

Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional,

Administrativa y

Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Plan de negocio para la creación de la licorería el desquicio
ubicada en el norte de la ciudad de Guayaquil

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en Administración
de Empresas

Autor:

Bryan Steven Tuarez loor

Tutor

Ing. Juan Carlos Tapia Andino

Guayaquil – Ecuador

2022



**Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional,
Administrativa y**

Comercial

Carrera:

Tecnología en Administración de Empresas

TRABAJO DE TITULACIÓN

Tema:

Plan de negocio para la creación de la licorería el desquicio en el norte de la
ciudad de Guayaquil

Requisito previo para la obtención del título de Tecnólogo en Administración
de Empresas

Autor:

Bryan Steven Tuarez Iloor

Tutor:

Ing. Juan Carlos Tapia Andino

Guayaquil – Ecuador

2022

Reconocimiento de Responsabilidad

Yo, Bryan Steven Tuarez Loor, declaro bajo juramento que el presente Trabajo de titulación, válido para optar por el título de Administración de Empresas, titulado: **“Plan de negocio para la creación de la licorería el desquicio en el norte de la ciudad de Guayaquil”**, es de mi autoría; que no lo he presentado en ninguna otra institución educativa para obtener algún título, grado o calificación profesional.

Reconozco que he consultado todas las fuentes bibliográficas que aquí detallo.

De la misma manera, según lo que establece la Ley de Propiedad Intelectual, su reglamento y el Reglamento Interno del Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, cedo los derechos de propiedad intelectual de este trabajo de investigación, al Instituto ya mencionado.

Autorizo la reproducción parcial o total de este trabajo con fines académicos por cualquier forma, medio o procedimiento, siempre y cuando se incluya la cita bibliográfica del documento.

.....
Bryan Steven
Tuarez Loor
C.C.:0958139032

Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación

Ing. Juan Carlos Tapia Andino, en calidad de Tutor del trabajo de titulación:

CERTIFICA

Que el trabajo de titulación válido para optar por el título de Tecnología en administración de empresa, cuyo tema es: **“Plan de negocio para la creación de la licorería el desquicio ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil”**, fue elaborado por el Sr. Bryan Steven Tuarez loor, ha sido debidamente revisado y está en condiciones de ser entregado para que se siga lo dispuesto por el Instituto Superior Tecnológico de Formación Profesional Administrativa y Comercial, correspondiente a la sustentación y defensa del mismo, previo a la obtención de su título.

.....

Ing. Juan Carlos Tapia Andino

Tutor del Trabajo de Titulación

Certificación Del Tutor Del Trabajo De Titulación

AGRADECIMIENTO

En primera instancia, deseo agradecer a Dios por la salud a mis docentes y tutor que constantemente me han brindado sus conocimientos con la finalidad de llegar a mis objetivos tanto como en el área académico y personal. Asimismo, a mi familia y personas cercanas por brindar apoyo incondicional para permanecer aferrado al objetivo anhelado.

DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a mí, debido a que cada día logre lidiar con todas las adversidades, resolver uno a uno los acertijos de la vida, a mí, por dirigirme hacia mi trabajo el cual no era completamente de mi agrado con la intención de sustentar mis gastos, a mí, por detenerme a razonar cada una de mis decisiones y no seguir el camino del mal.

