



**PLAN DE NEGOCIO PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UN DEPÓSITO Y
COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS EN EL
DISTRITO DE SAN JUAN BAUTISTA, IQUITOS 2025**

Lynn Keith Nolorbe Rucoba

0009-0009-1876-5048

Jessica Sanchez Anable

0009-0000-3666-4499

CAPÍTULO I: DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO



Objetivo	Objetivo específico	Descripción
Establecer la viabilidad y rentabilidad de un centro de distribución y comercialización de bebidas alcohólicas y no alcohólicas ubicado en el Distrito de San Juan Bautista a través de un plan de negocio que responda de manera positiva al sector	- Estudiar el mercado del distrito de San Juan Bautista , así como su zonificación, permite definir el perfil de la población y de los transeúntes, así como de los competidores, tanto directos como indirectos de la zona. - Realizar el análisis de la inversión y financiamiento del negocio permitiendo identificar la viabilidad y rentabilidad de nuestro proyecto. - Estudiar el vínculo que la evaluación estratégica tiene con la distribución comercial de bebidas alcohólicas y no alcohólicas, en el distrito de San Juan Bautista.	- El consumo de bebidas alcohólicas y no alcohólicas sigue creciendo a nivel mundial, nacional y especialmente en Loreto, donde más del 60% de la población las consume. - Esto crea una oportunidad para “Selva Fría”, un depósito y distribuidora que atenderá la alta demanda del distrito de San Juan Bautista, abasteciendo a bodegas, restaurantes, bares y discotecas, a pesar de la presencia de competidores locales.

