.48	S/ 238,768.86	S/ 267,931.61	S/ 267,931.61	S/ 267,931.61	0	0	0	0	0
(-) Gastos Administrativos		S/ 98,872.91	S/ 99,176.27	S/ 99,176.27	S/ 99,176.27	S/ 99,176.27	0	0	0	0	0
(-) Gastos de Venta		S/ 114,279.29	S/ 114,610.68	S/ 143,773.43	S/ 143,773.43	S/ 143,773.43	0	0	0	0	0
(-) Depreciación Activo Fijo		S/ 24,981.91	0	0	0	0	0				
(-) Amortización de Intangibles		S/ 15,505.97	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	0	0	0	0	0
(-) Amortiz. Gasto Pre Operativo		S/ 1,592.70	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	0	0	0	0	0
(-) Gasto por activo fijo no depreciable		S/ 11,451.69	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	0	0	0	0	0
EBIT O UTILIDAD OPERATIVA		S/ 48,634.01	S/ 50,050.42	S/ 100,359.47	S/ 185,595.37	S/ 313,488.61	-6.54%	5.80%	10.14%	16.54%	24.85%
(+) Ingresos Financieros		S/ 0.00	0	0	0	0	0				
(-) Gastos Financieros		S/ 40,889.97	S/ 34,545.45	S/ 26,922.51	S/ 16,921.68	S/ 6,759.06	0	0	0	0	0
(-) Pérdida Venta Activo Fijo(Valor en libros)		S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 92,201.92	0	0	0	0	0
(+) Otros Ingresos (Valor salvamento)		S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 92,201.92	0	0	0	0	0
(+) Retorno de garantía		S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 0.00	S/ 12,000.00	0	0	0	0	0
UTILIDAD ANTES DE I. RENTA		S/ 89,523.98	S/ 15,504.97	S/ 73,436.96	S/ 168,673.69	S/ 318,729.56	0	0	0	0	0
(-) Impuesto a la Renta 29.5%		S/ 0.00	S/ 21,835.61	S/ 171.70	S/ 49,587.04	S/ 143,612.25	0	0	0	0	0
UTILIDAD NETA		S/ 89,523.98	S/ 15,504.97	S/ 73,436.96	S/ 168,673.69	S/ 462,341.81	-12.04%	1.80%	7.42%	15.04%	36.65%
ESCUDO FISCAL		S/ 0.00	S/ 36,600.48	S/ 29,777.75	S/ 5,163.60	S/ 47,593.11					

8.4. Flujo de Caja Operativo.

Tabla 185.

Flujo de caja operativo, estimación desde el año "0" hasta el año "5".

LIQUIDACION IGV ANUAL	AÑO 0	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
IGV Ventas	S/.0.00	S/.113,413.50	S/.131,693.36	S/.150,905.38	S/.171,121.88	S/.192,420.88
IGV Venta de Activo Fijo	0	0	0	0	0	16596.3456
IGV Materia Prima	0	-S/.50,885.85	-S/.55,102.49	-S/.62,174.05	-S/.69,388.46	-S/.68,008.73
IGV CIF	0	-S/.26,078.47	-S/.26,176.86	-S/.26,176.86	-S/.26,176.86	-S/.26,176.86
IGV Gastos Administrativos	0	-S/.15,082.31	-S/.15,128.58	-S/.15,128.58	-S/.15,128.58	-S/.15,128.58
IGV Gasto de Ventas	0	-S/.17,432.43	-S/.17,482.98	-S/.21,931.54	-S/.21,931.54	-S/.21,931.54
IGV Inversiones	-56295.29739					
IGV NETO	-S/.56,295.30	S/.3,934.43	S/.17,802.44	S/.25,494.34	S/.38,496.43	S/.77,771.51
Crédito Fiscal	-S/.56,295.30	-S/.56,295.30	-S/.52,360.87	-S/.34,558.43	-S/.9,064.09	S/.29,432.34
NETO A PAGAR	-S/.56,295.30	-S/.52,360.87	-S/.34,558.43	-S/.9,064.09	S/.29,432.34	S/.107,203.85

8.5. Flujo de Capital.

Tabla 186.

Flujo de capital de trabajo.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
VENTAS		S/.743,488.48	S/.863,323.14	S/.989,268.62	S/.1,121,798.97	S/.1,261,425.74
(-) Costos operativos		S/.738,590.21	S/.803,055.68	S/.884,469.20	S/.995,404.67	S/.1,126,178.21
(-) Materia Prima		S/.333,585.02	S/.361,227.42	S/.407,585.45	S/.454,879.90	S/.445,834.98
(-) Mano de Obra Directa		S/.20,894.10	S/.41,672.55	S/.41,788.20	S/.41,788.20	S/.62,566.65
(-) CIF		S/.170,958.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89
(-) Gastos Administrativos		S/.98,872.91	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27
(-) Gastos de Venta		S/.114,279.29	S/.114,610.68	S/.143,773.43	S/.143,773.43	S/.143,773.43
(-) Impuesto a la Renta		S/.0.00	S/.14,764.88	S/.29,606.04	S/.54,750.63	S/.96,019.14
(-) Pago de IGV		S/.0.00	S/.0.00	-S/.9,064.09	S/.29,432.34	S/.107,203.85
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/.4,898.27	S/.60,267.46	S/.104,799.42	S/.126,394.30	S/.135,247.53
Activo fijo depreciable	-S/.235,001.53					
Activo Intangible	-S/.6,431.00					
Gastos pre-operativos	-S/.104,897.37					
Capital de trabajo	-S/.23,957.24	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.17,235.53
INVENTARIO	-S/.22,717.05					
Recuperacion de garantía						S/.12,000.00
Valor salvamento activo fijo + Igv						S/.108,798.27
FLUJO DE CAPITAL	-S/.393,004.19	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.138,033.79
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/.393,004.19	S/.3,260.90	S/.58,546.60	S/.102,988.59	S/.124,486.51	S/.273,281.32
Préstamo	S/.251,104.91					
Cuotas de reembolso del préstamo		S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41
Escudo Fiscal		S/.0.00	S/.36,600.48	S/.29,777.75	S/.5,163.60	-S/.47,593.11
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	S/.251,104.91	S/.72,376.41	S/.108,976.89	S/.102,154.16	S/.77,540.01	S/.24,783.30
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/.141,899.28	S/.75,637.31	S/.167,523.49	S/.205,142.75	S/.202,026.52	S/.298,064.62

8.6. Flujo de Caja Económico.

Tabla 187.