INDICE DE CONTENIDO

Certificación del Tutor del Trabajo de Investigación	II
Introducción	1
Formulación de problema	2
Objetivo.....	2
Capítulo I. Fundamentación.....	3
1.1. Marco Histórico.....	3
1.1.1. Origen del licor en Ecuador.....	3
1.1.2 Antecedentes	5
1.1.3 Origen.....	7
1.2. Marco Teórico	7
1.2.1 Historia de los licores	7
1.2.2. ¿Qué es un plan de negocios?.....	8
1.2.3 Objetivos de elaboración.....	9
1.3. Marco Conceptual.....	12
1.4. Marco Jurídico	13
Capítulo II. Metodología empleada	18
2.1. Enfoque de la investigación	18
2.2. Tipo de investigación	19
Investigación Descriptiva.....	19
Investigación Explicativo.....	19
2.3. Métodos de la investigación	19
2.3.1. Métodos Teórico	19
2.3.2. Método empírico	20
2.3.3. Método Estadísticos	20
2.4. Método de selección de la muestra probabilística	21
2.5 Análisis de resultados encuestas.....	23
2.5.1. Análisis de la observación.....	28
2.6 Herramientas de análisis	29
2.6.1 Análisis FODA.....	30
2.6.2 Análisis Capa.....	31
Capitulo III La Propuesta.....	32
3.1. Desarrollo de la Propuesta	32
3.2. Título de la Propuesta:.....	32
3.3. Objetivo de la Propuesta:	32

3.4. Descripción de la Propuesta:	32
3.4.1. Factibilidad de la Aplicación Factibilidad Administrativa.....	32
3.4.2. Factibilidad Legal.....	33
3.4.3. Factibilidad Financiera.....	33
4.1. Estudio de Mercado	33
4.2. Segmento de Mercado	33
Geografía	33
Demografía	33
4.3. Competencia	34
4.3.1. Competencia Directa	34
4.3.2. Competencia Indirecta.....	35
Proveedores	36
4.3.3. Estudio Técnico.....	37
Equipos:	37
Tamaño del proyecto	38
Ubicación del proyecto.....	38
4.3.4. Estudio Financiero.....	39
4.3.5. Estudio Organizacional	46
Misión.....	46
Visión	46
Valores.....	46
Razón social.....	46
Slogan	46
Logo.....	47
Organigrama	47
Descripción de cada estación de trabajo.....	48
4.4. Factibilidad de Aplicación	51
4.4.1. Factibilidad Tecnológica	51
4.4.2. Factibilidad Financiera.....	51
4.4.3. Factibilidad Legal.....	51
4.4.4. Factibilidad Ambiental.....	52
4.5. Resultados esperados en la aplicación de la propuesta	52
4.5.1. Impacto Social.....	52
4.5.2. Impacto Económico.....	52
Conclusiones.....	53

Recomendaciones	54
Bibliografía.....	55
Anexos.....	57

Índice de tablas

Tabla 1 Pregunta 1 Rango de Edad	23
Tabla 2 Pregunta 2 Género	24
Tabla 3 Pregunta 3 Consumo	25
Tabla 4 Pregunta 4 Opciones.....	26
Tabla 5 Pregunta 5 Opciones.....	27
Tabla 6 Ficha de Observación	28
Tabla 7 Cuadro PEST.....	29
Tabla 8 Proveedores	36
Tabla 9 Muebles de Oficina.....	37
Tabla 10 Descripción de los colaboradores	38
Tabla 11 Activos Fijos.....	39
Tabla 12 Depreciación de Activos Fijos	40
Tabla 13 Balance Inicial.....	41
Tabla 14 Rol de Pago	42
Tabla 15 Gastos Administrativos y de Constitución	42
Tabla 16 Costos	43
Tabla 17 Presupuesto de Ventas.....	43
Tabla 18 Ganancias	44
Tabla 19 Flujo de Caja	44
Tabla 20 Evaluación Financiera	45
Tabla 21 Cronograma de Ejecución	51

Índice de ilustración

Ilustración 1 Pregunta 1 Rango de Edad	23
Ilustración 2 Pregunta 2 Género	24
Ilustración 3 Pregunta 3 Consumo.....	25
Ilustración 4 Pregunta 4 Opciones.....	26
Ilustración 5 Pregunta 5 Opciones.....	27
Ilustración 6 Análisis FODA	30
Ilustración 7 Análisis CAPA	31
Ilustración 8 Ubicación de El Desquicio	38
Ilustración 9 Organigrama	47