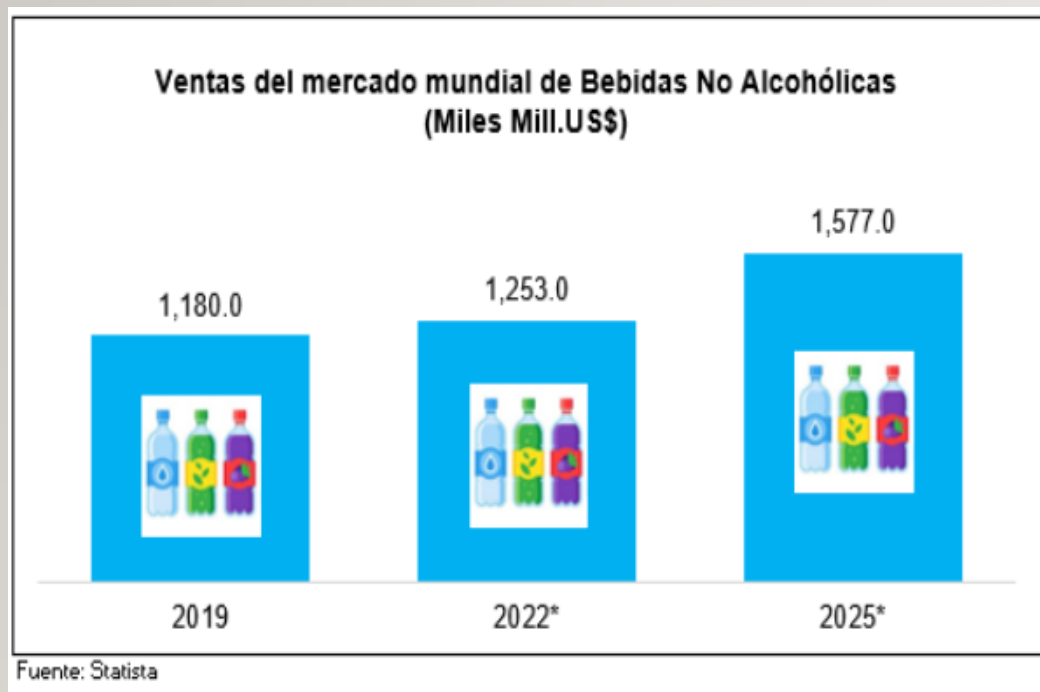


Figura 1

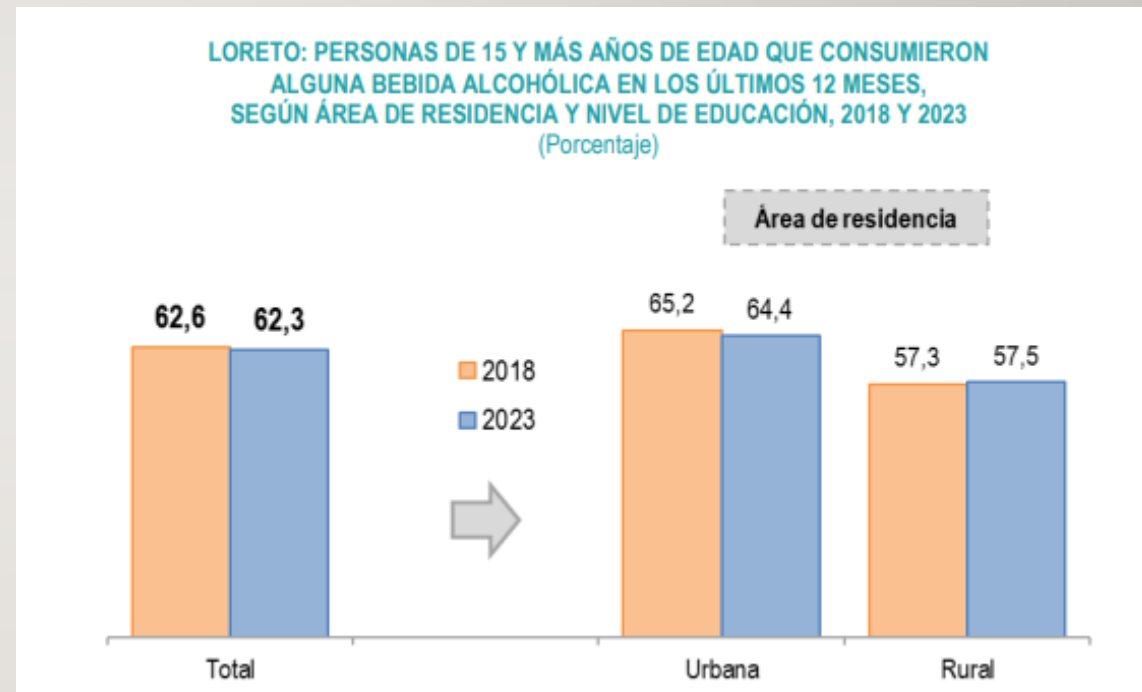


Figura 2

MATRIZ BUSSINES MODEL CANVAS



Aliados clave	Actividades clave	Propuesta de valor	Relación con los clientes	Segmento de clientes
- Bodegas - Proveedores como Backus, Industrias San Miguel (KR) - Discotecas. - Pollerías	-Distribución y comercialización a domicilio del cliente. -Atención oportuna y rápida. -Gestión de almacén e inventarios cíclicos. -Publicidad por redes sociales.	"Ofrecemos una amplia gama de bebidas, con entregas rápidas y precios mayoristas, asegurándonos de que nuestros clientes siempre tengan lo que necesitan, cuando lo necesitan.	-Programas de fidelización y recomendación de clientes. -Trato cordial y rápido.	-Personas mayores de edad, de sexo masculino y femenino, entre los 22 a 60 años, con un Nivel Socio económico A, B, C y D que se ubican principalmente en el distrito de San Juan Bautista. -Personas que gustan consumir o comercializar bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
	Recursos clave		Canales	
	-Almacén. -Vehículos de reparto (moto y furgón) -Sistema informático de gestión de pedidos y redes sociales. -Personal con experiencia.		Canales directos: -Ventas en nuestro local. -Ventas por nuestro WhatsApp <u>Bussines</u> y uso de las Redes sociales. Canales indirectos: -Ventas a Bodegas. -Ventas a Eventos sociales o corporativos.	
Estructura de costos		Fuentes de ingresos		
Características: - Costos fijos: Servicios básicos (agua, luz) alquiler del local, planilla, internet -Costos variables: -Compra de productos (bebidas) según volumen. -Combustible para el transporte.		-Ventas al por mayor y menor de bebidas alcohólicas y no alcohólicas. -Contratos para ventas de bebidas en actividades sociales. -Métodos de pago: efectivo, transferencias bancarias y billeteras digitales (yape, plin).		