Flujo de caja económico.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
VENTAS		S/.743,488.48	S/.863,323.14	S/.989,268.62	S/.1,121,798.97	S/.1,261,425.74
(-) Costos operativos		S/.738,590.21	S/.803,055.68	S/.884,469.20	S/.995,404.67	S/.1,126,178.21
(-) Materia Prima		S/.333,585.02	S/.361,227.42	S/.407,585.45	S/.454,879.90	S/.445,834.98
(-) Mano de Obra Directa		S/.20,894.10	S/.41,672.55	S/.41,788.20	S/.41,788.20	S/.62,566.65
(-) CIF		S/.170,958.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89
(-) Gastos Administrativos		S/.98,872.91	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27
(-) Gastos de Venta		S/.114,279.29	S/.114,610.68	S/.143,773.43	S/.143,773.43	S/.143,773.43
(-) Impuesto a la Renta		S/0.00	S/.14,764.88	S/.29,606.04	S/.54,750.63	S/.96,019.14
(-) Pago de IGV		S/0.00	S/0.00	-S/.9,064.09	S/.29,432.34	S/.107,203.85
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/.4,898.27	S/.60,267.46	S/.104,799.42	S/.126,394.30	S/.135,247.53
Activo fijo depreciable	-S/.235,001.53					
Activo Intangible	-S/.6,431.00					
Gastos pre-operativos	-S/.104,897.37					
Capital de trabajo	-S/.17,057.96	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.17,235.53
INVENTARIO	-S/.22,717.05					
Recuperacion de garantía						S/.12,000.00
Valor salvamento activo fijo + Igv						S/.1,007,781.00
FLUJO DE CAPITAL	-S/.386,104.91	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.1,037,016.53
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/.386,104.91	S/.3,260.90	S/.58,546.60	S/.102,988.59	S/.124,486.51	S/.1,172,264.06

8.7. Flujo del Servicio de la deuda.

Tabla 188.

Flujo de caja de servicio de deuda, amortización de la deuda.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
VENTAS		S/.743,488.48	S/.863,323.14	S/.989,268.62	S/.1,121,798.97	S/.1,261,425.74
(-) Costos operativos		S/.738,590.21	S/.803,055.68	S/.884,469.20	S/.995,404.67	S/.1,126,178.21
(-) Materia Prima		S/.333,585.02	S/.361,227.42	S/.407,585.45	S/.454,879.90	S/.445,834.98
(-) Mano de Obra Directa		S/.20,894.10	S/.41,672.55	S/.41,788.20	S/.41,788.20	S/.62,566.65
(-) CIF		S/.170,958.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89
(-) Gastos Administrativos		S/.98,872.91	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27
(-) Gastos de Venta		S/.114,279.29	S/.114,610.68	S/.143,773.43	S/.143,773.43	S/.143,773.43
(-) Impuesto a la Renta		S/0.00	S/.14,764.88	S/.29,606.04	S/.54,750.63	S/.96,019.14
(-) Pago de IGV		S/0.00	S/0.00	-S/.9,064.09	S/.29,432.34	S/.107,203.85
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/.4,898.27	S/.60,267.46	S/.104,799.42	S/.126,394.30	S/.135,247.53
Activo fijo depreciable	-S/.235,001.53					
Activo Intangible	-S/.6,431.00					
Gastos pre-operativos	-S/.104,897.37					
Capital de trabajo	-S/.17,057.96	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.17,235.53
INVENTARIO	-S/.22,717.05					
Recuperacion de garantía						S/.12,000.00
Valor salvamento activo fijo + Igv						S/.1,007,781.00
FLUJO DE CAPITAL	-S/.386,104.91	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.1,037,016.53
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/.386,104.91	S/.3,260.90	S/.58,546.60	S/.102,988.59	S/.124,486.51	S/.1,172,264.06
Préstamo	S/.244,205.63					
Cuotas de reembolso del préstamo		S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41
Escudo Fiscal		S/0.00	S/.36,600.48	S/.29,777.75	S/.5,163.60	-S/.47,593.11
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	S/.244,205.63	S/.72,376.41	S/.108,976.89	S/.102,154.16	S/.77,540.01	S/.24,783.30

8.8. Flujo de Caja Financiero.

Tabla 189.

Flujo de caja financiero.

CONCEPTO	AÑO 0	AÑO 2018	AÑO 2019	AÑO 2020	AÑO 2021	AÑO 2022
VENTAS		S/.743,488.48	S/.863,323.14	S/.989,268.62	S/.1,121,798.97	S/.1,261,425.74
(-) Costos operativos		S/.738,590.21	S/.803,055.68	S/.884,469.20	S/.995,404.67	S/.1,126,178.21
(-) Materia Prima		S/.333,585.02	S/.361,227.42	S/.407,585.45	S/.454,879.90	S/.445,834.98
(-) Mano de Obra Directa		S/.20,894.10	S/.41,672.55	S/.41,788.20	S/.41,788.20	S/.62,566.65
(-) CIF		S/.170,958.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89
(-) Gastos Administrativos		S/.98,872.91	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27
(-) Gastos de Venta		S/.114,279.29	S/.114,610.68	S/.143,773.43	S/.143,773.43	S/.143,773.43
(-) Impuesto a la Renta		S/.0.00	S/.14,764.88	S/.29,606.04	S/.54,750.63	S/.96,019.14
(-) Pago de IGV		S/.0.00	S/.0.00	-S/.9,064.09	S/.29,432.34	S/.107,203.85
FLUJO DE CAJA OPERATIVO		S/.4,898.27	S/.60,267.46	S/.104,799.42	S/.126,394.30	S/.135,247.53
Activo fijo depreciable	-S/.235,001.53					
Activo Intangible	-S/.6,431.00					
Gastos pre-operativos	-S/.104,897.37					
Capital de trabajo	-S/.17,057.96	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.17,235.53
INVENTARIO	-S/.22,717.05					
Recuperacion de garantía						S/.12,000.00
Valor salvamento activo fijo + Igv						S/.1,007,781.00
FLUJO DE CAPITAL	-S/.386,104.91	-S/.1,637.36	-S/.1,720.86	-S/.1,810.83	-S/.1,907.79	S/.1,037,016.53
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-S/.386,104.91	S/.3,260.90	S/.58,546.60	S/.102,988.59	S/.124,486.51	S/.1,172,264.06
Préstamo	S/.244,205.63					
Cuotas de reembolso del préstamo		S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41	S/.72,376.41
Escudo Fiscal		S/.0.00	S/.36,600.48	S/.29,777.75	S/.5,163.60	-S/.47,593.11
FLUJO DEL SERVICIO DE LA DEUDA	S/.244,205.63	S/.72,376.41	S/.108,976.89	S/.102,154.16	S/.77,540.01	S/.24,783.30
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-S/.141,899.28	S/.75,637.31	S/.167,523.49	S/.205,142.75	S/.202,026.52	S/.1,197,047.36

Nota: En el presente flujo se puede observar que al no alcanzar el punto de equilibrio el año "0", no generamos caja, pero para el siguiente año si tenemos en positivo el valor.