Índice de Figura

Figura 1 Competencia Indirecta	35
Figura 2 Competencia Indirecta	35
Figura 3 Competencia Indirecta	35
Figura 4 Proveedor MC	36
Figura 5 Proveedor Cervecería Nacional	36
Figura 6 Proveedor K-Purito	36
Figura 7 Logotipo	47

Índice de Imagen

Imagen 1 Ficha de Observación	57
Imagen 2 Formato de Encuesta	58
Imagen 3 Descripción de Trabajo.....	58

INFORME DEL URKUND

RESUMEN

El objetivo del presente trabajo de investigación es analizar la rentabilidad y efectividad del plan de negocio para la creación de la licorería el desquicio ubicado en el norte de la ciudad de Guayaquil en el cual el servicio delivery será la característica que garantizará la acogida de los futuros clientes, debido a que en las encuestas se evidencia una aceptación favorable con lo relacionado. En la metodología financiera se proyecta una inversión de \$4.200,00.

Palabra claves: Delivery, Plan de negocio

ABSTRACT

The objective of this research work is to analyze the profitability and effectiveness of the business plan for the creation of a liquor store with delivery service in the north of the city of Guayaquil in which the delivery service will be the characteristic that will guarantee the reception of future clients, due to the fact that the surveys show a favorable acceptance of what is related. In the financial methodology, an investment of \$ 4.200,00 is projected.

Keywords: Delivery, Business Plan

Introducción

En Guayaquil, el consumo de bebidas alcohólicas es cotidiano sin importar el estado de ánimo de la persona, aquello brinda apertura para que establecer un negocio que sea rentable. A los inicios del 2019, año en el que comenzó la pandemia del covid-19, los ciudadanos cambiaron su estilo de vida debido al confinamiento establecido por el gobierno ecuatoriano. A pesar de lo anteriormente dicho, las personas aún deseaban consumir bebidas alcohólicas, es así como se sitúa una oportunidad para idealizar la creación de una licorería en el norte de la ciudad de Guayaquil con el servicio de delivery.

Según el diario “*El Telégrafo*” en su publicación del domingo 11 de julio del 2021, dio a conocer que estudios realizados en el 2014 arrojan que Ecuador es el noveno país de mayor consumo de bebidas alcohólicas siendo Guayaquil y Quito las principales ciudades de dicho consumo, aquella gran apertura se encuentra denotada en la existencia de la gran cantidad de licorerías en el norte de la ciudad de Guayaquil. Al integrar un servicio de delivery se dará un valor agregado que diferencia de las demás licorerías tradicionales, así se podría incluir promociones entorno al envío de los productos con el fin de manejar una buena captación de cliente por medio de las redes sociales puesto que en la actualidad es una de las mejores plataformas para la publicidad de negocios. (telegrafo, 2021)

También aporta al quitar el estrés de las personas puesto que está comprobado que el estrés puede causar grandes enfermedades y el salir a beber con amigos o en reuniones con beber un poco de alcohol puedes llegar a sentirte más cercano al momento que está viviendo sea reunión familiar, amigos de infancia o de trabajo el momento será de gran ayuda a que te sienta de mejor ánimo, puedes llegar a olvidar tus problemas siempre y cuando esto sea de manera responsable y eso también se va a concientizar al momento de vender las bebidas alcohólicas porque no solo será vender por vender sino también de cierta manera dar a entender que no solo se bebe para olvidarte del mundo hasta llegar a un estado de no poder mantenerte y olvidarte de todo si no para que puedas disfrutar de un rato ameno con los que forman parte de tu círculo de amigos o familia quien estén en la reunión .

Así formar una de las cadenas más grande de ventas de licor en el norte de la ciudad de Guayaquil para esto se debe llegar a todos los consumidores de diferente manera para así tener clientes de distinta ideología con respeto al consumo de alcohol.

Llegando a mantener una acogida de mayor escala, para esto se proporcionará una gran variedad de producto como bebidas alcohólicas variadas de diferentes clases.