CAPÍTULO II: ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO



Factores de éxito	Organización	MEFI – Análisis interno	Análisis PESTEL	5 Fuerzas de Porter	MEFE – Análisis externo
• Alianzas clave con Backus y proveedores confiables. • Uso de redes sociales, WhatsApp Business y futura app web. • Capacitaciones gratuitas para clientes (ventas, inventarios, atención). • Personal capacitado para atender rápido y sin errores.	• Liderado por dos administradoras con experiencia en ventas e inventarios. • Lynn: 4 años de experiencia y diplomado en gestión de almacenes. • Jessica: experiencia en ventas corporativas con 2 años de experiencia	• Fortalezas: experiencia, ubicación estratégica, delivery, manejo de almacén. • Debilidades: dependencia eléctrica, limitado capital inicial, riesgo de morosidad. • Resultado MEFI: 2.67 → Fortalezas superan debilidades.	• Político-legal: facilidades para formalizar MYPE; necesidad de licencia municipal. • Económico: sistema financiero sólido con acceso a créditos para microempresas. • Social: alto consumo de cerveza en Perú y crecimiento del mercado. • Tecnológico: IA y ventas online impulsan eficiencia y demanda. • Ambiental: preocupación por contaminación y tendencia al consumo circular.	• Clientes: alto poder de negociación (sensibles al precio). • Proveedores: alto poder (pocas alternativas de calidad). • Sustitutos: amenaza media (cocteles, cerveza artesanal). • Nuevos competidores: riesgo moderado (requiere capital y buena ubicación). • Rivalidad: baja; pocos competidores fuertes.	Oportunidades: facilidad para formalizar, créditos, crecimiento del mercado cerveceros.Amenazas: inflación, problemas ecológicos, campañas anti-alcohol.Resultado MEFE: 2.90 → Más oportunidades que amenazas.

CAPÍTULO III: PLANTEAMIENTO ESTRATÉGICO



Misión	Visión	Valores	Objetivo General	Objetivos Específicos	FODA	Ventajas Competitivas	Mapa Estratégico	Diagrama de Gantt
- Entregar bebidas con rapidez, seguridad y buen servicio. - Mantener stock, trabajar con orden y capacitar gratis a los clientes.	- Ser la mejor alternativa de distribución de bebidas en San Juan Bautista. - Lograr posicionamiento total del distrito y reconocimiento por el servicio y capacitaciones.	- Honestidad - Respeto - Orden	Brindar un servicio rápido, ordenado y honesto, con capacitaciones gratuitas, para posicionar el negocio en el mercado.	- OE1: Ofrecer un servicio rápido y eficiente en la venta de bebidas. - OE2: Capacitar gratis a los clientes en gestión del dinero, inventarios y atención.	FO: usar experiencia para formalizar rápido y optimizar delivery. DO: mejorar control de energía y plan financiero para acceder a créditos. FA: abastecer bien el almacén y promover reciclaje. DA: gestionar bien energía y controlar morosidad.	- Red logística eficiente (entregas rápidas). - Portafolio amplio y adaptado al mercado local. - Capacitaciones gratuitas que fidelizan. - Alianzas estratégicas con proveedores y clientes.	- Clientes: aumentar satisfacción y captar nuevos segmentos. - Finanzas: aumentar ventas e ingresos mensuales. - Procesos: mantener orden, limpieza e inventarios eficientes. - Aprendizaje: personal capacitado y trabajo en equipo.	- Duración total: 110 días. - Incluye: idea de negocio, análisis interno/externo, planeamiento, marketing, operaciones, logística, personal, plan financiero y retroalimentación.