9. Evaluación económica financiera

9.1. Cálculo de la tasa de descuento

Costo de oportunidad

Tabla 190.

Costo de oportunidad

DEUDA	TCEA	TCEA NETA
DEUDA CAPITAL DE TRABAJO	19.00%	13.40%

CAPM.

Tabla 191.

Modelo CAPM

COK (modelo CAPM)	13.40%
Riesgo tamaño de negocio	13.40%
Riesgo Know how	13.40%
COK del proyecto (en dólares)	40.20%
Inflación Perú (2016)	2.20%
Inflación EEUU (2016)	2.23%
Tasa de devaluación	-0.03%
COK del proyecto (en soles)	40.16%

COK propio.

Tabla 192.

COK Propio de cada inversionista.

COK PROPIO	ALTERNATIVA DE INVERSION	RENTABILIDAD
ACCIONISTAS		
GIANCARLO	BANCO FALLABELA	6.50%
DIONISIO	TFC	6.00%
JAVIER	COMPARTAMOS FINANCIERA	7.50%
CRISTIAN	FINANCIERA EFECTIVA	5.75%
ALBERTO	CAJA CENTRO	6.20%
	PROMEDIO	6.39%
	FACTOR	7.47
	COK(INDIVIDUAL)	47.70%

Costo Promedio Ponderado de Capital (WACC).

Tabla 193.

Cuadro del WACC del proyecto, incluye los diferentes COK y Tasa.

Costo de la deuda (Rd) TCEA	20.15%
Costo efectivo de la deuda Rd (1-T)	5.944%
Costo promedio ponderado capital (WACC) =	32.95%
Estructura de capital	
% Capital Propio	50.65%
% Financiamiento	49.35%

9.2. Evaluación económica financiera

Indicadores de Rentabilidad

Valor Actual Neto Económico (VANE)

En el VANE es la evaluación que se realiza sobre la base del flujo de caja económico. En el cual no tomamos en cuenta las deudas de los préstamos que solicitamos para activos fijos y capital de trabajo.

Valor Actual Neto Financiero(VANF).

En el VANF es la evaluación que se realiza tomando en cuenta el flujo de caja financiero. En el cual tomamos en cuenta las deudas de los préstamos que solicitamos para activos fijos y capital de trabajo.

Tabla 194.

El cálculo del VANE, al finalizar los 5 años de proyección.

INDICADORES DE RENTABILIDAD ECONOMICO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-393004.1856	3260.90154	58546.59892	102988.5906	124486.5072	1664483.057

VAN Económico	S/.122,374
TIR Económica	41%
Beneficio/Costo	S/.1.31
TIRM	41%

Tabla 195.

El cálculo del VANF, al finalizar los 5 años de proyección

VAN Financiero	S/.81,387
TIR financiera	55%
Beneficio/Costo	1.21
TIRM	53%

Periodo de recupero descontado						
Flujo de caja descontado	-S/.393,004.19	S/.51,208.58	S/.76,787.24	S/.63,661.40	S/.42,445.83	S/.240,287.65
Flujo de caja acumulado	-S/.393,004.19	-S/.341,795.60	-S/.265,008.36	-S/.278,134.21	-S/.235,688.38	S/.4,599.27

Tasas Interna de Retorno Económico (TIRE)

La TIRE es el cálculo cuando se sustenta en el VANE.

Tasas Interna de Retorno Financiero (TIRF),

La TIRF es el cálculo cuando se sustenta en VANF.

Tasa Interna de Retorno (TIR) Modificado.

La tasa interna de retorno es la rentabilidad o tasa de interés que una inversión ofrece.

Tabla 196.

Tasa Interna de retorno Económico

INDICADORES DE RENTABILIDAD ECONOMICO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA ECONOMICO	-393004.1856	3260.901537	58546.59892	102988.5906	124486.5072	1664483.057

VAN Económico	S/.122,374
TIR Económica	41%
Beneficio/Costo	S/.1.31
TIRM	41%

Tabla 197.

Tasa interna de retorno Financiero

INDICADORES DE RENTABILIDAD FINANCIERO						
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO DE CAJA FINANCIERO	-393004.1856	75637.3145	167523.4926	205142.7496	202026.5184	1689266.356

VAN Financiero	S/.81,387
TIR financiera	55%
Beneficio/Costo	1.21
TIRM	53%

Período de recuperación descontado.

Tabla 198.

Periodo de recuperación descontado

Periodo de recupero descontado						
Flujo de caja descontado	-141899.28	51208.5837	76787.2378	63661.3967	42445.8302	170272.553
Flujo de caja acumulado	-141899.28	-90690.6963	-13903.4585	-27029.2997	15416.5306	185689.084
Periodo de recupero descontado financiero		3.64	AÑOS			

Para el presente cuadro mostrado se puede verificar según el cálculo realizado, que después del segundo año de iniciado el proyecto, estaríamos iniciando la recuperación de la inversión del proyecto.

Análisis Beneficio / Costo (B/C).

Tabla 199.

Calculo de beneficio costo.

VAN Financiero	S/.262,476
TIR financiera	107%
Beneficio/Costo	2.85
TIRM	82%

Después de realizar los cálculos respectivos, se pudo obtener como resultado el s/. 1.49 como se muestra en cuadro N° 120, de donde se puede analizar: De cada sol (s/.) invertido se ganara 0.49 soles aparte de la inversión.

Análisis del punto de equilibrio

Costos variables, Costos fijos.

En este análisis donde se busca obtener que las ventas se nivelen a los costos se puede verificar que para el primer año no se logra obtener el punto anhelado, para el año 2 se logra superar. En el año 1 las ventas en unidades deberían ser de 91,066, pero solo se logra vender 91,023, lo que genera pérdidas financieras.

Tabla 200.