Al generar un plan de negocio estable quiero llegar a brindar una fuente empleo en diferentes puntos y áreas como servicio al cliente, personal operativo y porque una licorería porque es un producto que tiene mayor rotación y mayor duración de vida útil y esto ayuda a que no existan pérdidas en el inventario por productos en estado de caducidad o deteriorado al existir una licorería y virtual donde tendrás un asesor atendiendo tus pedidos para ser entregado por delivery será una buena acogida para el mercado de licores.

Formulación de problema

¿De qué manera ayudará el incluir el delivery en la licorería para que el plan de negocio pueda llegar a recibir una mejor acogida?

Objetivo

Elaborar un Plan de Negocio para la creación de una licorería con servicio delivery en el norte de la ciudad de Guayaquil.

En la cual la presente tesina cuenta con tres capítulos en los que se describe cada uno de los puntos.

Capítulo I. En la cual se visualizará la fundamentación, en la cual contiene el marco histórico, marco teórico, marco conceptual y marco jurídico.

Capítulo II. Se describe la metodología empleada, tipo de investigación, estadísticas, muestreos del norte de la ciudad de Guayaquil.

Capítulo III. Se desarrollará la propuesta, donde se explicará detalladamente el proceso a realizar, los resultados esperados y la factibilidad de poner en marcha la licorería.

Capítulo I. Fundamentación

1.1. Marco Histórico

1.1.1. Origen del licor en Ecuador.

El licor Espíritu del Ecuador fue creado en San Francisco de Quito, capital del Ecuador en el año 1992, inspirados por una gran idea y con mucho entusiasmo sus creadores introducen al mercado un producto que haría orgulloso a su País.

Entre 1992 y 1994 los fundadores de Espíritu del Ecuador se encargaron de todos los trámites necesarios para poner en el mercado al nuevo producto, así como también del diseño de sus presentaciones iniciales. En un comienzo se buscó un nombre que describa el “*Licor del Ecuador*” un nombre que envuelva todo lo que los fundadores sintieron al crear un producto de tanta calidad y tan representativo de su País. Al no encontrar una opción que tenga esas características se optó por usar una traducción literal de la frase “*Spirit of Ecuador*” donde la palabra Spirit en inglés significa licor o bebida espirituosa, de allí viene Espíritu del Ecuador, sin embargo, al momento de decirlo por primera vez se dieron cuenta que tenían en el nombre algo muy especial. “*Espíritu*” una palabra con tantos significados, que al juntarla con “del Ecuador” lograron una palabra que significa Identidad Cultural, Magia Ecuatoriana, Idiosincrasia Nacional. (» Historia, 2014)

Fue así como en 1994 Espíritu del Ecuador hace su debut en el mercado nacional y comienza lo que indudablemente sería un camino lento pero seguro hacia la aceptación del consumidor ecuatoriano en un principio y luego del mundo.

Las primeras producciones fueron subcontratadas a empresas licoreras existentes ya que no se contaba con planta propia. En 1997 Espíritu del Ecuador inaugura su propia Planta de Producción y a comienzos de 1998 inauguran la Planta de Producción de botellas de cerámica para garantizar su calidad. (» Historia, 2014)

En la actualidad y luego de tanto esfuerzo y esmero, Espíritu del Ecuador cuenta con la aceptación del consumidor quien lo ha hecho líder en su categoría, desde el principio nos hemos mantenido fieles a la filosofía de los fundadores de hacer un Producto Ecuatoriano de altísima calidad, comprometidos a llevar con mucho orgullo el honor de ser “*El Licor Ecuatoriano*” (» Historia, 2014)

Antecedentes y orígenes de la Empresa Licorera de Santander 1785-1948.

El desconocimiento historiográfico nacional y regional sobre la historia de la Empresa Licorera de Santander (ELS) exigió un rastreo exhaustivo a los antecedentes históricos y sus orígenes en el siglo XX. El antecedente más remoto fue la Real Fábrica de Aguardiente del Socorro en el siglo XVIII, sus orígenes se remontan desde la aparición de la legislación de la lucha antialcohólica hasta su ratificación como empresa industrial y comercial a mitad de siglo XX. Esta aproximación histórica comparó las dos experiencias industriales, siendo el éxito fiscal o monetario en la implementación del sistema de administración directa, el componente que iguala ambos casos, a pesar de su distancia temporal y el contexto. Por otro lado, esta investigación invita a nuevos estudios sobre la Empresa Licorera de Santander.