Diagrama de Gantt

AÑO 2026																				
Actividad	Duración	Comienzo	Fin	Enero					Febrero				Marzo				Abril			
Implementación del Negocio				1	2	3	4	5	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Descripción de la idea del negocio	5	01/01/26	06/01/26																	
Análisis Interno y Externo	15	07/01/26	22/01/26																	
Planeamiento Estratégico	10	23/01/26	02/02/26																	
Análisis del Mercado	5	3/02/26	07/02/26																	
Plan de Marketing	15	08/02/26	23/02/26																	
Gestión de las operaciones productivas	20	24/02/26	16/03/26																	
Gestión Logística	15	17/03/26	01/04/26																	
Gestión de Personas y Legales	15	02/04/26	17/04/26																	
Plan Financiero	5	18/04/26	23/04/26																	
Retroalimentación del Proyecto	5	24/04/26	29/04/26																	
	110 días																			



CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE MERCADO

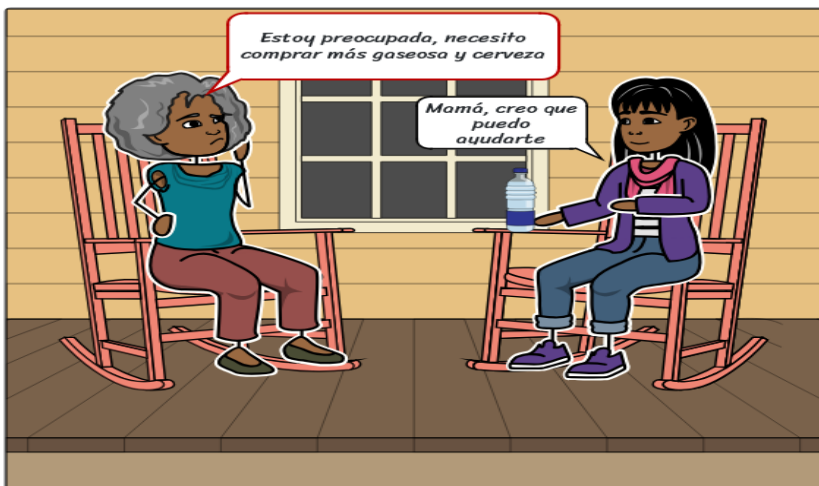


- El estudio de mercado se realizó con encuestas online y datos oficiales (INEI, APEIM, ADEX).
- El mercado meta son personas de 20 a 60 años del distrito de San Juan Bautista.
- El público objetivo real es 4,028 personas que compran bebidas en depósitos.
- Los encuestados muestran:
 - 93.8% compra en depósitos.
 - 67% compra bebidas a diario o varias veces por semana.
 - 70% prefiere bebidas alcohólicas.
 - 78% pagaría delivery.
 - 90% prefiere recibir ofertas por redes sociales.
- La demanda proyectada y las ventas aumentan cada año, superando el millón de soles al quinto año.
- Ajustado por competencia, la venta estimada del primer año es S/ 373,633.84.

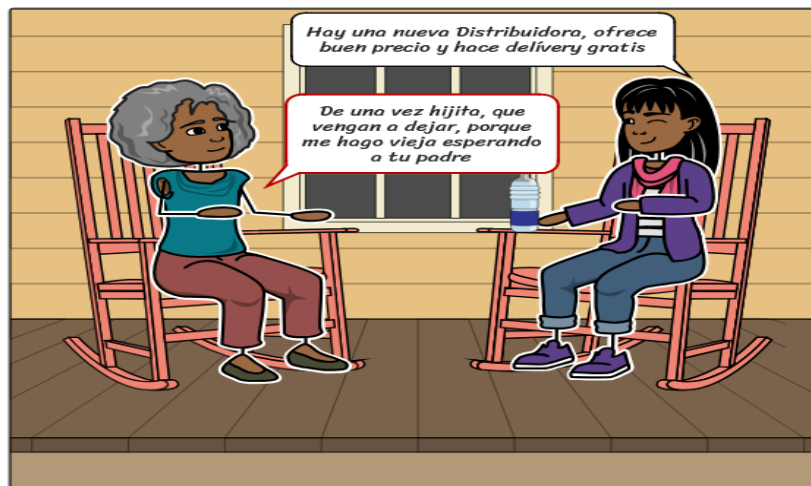


STORYBOARD DE COMERCIALIZACIÓN DE BEBIDAS ALCOHÓLICAS Y NO ALCOHÓLICAS “SELVA FRÍA”