Costos variables y costos fijos de los 5 años

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS (EN SOLES)	S/.743,488.48	S/.863,323.14	S/.989,268.62	S/.1,121,798.97	S/.1,261,425.74
VENTAS (unidades)	91,023	105,693	121,113	137,338	154,432
VALOR VENTA PROMEDIO	S/.8.17	S/.8.17	S/.8.17	S/.8.17	S/.8.17
MATERIAL DIRECTO	S/.333,585.02	S/.361,227.42	S/.407,585.45	S/.454,879.90	S/.445,834.98
MANO DE OBRA DIRECTA	S/.20,894.10	S/.41,672.55	S/.41,788.20	S/.41,788.20	S/.62,566.65
CIF	S/.170,958.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89	S/.171,603.89
COSTOS VARIABLES	S/.525,438.01	S/.574,503.86	S/.620,977.54	S/.668,271.99	S/.680,005.51
Costo variable unitario promedio	S/.5.77	S/.5.44	S/.5.13	S/.4.87	S/.4.40
CIF FIJO	S/.5,001.40	S/.5,001.40	S/.7,101.80	S/.7,444.00	S/.7,444.00
GASTOS VENTAS FIJOS	S/.114,279.29	S/.114,610.68	S/.143,773.43	S/.143,773.43	S/.143,773.43
GASTOS ADMINISTRATIVOS FIJOS	S/.98,872.91	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27	S/.99,176.27
COSTOS FIJOS	S/.218,153.61	S/.218,788.35	S/.250,051.50	S/.250,393.70	S/.250,393.70
Costo fijo unitario promedio	S/.26,707.74	S/.26,785.45	S/.30,612.89	S/.30,654.78	S/.30,654.78
Costo total unitario promedio	S/.37,791.14	S/.40,251.25	S/.48,768.86	S/.51,458.84	S/.56,865.32
PUNTO DE EQUILIBRIO (en unidades)	91,066	80,066	82,229	75,825	66,507
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN SOLES)	S/.743,840.14	S/.653,990.42	S/.671,664.66	S/.619,348.81	S/.543,244.02

Estado de resultados (costeo directo).

Tabla 201.

Estado de resultado de costeo directo.

ESTADO DE RESULTADO (COSTEO DIRECTO)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 743,488	S/. 863,323	S/. 989,269	S/. 1,121,799	S/. 1,261,426
(-) COSTOS VARIABLES	S/. -525,438	S/. -574,504	S/. -620,978	S/. -668,272	S/. -680,006
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 218,050	S/. 288,819	S/. 368,291	S/. 453,527	S/. 581,420
(-) COSTOS FIJOS	S/. 218,154	S/. 218,788	S/. 250,052	S/. 250,394	S/. 250,394
UTILIDAD OPERATIVA	S/. 436,204	S/. 507,608	S/. 618,343	S/. 703,921	S/. 831,814
INGRESOS POR VENTA ACTIVOS					92,202
(-) VALOR LIBROS					92,202
(-) GASTOS FINANCIEROS	S/. 40,890	S/. 34,545	S/. 26,923	S/. 16,922	S/. 6,759
UTILIDAD ANTES IMPUESTOS	S/. 477,094	S/. 542,153	S/. 645,265	S/. 720,842	S/. 1,022,977
(-) IMPUESTOS	S/. -	S/. -21,836	S/. -172	S/. 49,587	S/. 143,612
UTILIDAD NETA	S/. 477,094	S/. 520,317	S/. 645,093	S/. 770,429	S/. 1,166,589

ESTADO DE RESULTADO (COSTEO DIRECTO)					
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
VENTAS	S/. 743,840	S/. 653,990	S/. 671,665	S/. 619,349	S/. 543,244
(-) COSTOS VARIABLES	S/. 525,687	S/. 435,202	S/. 421,613	S/. 368,955	S/. 292,850
MARGEN DE CONTRIBUCION	S/. 218,154	S/. 218,788	S/. 250,052	S/. 250,394	S/. 250,394
(-) COSTOS FIJOS	S/. 218,154	S/. 218,788	S/. 250,052	S/. 250,394	S/. 250,394
UTILIDAD OPERATIVA	S/. -				

Estimación y análisis del punto de equilibrio en unidades.

Tabla 202.

Calculo de punto de equilibrio en unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO (en unidades)	91,066	80,066	82,229	75,825	66,507

Después de realizar un análisis de las ventas en cantidades, llegamos a la conclusión que para el primer año, para poder tener un equilibrio entre los costos fijos y variables y estos se encuentren cubiertos, se debe realizar ventas por 91,066 unidades, lo que no se logró, pero para años posteriores este punto de equilibrio anhelado se llega a superar, lo que genera pérdidas financieras.

Estimación y análisis del punto de equilibrio en nuevos soles.

Tabla 203.

Calculo de punto de equilibrio en soles

PUNTO DE EQUILIBRIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
PUNTO DE EQUILIBRIO (EN SOLES)	S/.743,840.14	S/.653,990.42	S/.671,664.66	S/.619,348.81	S/.543,244.02

Después de realizar un análisis de las ventas en soles, llegamos a la conclusión que para el primer año, para poder tener un equilibrio entre los costos fijos y variables y estos se encuentren cubiertos se debe realizar ventas por un total de s/. 743,840.14 soles, pero solo se logró 743,488.48 soles de ingresos por ventas, pero para el año 2 se logra superar este margen, cuando el punto de equilibrio es S/.653,990.42 se llega a 863,323.14 soles en ventas.

Tabla 204.

Punto de equilibrio por canales en unidades

PUNTO DE EQUILIBRIO POR CANALES (UNIDADES)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BARES	35414	31137	31978	29487	25864
RESTAURANTES	20534	18054	18542	17098	14997
ESTACIONES DE SERVICIO	22022	19362	19886	18337	16083
ESTACIONES TIPO TAMBO	13094	11513	11824	10903	9563
PUNTO EQUILIBRIO UNIDADES	91066	80066	82229	75825	66507

Tabla 205.

Punto de equilibrio por canales en soles

PUNTO DE EQUILIBRIO POR CANALES (UNIDADES)	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BARES	S/.272,248.24	S/.239,362.91	S/.245,831.74	S/.226,683.95	S/.198,829.32
RESTAURANTES	S/.168,382.10	S/.148,042.94	S/.152,043.84	S/.140,201.17	S/.122,973.43
ESTACIONES DE SERVICIO	S/.185,098.30	S/.162,739.96	S/.167,138.04	S/.154,119.69	S/.135,181.66
ESTACIONES TIPO TAMBO	S/.118,111.50	S/.103,844.61	S/.106,651.04	S/.98,344.01	S/.86,259.62
PUNTO EQUILIBRIO SOLES	S/.743,840.14	S/.653,990.42	S/.671,664.66	S/.619,348.81	S/.543,244.02

Tabla 206.

Ventas anuales por Unidad

PROGRAMA DE VENTAS EN UNIDADES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BARES	29202	31103	47099	53409	60057
RESTAURANTES	18411	24563	27310	30968	34823
ESTACIONES DE SERVICIO	15011	19590	29289	33212	37346
ESTACIONES TIPO TAMBO	11208	13798	17415	19748	22206
TOTAL	73832	89053	121113	137338	154432

Tabla 207.

Ventas anuales por Unidad

PROGRAMA DE VENTAS EN SOLES	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
BARES	S/.224,490.38	S/.239,104.45	S/.362,075.97	S/.410,582.56	S/.461,686.48
RESTAURANTES	S/.150,967.70	S/.201,415.31	S/.223,939.42	S/.253,940.14	S/.285,547.27
ESTACIONES DE SERVICIO	S/.126,167.38	S/.164,652.78	S/.246,171.09	S/.279,150.14	S/.313,895.07
ESTACIONES TIPO TAMBO	S/.101,098.07	S/.124,455.75	S/.157,082.15	S/.178,126.13	S/.200,296.92
TOTAL	S/.602,723.52	S/.729,628.29	S/.989,268.62	S/.1,121,798.97	S/.1,261,425.74

9.3. Análisis de sensibilidad y de riesgo

Variables de entrada.

El precio de venta varía cuando aparecen nuevos productos sustitutos. Para este caso se realizó un análisis de sensibilidad unidimensional, que nos permitió medir la variación de los indicadores de rentabilidad, cuando se incrementa el precio de venta. Se consideró el precio de venta S/. 12.50, cuando el tipo de cambio se incrementa aumentará nuestro precio de venta al usuario final para el caso se utilizó la disminución del precio de venta. En consecuencia, se disminuye la demanda y baja la rentabilidad del proyecto.

VARIABLES:

- Precio
- Demanda anual
- Planilla
- Insumos
- Margen de ganancia a nuestros dos principales canales de venta

Variables de salida.

Tabla 208.

Cuadro de análisis de variables

VAN FINANCIERO
TIR FINANCIERA
COK

Análisis unidimensional.

Sweetbeer es una cerveza artesanal que utiliza los insumos más selectos, los que en su mayoría son importados por nuestros proveedores. Esto quiere decir que al depender de insumos importados nuestro proyecto es muy sensible a diferentes variables que a continuación se detallan.

Tabla 209.

Análisis de sensibilidad unidimensional de la demanda

DEMANDA		Todos 0,00%
DEMANDA DE SWEETBEER	BASE	VANF = 0
DEMANDA 2018	91023	78715
DEMANDA 2019	105693	93386
DEMANDA 2020	121113	108805
DEMANDA 2021	137338	125030
DEMANDA 2022	154432	142124
	609598	548061
VARIABLES DE SALIDA		
VAN ECONOMICO	S/. 122.374,02	0
TIR ECOMICO	41,45%	34,51%

VARIACION PORCENTAJE DE DEMANDA	-10,09%
VARIACION DEL VANF	-100,00%

La demanda total de la producción de Sweetbeer en los 5 años tiene una sensibilidad del 10.09%, entonces, si la demanda total es 609598 unidades, el 10.09% de la demanda es 71675 unidades, es decir, si se reduce a 537923 unidades la demanda el VANF se hace 0.

Tabla 210.

Análisis de sensibilidad unidimensional de precio

PRECIO		Todos 0,00%
VARIABLE DE INGRESO	BASE	VANF = 0
PRECIO	S/ 12,50	S/. 11,26
VARIABLES DE SALIDA		
VAN FINANCIERO	S/.81.387	0
TIR FINANCIERA	55,48%	47,70%
COK	47,70%	47,70%

VARIACION PORCENTAJE DE PRECIO	-9,91%
VARIACION DEL VANF	-100,00%

El precio del producto de Sweetbeer tiene una sensibilidad de 9.91%, entonces, si el precio es s/ 12.50, el 9.91% es s/.1.24, es decir, si baja a s/. 11.26 el VANF se hace 0.

- Análisis de sensibilidad unidimensional de la planilla

El personal es muy importante para producir y vender nuestra cerveza artesanal, por lo cual es fundamental mantener contentos a nuestros trabajadores mediante sus sueldos. En la siguiente tabla se va simular lo máximo de sueldo que podríamos pagar a todo el personal al iniciar el proyecto.

Si incrementamos en 32% el sueldo de todo el personal tendremos VANF = 0.

Tabla 211.

Análisis de sensibilidad unidimensional de la planilla

PLANILLA		Todos
		0,00%
VARIABLES DE ENTRADA	BASE	VANF = 0
ADMINISTRADOR	S/.3.000,00	S/. 3.952,01
VENDEDORES	S/.1.200,00	S/. 1.580,80
SUPERVISADOR DE VENTAS	S/.2.000,00	S/. 2.634,67
MAESTRO CERVECERO	S/.3.000,00	S/. 3.952,01
CHOFER	S/.1.200,00	S/. 1.580,80
OPERARIO DE PRODUCCION	S/.1.200,00	S/. 1.580,80
TOTAL	S/.11.600,00	S/. 15.281,10
VARIABLES DE SALIDA		
VAN FINANCIERO	S/. 81.386,51	0
TIR FINANCIERA	55,48%	47,70%
COK	47,70%	47,70%

VARIACION PORCENTAJE DE INCREMENTO	32%
VARIACION DEL VANF	-100,00%

- Análisis de sensibilidad unidimensional insumos que nuestros proveedores importan

Para realizar la producción de Sweetbeer se requiere comprar insumos que solamente se importan de países con climas muy particulares, por lo cual el precio de insumos dependerá de los países productores.

Los factores del incremento pueden ser; por la escases de los productos, incremento del cambio del dólar o impuestos dentro de país.

En la siguiente tabla se simula un incremento en los precios iniciales, es decir que los precios de los insumos incrementan 34% de su precio inicial, nos da una VANF = 0

Tabla 212.

Análisis de sensibilidad unidimensional insumos de importación

PRECIO		Todos 0,00%
VARIABLE DE INGRESO	BASE	VANF = 0
MALTA PALE ALE	S/.180,00	S/. 240,45
MALTA CRYSTAL	S/.200,00	S/. 267,17
MALTA DE TRIGO LAMINADO	S/.190,00	S/. 253,81
LÚPULO FUGLES	S/.4.490,00	S/. 5.997,86
LEVADURA SAFALE	S/.9.900,00	S/. 13.224,67
CONCENTRADO SABOR FRUTOS	S/.260,00	S/. 347,31
CLARIFICANTE	S/.1.000,00	S/. 1.335,83
TOTAL	S/.16.220,00	S/. 21.667,09
VARIABLES DE SALIDA		
VAN FINANCIERO	S/. 81.386,51	0
TIR FINANCIERA	55,48%	47,70%
COK	47,70%	47,70%
VARIACION PORCENTAJE DE INCREMENTO		34%
VARIACION DEL VANF		-100,00%

- Análisis de sensibilidad unidimensional de margen de ganancia hacia los principales canales de venta.