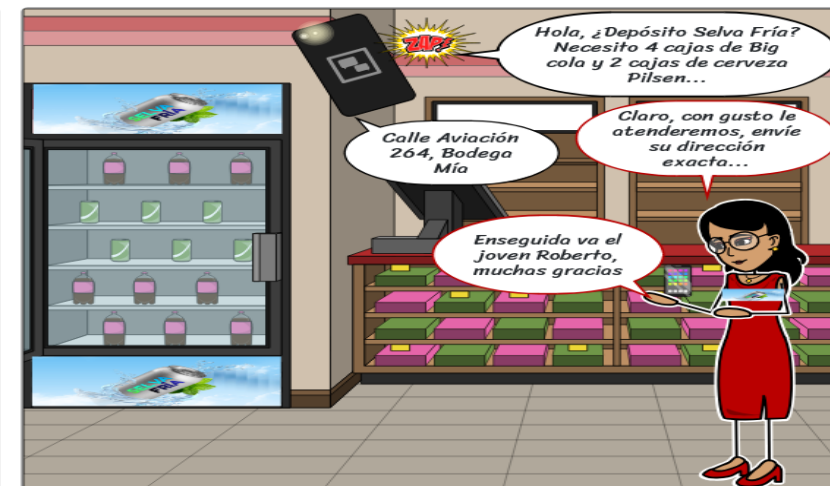
Un día, la señora Noemí desea comprar paquetes de bebidas para su negocio



Su hija llamada Mía le ofrece una solución:



El equipo de SELVA FRÍA responde inmediatamente



El joven Roberto va con el delivery rumbo a casa de la señora Noemí



EL delivery finalmente llega a la dirección indicada



Los clientes se sienten felices y contentos por recibir una atención rápida y eficiente !



CAPÍTULO V: EL PLAN DE MARKETING



DEPÓSITO SELVA FRÍA

VARIEDAD A BUEN PRECIO

DELIVERY AL 943021525



- El negocio se dirige a personas de 20 a 60 años del distrito de San Juan Bautista, que consumen o comercializan bebidas.
- El producto se diferencia por la rapidez, delivery, buena coordinación y capacitaciones gratuitas para los clientes.
- Se ofrecerán precios accesibles gracias a compras al por mayor, manteniendo márgenes de S/ 1.50 a S/ 3.50.
- La distribución será mediante local físico, delivery y participación en eventos; se reforzará con redes sociales.
- La comunicación incluirá descuentos corporativos, uso de WhatsApp y promoción digital constante. Presupuesto de marketing anual: S/ 11,020.



CAPÍTULO VI: GESTIÓN DE LAS OPERACIONES PRODUCTIVAS



- Ubicación: Mejor distrito → San Juan Bautista (8.20 puntos).
- Proceso operativo: Recepción, revisión, control, clasificación, almacenamiento, preparación de pedidos y despacho (incluye delivery).
- Infraestructura: Equipos valorizados en S/ 14,500 (congeladores, laptop, POS, vigilancia, mesas, etc.).
- Capacidad del servicio: 32 atenciones diarias → 826 atenciones mensuales, creciendo hasta 13,484 anuales al año 5.
- Recursos humanos: 2 almaceneros para cubrir el servicio mensual.
- Gestión de calidad: Control en 3 etapas: recepción, almacenamiento y entrega, cumpliendo normas de salubridad y seguridad.
- Costos operativos:
 - Personal: S/ 36,912 anuales.
 - Servicios básicos + alquiler: S/ 26,640 anuales (S/ 141,600 en 5 años).





Factores a evaluar	Peso del factor (0-1)	Opciones de localización del terreno por distrito:					
		San Juan		Belén		Iquitos	
		Calificación (1-10)	Total	Calificación (1-10)	Total	Calificación (1-10)	Total
Factor geográfico	0.20	9	1.80	6	1.20	7	1.40
Disponibilidad de servicios básicos	0.10	9	0.90	6	0.60	8	0.80
Vía de acceso terrestre	0.15	7	1.05	5	0.75	7	1.05
Alquiler del terreno	0.10	8	0.80	7	0.70	6	0.60
Fácil acceso	0.10	9	0.90	8	0.80	5	0.50
Seguridad del sector	0.15	7	1.05	6	0.90	5	0.75
Mano de obra	0.10	9	0.90	5	0.50	6	0.60
Competencia	0.10	8	0.80	6	0.60	6	0.60
TOTAL	1.00		8.20		6.10		6.30

GRACIAS