Nuestros principales canales de ventas son los bares y restaurantes a quienes les brindamos un margen de ganancia del 25% y 20% respectivamente. De estos canales de venta nos brindan la mayor rentabilidad en el proyecto, en siguiente tabla se muestra los valores de VANF, VANE, TIRE Y TIRF.

Tabla 213.

Sensibilidad unidimensional de margen de ganancia de los *principales canales de ventas*

VAN Económico	S/.122.374	VAN Financiero	S/.81.387
TIR Económica	41%	TIR financiera	55%
Beneficio/Costo	S/.1,31	Beneficio/Costo	1,21
TIRM	41%	TIRM	53%

Nuestros principales canales requieren se incremente el margen de ganancia en 35% y 30% por que un competidor directo de nuestro producto les ha ofrecido los mismos márgenes solicitados, lo cual nos afectaría en la rentabilidad del proyecto como se muestra en la siguiente tabla.

Tabla 214.

Afectación de la rentabilidad del producto

	MARGEN ORIGINAL	MARGEN +10%
BARES	25%	35%
RESTAURANT	20%	30%
VANE	S/. 122.374,02	-S/. 7.338,53
TIRE	41%	34%
VANF	S/. 81.386,51	S/. 23.164,85
TIRF	55%	50%

Se puede observar que al incrementar 10% el margen a nuestros dos canales de ventas más importantes nuestro vane es negativo y el tire se reduce en 7%, a lo cual podemos decir que nuestro proyecto no es rentable, por esta razón el proyecto es sensible al margen de ganancia de nuestros canales de ventas.

Análisis multidimensional.

Para este escenario iniciamos, nosotros como cerveza artesanal enfocada en mujeres no tenemos una competencia directa, por esta razón realizaremos análisis bidimensional se utilizará el aumento del margen a los canales de ventas y la reducción de la cantidad total de venta

Tabla 215.

Tabla de análisis unidimensional.

		CANTIDAD ORIGINAL	CANTIDAD -5.97%	CANTIDAD +5%
	VANF	609598	580882	633649
MARGEN ORIGINAL	25%/20%	S/. 122,374	-	-
MARGEN +5.12%	30.12%/25.12%	-	-S/. 0	-
MARGEN -5%	20%/15%	-	-	S/. 204,007.30

Si nuestros dos principales canales de ventas que son los bares y restaurantes nos piden aumentar el margen en + 5.12% y adicionalmente nuestra cantidad de venta se redujera a 5.97% nuestro VANF sería igual a 0 donde se puede ver que nuestro proyecto es muy sensible a estas dos variables. Si incrementamos en 5% la cantidad de ventas y le reducciones 5% el margen de ganancia de las dos principales canales de ventas el vane incrementa casi el doble del vane del proyecto.

Variables críticas del proyecto.

Las variables críticas del proyecto que pueden afectar de manera crítica, son las variables que ponen en riesgo la ejecución de mismos para este proyecto son.

- Insumos

Nuestros insumos son de vital importancia para la producción del producto.

- Demanda

Nuestro público objetivo es parte de nuestros ingresos, periodo de recupero, VANF, TIRF.

Perfil de riesgo.

Para el presente proyecto el perfil de riesgo es bajo, por lo tanto, los inversionistas están dispuestos a correr el riesgo de inversión del presente proyecto con finalidad de obtener rentabilidades elevadas, lo que indica el resultado de la presente investigación.

10. Conclusiones y Recomendaciones

Conclusiones

Del proyecto: Según los resultados obtenidos de la evaluación económica y financiera donde se obtiene una rentabilidad mayor a la tasa de descuento calculada ($TIR > COK$)

Podemos decir que el proyecto es viable

Tabla 216.

Resumen de VAN, TIR y COK

VAN Financiero	S/.81,387
TIR financiera	55%
COK PROPIO	47.70%

El nivel de financiamiento de propio representa un 36.75% de la inversión total

Tabla 217.

Resumen de los socios aportantes

SOCIOS(APORTES)	APORTE
DIONICIO MELENDEZ	S/.28,379.86
GIANCARLO ILLESCAS	S/.28,379.86
JAVIER YUMBATO	S/.28,379.86
ALBERTO HUAMAN	S/.28,379.86
CRISTIAN RIVAS	S/.28,379.86
TOTAL	S/.141,899.28

Tabla 218.

Resumen de capital y deuda

CAPITAL PROPIO	DEUDA
S/.141,899.28	S/.251,104.91
36.75%	65.04%

Tabla 219.

El tiempo de recuperación es

AÑO	3
MES	11
DIA	24

Tabla 220.

Se puede observar que tiene capacidad de respuesta ante la demanda

Porcentaje de Utilización	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Tamaño Utilizado	94625	112803	123700	139797	156831
Tamaño instalado	108160	108160	108160	108160	108160
Tamaño Máximo	454272	454272	454272	454272	454272
% de Utilización	87.49%	104.29%	114.37%	129.25%	145.00%

Del producto:

- Se producirá cerveza artesanal cuya presentación será en botella de 330ml.
- Según el estudio de mercado de Sweetbeer nuestra cerveza artesanal tiene un alto porcentaje de aceptación representando un 74% de un total de 385 de encuestado

Tabla 221.

Tabla 222. Resumen de nivel de aceptación del SweetBeer

Etiquetas de fil <input type="checkbox"/> Cuenta de pregunta 16 Compraría SWEETBEER			
No		99	25.71%
Si		286	74.29%
Total general		385	100.00%

- 81.12% de las personas encuestas indicaron que compraría de 1 a 3 cervezas por mes

Tabla 223.

Resumen de frecuencia de compra de nuestra cliente Sweetbeer

Pregunta 21
¿Cuántas botellas de 330 ml consumiría al mes?

1 a 3 veces al mes	232	81.12%
4 a 6 veces al mes	27	9.44%
7 a 9 veces al mes	16	5.59%
10 a 12 veces al mes	7	2.45%
Más de 13 veces al mes	4	1.40%
	286	100.00%

- Nuestras clientas del grupo reinas que pertenecen al rango de edad 30 a 40 años indican que consumiría sweetbeer en cualquier estación del año, Pero con mayor frecuencia en verano.

Tabla 224.

Resumen de rango de edad que más prefieren consumir Sweetbeer

	Pregunta 6 ¿Estaría dispuesto a consumir una cerveza	
	CANTIDAD	%
Princesas(25-29)	71	21%
Reinas(30-40)	195	59%
Emperatriz(40 - 50)	66	20%
TOTALES	332	100%

Del mercado (Demanda)

- Del estudio de mercados se pudo obtener que la edad de nuestros consumidores más representativos fluctúa entre 30 a 40 años.
- Podemos ampliar nuestros canales de distribución fuera de lima por lo que se expandiría el mercado
- Ya que el proceso de producción es muy parecido podríamos vender otros sabores de cerveza.
- Sweetbeer es producto que puede ser consumido en cualquier estación del año, Pero con más frecuencia en verano

Tabla 225.

Resumen de preferencia de estacionalidad con mayor demanda

	Verano	Otoño	Invierno	Primavera
Princesas(25-29)	66	13	7	61
Reinas(30-40)	186	56	18	156
Emperatriz(40 - 50)	65	24	18	53
TOTALES	317	93	43	270
	44%	13%	6%	37%

Estrategia de plaza y precio

- Se puede apreciar que los bares representan un 39% de las ventas seguido de un 23% de las estaciones de servicios seguido de restaurants y markets.

Tabla 226.

Resumen de canales con mayor demanda de Sweetbeer

CANALES	%
BAR	39%
RESTAURANT	23%
ESTACION DE SERVICIO	24%
MARKET TIPO TAMBO	14%
TOTAL	100%

- El precio se obtuvo de acuerdo a las encuestas y competidores más cercanos.

Tabla 227.

Resumen de resultado de precio sugerido por el público

	Cuenta de pregunta 17 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por SWEETBEER de 330 ml?
S/21 a S/25	27
S/6 a S/10	48
S/11 a S/15	172
S/16 a S/20	24
S/26 a S/30	15

Del estudio técnico

- De las entrevistas realizadas se pudo aprender que el proceso de producción de la cerveza artesanal es delicado y se debe de tener los procesos claros y bien mercados, así como siempre tomar medidas sanitarias y ciertas condiciones de temperatura.
- Según las recomendaciones de los maestros cerveceros el agua debe tener un tratamiento de pH y minerales adecuados para ser usado en la elaboración de la cerveza.
- Según la entrevista con los maestros cerveceros estos indicaban que se puede hacer cerveza de casi cualquier cereal.
- Según las visitas realizadas se pudo concluir que las cervezas artesanales casi siempre salen con snack o comida o piqueos.

Del estudio económico y financiero

- La estructura del financiamiento es 36.75% propio y 65.04% Financiado.

Tabla 228.

Resumen de capital propio vs deuda de la empresa

CAPITAL PROPIO	DEUDA
S/.141,899.28	S/.251,104.91
36.75%	65.04%

- Se necesita una inversión inicial en activos fijos de S/.235,001.53 de estos el 60.68 % corresponde a producción el cual será financiado con crédito en el banco Interbank.
- La recuperación de la inversión según el flujo financiero es de 3 años 11 meses y 24 días, del flujo económico se realizará en 3 años 8 meses y 28 días
- El proyecto es viable y rentable dado que tanto el VANF y VANE son positivos.
- Los flujos de caja financieros muestran resultados positivos desde el primer año y se muestra incrementos cada año.

Recomendaciones para implementar el proyecto

En el proyecto

- Se recomienda tener un maestro cervecero de reemplazo, si por algún motivo el maestro actual no pueda trabajar, puede ser: salud, viaje, renuncia, etc. (proceso productivo sea conocido).
- Se recomienda comprar un local propio y evitar el costo de alquiler, esto sería un ahorro a futuro.
- Se recomienda implementar el proyecto ya que cuenta con un 39.98% de costo de oportunidad, lo que nos indica que es un proyecto rentable a largo plazo.

En el mercado

- Abrir un local propio para vender la cerveza directamente al público y complementarlo con comida e incrementar las ganancias.
- Expandir la publicidad en otros medios como radio y prensa escrita, y hacerse más conocido en el medio local.
- Participar en la feria gastronómica de mixtura del siguiente año y hacer conocer como la empresa en producir cervecera para mujeres.
- Asociarse a la Asociación de cerveceros artesanales del Perú de manera que podamos aprender de las experiencias vividas por la asociación.

Estrategia de plaza y precio

- En base a los estudios realizados, es recomendable enviar información y promociones vía redes sociales

Tabla 229.

Donde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER (puede seleccionar varias opciones)

	si	no
Redes sociales	257	127
TV	143	241
Radio	63	321
Paneles publicitarios	70	314
Correo	76	308
Periódico o revistas	51	333

- Aumentar más canales de distribución para incrementar las ventas.
- Pensar en un futuro no muy lejano realizar ventas por delivery para eso se necesitaría Implementar una app para que los clientes puedan hacer directamente sus pedidos al mayor y menor.
- Se recomienda hacer campañas de lanzamiento de la cerveza Sweetbeer en diversas playas de Lima y así hacer conocer por el público en general, ya que en las estaciones de verano hay una mayor concurrencia de personas.
- Se recomienda extender su segmentación fuera de Lima como las playas de Asia, Cerro Azul ya en que en estas playas existe una masiva concurrencia de público con poder adquisitivo.

11. Referencias

- Alltech. (Marzo 2016). *Cuántas cervecerías artesanales existen en el mundo*. Recuperado de: <https://es.alltech.com/blog/posts/cuántas-cervecerias-artesanales-existen-en-el-mundo>
- Arellano Marketing Consultorías. (2017). *Los estilos de vida del Perú, América Latina y su participación en el mercado*. Recuperado de: <http://www.arellanomarketing.com/inicio/estilos-de-vida/>
- Arellano R. (2017). *Los estilos de vida del Perú como somos y como pensamos los peruanos del siglo XXI*. Lima: Editorial Planeta
- Banco Central de Reserva del Perú. (2017). *Balanza Comercial*. Recuperado de: <https://estadisticas.bcrp.gob.pe/estadisticas/series/mensuales/resultados/PN01457BM/html/2015-1/2017-6>
- Bier Cab. (2016). *Como Se Elabora La Cerveza Artesanal [biercab.com]*. Recuperado de: <http://biercab.com/como-se-elabora-la-cerveza-artesanal/>
- Congreso General de la Republica (2016). *Proyecto de ley y resoluciones legislativas*. Recuperado de: http://www.leyes.congreso.gob.pe/Documentos/2016_2021/Proyectos_de_Ley_y_de_Resoluciones_Legislativas/PL0064220161115.pdf
- Diario Gestión. Junio (2017). *Gestión de la economía peruana*. Recuperado de: <https://gestion.pe/buscar/?query=mef+cambio+del+isc+haria+que+el+estado>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI. (2017). *El Perú tiene una población de 31 millones 488 mil 625 habitantes*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-peru-tiene-una-poblacion-de-31-millones-488-mil-625-habitantes-9196/>
- Grupo Macro. (2017). *Entremés macroeconómico*. Recuperado de: <http://grupomacro.pe/2017/07/12/entremes-macroeconomico/>
- Fondo Monetario Internacional en español. (2017), *Perspectivas Económicas regionales*. Recuperado de: <http://www.imf.org/es/Publications/REO/WH/Issues/2017/05/10/wreo0517>
- J.P. Morgan (2017). *Estado y situación financiera*. Recuperado de: <https://www.jpmorgan.com/country/PE/EN/disclosures>
- Librería Santa Fe (2004). *Elaboración de Cerveza Artesanal*. Recuperado de: <http://www.guiadelemprendedor.com.ar/Cerveza-Artesanal.htm>
- Instituto Nacional de estadística e Informática (2012). *Situación de Salud de la Población Adulta Mayor*. Recuperado de: https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib1146/resumen.pdf

- La Asociación Peruana De Empresas De Investigación De Mercados, Niveles Socioeconómicos (2017). *Nivel socioeconómico Perú 2017*. Recuperado de: <http://dashboard.apeim.com.pe/Webdash1.aspx>
- Ministerio de Agricultura y Riego MINAGRI (2017). *Proceso de planeamiento estratégico sectorial*. Recuperado de: <http://www.minagri.gob.pe>
- Ministerio de Economía y Finanzas MEF (2017). *Política económica y social*. Recuperado de: <https://www.mef.gob.pe/es/component/content/article?id=266>
- Ministerio de Economía y Finanzas MEF (2017). *Principales indicadores macroeconómicos*: <https://www.mef.gob.pe/es/proyecciones-macroeconomicas>
- Instituto Nacional de Estadística e Informática INEI. (2017). *Población y vivienda*. Recuperado de: <https://www.inei.gob.pe/estadisticas/indice-tematico/surface/>
- Rebolledo, R. (2017). *La cerveza artesanal, un mercado que crece cada año*. Recuperado de <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/México-una-potencia-en-cervezas-artesanales--20170617-0016.html>

12. Anexos

24/2/2018

Sección 1

Sección 1

Preguntas generales

*Obligatorio

1. Género *

Marca solo un óvalo.

- Masculino (Fin de la encuesta)
 Femenino

2. Edad *

Marca solo un óvalo.

- Menor de 25 años (Fin de la encuesta)
 De 25 a 29 años
 De 30 a 34 años
 De 35 a 39 años
 De 40 a 44 años
 De 45 a 50 años
 Más de 50 años (Fin de la encuesta)

3. Residencia *

Marca solo un óvalo.

- La molina
 San Borja
 San Isidro
 Miraflores
 Santiago de Surco
 Barranco
 Jesús María
 Lince
 Pueblo libre
 Otros (Fin de la encuesta)

4. Rango Salarial *

Marca solo un óvalo.

- Menos de 5000 (Fin de la encuesta)
 Entre 5000 y 10000
 Entre 10000 y 12000
 Más de 12000

<https://docs.google.com/forms/d/1lw0J9o0V0FCpBXX0MUVy6173vLrPbAE7RcRozg37QaU/edit>

1/5

5. Consume licores **Marca solo un óvalo.*

- Sí
- No (Fin de encuesta)

Sección 2

Preguntas de enfoque

6. Cuanto destina de su presupuesto para Licor al mes **Marca solo un óvalo.*

- Menos de S/. 50.00
- Entre S/. 51.00 a S/. 100.00
- Entre S/. 101.00 a S/. 150.00
- Entre S/. 151.00 a S/. 200.00
- Entre S/. 201.00 a S/. 250.00
- Entre S/. 250.00 a S/. 300.00
- Más de S/. 300.00

7. En que estación del año consume más licores (puede marcar más de una opción) **Selecciona todos los que correspondan.*

- Verano
- Primavera
- Otoño
- Invierno
- Todo el año

8. Qué tipo de licores consume (puede marcar más de una opción) **Selecciona todos los que correspondan.*

- Cerveza
- Ron
- Whisky
- Vodka
- Tequila
- Vino
- Plisco

9. Que marca de licores consume (puede seleccionar varias opciones) **Selecciona todos los que correspondan.*

- Johnny Walker
- Jose Cuervo
- Pilsen
- Cristal
- Cusqueña
- Corona
- Queirolo
- Absolut
- Havana Club

10. En qué Lugares consume licores (puede seleccionar varias opciones) **Selecciona todos los que correspondan.*

- Bar
- Restaurantes
- Discotecas
- En casa

11. En que medios se entera acerca de sus marcas favoritas de licor (puede seleccionar varias opciones) **Selecciona todos los que correspondan.*

- Redes sociales
- TV
- Radio
- Paneles publicitarios
- Correo
- Periódico o revistas
- Super Mercados

12. Con que frecuencia al mes consume licores **Marca solo un óvalo.*

- Difícilmente una vez al mes
- Una vez al mes
- 2 veces al mes
- 3 veces al mes
- 4 veces al mes
- más de 4 veces al mes

13. ¿Ha consumido cerveza artesanal? **Marca solo un óvalo.*

- SI
- No

14. ¿Consumiría una cerveza baja en alcohol con poco amargor y sabor a frutas? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO FIN DE LA ENCUESTA

Sección 3

SWEETBEER es una cerveza artesanal con sabor a frutas con bajo alcohol y amargor para deleitar el paladar de las mujeres que no encuentran en la oferta actual un sabor agradable por tener alto grado de alcohol y ser muy amargo.

SweetBeer, Cerveza dulce con sabor a frutas, Hecho para reynas



15. ¿Compraría SweetBeer? *

Marca solo un óvalo.

- SI
 NO (Fin de la encuesta)

16. Cuanto estaría dispuesto a pagar por SWEETBEER *

Marca solo un óvalo.

- Menos de s/. 5.00
 Entre s/. 5.00 y s/. 10.00
 Entre s/. 10.00 y s/. 15.00
 Entre s/. 16.00 y s/. 20.00
 Más de s/. 20.00

17. En qué Lugares preferiría comprar SWEETBEER (puede seleccionar varias opciones) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Restaurantes
 Bares Tradicionales
 Discotecas
 Bares de Hoteles
 Estación de servicio
 Estaciones tipo Tambo

18. Donde preferiría tener información y promociones de SWEETBEER (puede seleccionar varias opciones) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Redes sociales
- TV
- Radio
- Periódico
- Correo
- Paneles publicitarios

19. En que estación del año disfrutarías SWEETBEER (puede seleccionar varias opciones) *

Selecciona todos los que correspondan.

- Verano
- Primavera
- Otoño
- Invierno
- Todo el año

Con la tecnología de
 Google Forms