El estanco de aguardiente durante el periodo de la Colonia en los territorios que hoy se conocen como Colombia, era básicamente un monopolio para la producción y comercialización de la bebida alcohólica a base de caña de azúcar, como institución española estuvo precedida por órdenes y reales cédulas que prohibieron el consumo de aguardiente entre los años 1693-1697. Según Mora (1988) su creación tuvo idas y venidas desde la real cédula del 23 de septiembre de 1700 hasta su confirmación final en 1736, el establecimiento del estanco generó voces de protesta en contra de la intervención estatal en una actividad que había sido de libre producción, de igual forma, los mercaderes de aguardientes y vinos españoles señalaban la disminución de sus ganancias; en medio de la discusión, las censuras de excomunión de la iglesia agregaban el componente moral. La contraparte oficialista argumentaba los beneficios para el fisco y la solución a la embriaguez de indios, negros, mulatos y mestizos, a través de los altos costos, se pensaba la disminución del consumo. En sus primeros años el estanco funcionó bajo un sistema de arriendo, consistía en el nombramiento de una persona a través de remate público para la administración de la producción y venta de aguardiente. A cambio, esta persona pagaba al Estado colonial una suma calculada según la región o provincia. Durante estos primeros años hubo una incertidumbre respecto al futuro del estanco de aguardiente, que finalmente fue disipada por la real cédula del 14 de septiembre de 1736, su ejecutor fue el presidente Don Sebastián Eslava. (Hernández de Alba, 1990). Con la ratificación del estanco de aguardiente, el sistema de arrendamiento era la opción para la administración de la renta, pero ante los pobres resultados, se implantó el sistema de asiento. (Sierra-Garzón, Octubre 20 de 2016)

1.1.2 Antecedentes

La destilación del alcohol era relativamente poco conocida hasta fines del siglo XVI. Tanto griegos como romanos sólo conocían la elaboración del vino, entre los cuales había algunos que perfumaban con hierbas aromáticas.

Posiblemente, entre ellos, está el precursor de lo que hoy conocemos con el nombre de Vermouth, cuya demanda en todo el mundo es sorprendente. También elaboraban cierta clase de bebidas con alta concentración de azúcar y zumo de frutas, similares a las que hoy conocemos con el nombre de jarabes. Reminiscencias históricas nos hacen saber que ya la Reina de Saba poseía el secreto de la preparación de un jarabe muy similar a la conocida granadina. No hay, pues, en el mundo civilizado de aquel entonces, ningún indicio que permita suponer que se poseyese el arte de la elaboración de bebidas espirituosas.

Es probable que hayan sido los alquimistas árabes, en el siglo X, los verdaderos descubridores de los secretos de la destilación del alcohol. El término «alambic» o «alambique» está compuesto de dos vocablos árabes.

Fue Arnaldo de Vilanova, profesor de la universidad de Montpellier, quien profundizó en su estudio y realizó vastas experiencias prácticas que lo condujeron a la obtención de destilados alcohólicos, aplicados primariamente en la medicina y más tarde en la preparación de cierto licor al cual se le atribuían propiedades y virtudes que lo convertían en panacea de todos los males.

Si bien no se confirmaron esas virtudes atribuidas originariamente a tal preparado, que no pasaba de ser alcohol azucarado al que se le perfumaba con la esencia de alguna planta aromática, lo cierto es que constituyó el punto de partida de los más variados licores y bebidas creadas para satisfacer el exigente paladar humano.

Los primeros destilados se conocieron con el nombre de «aguavite», o sea, aguardiente. Hasta hace aproximadamente un siglo, sólo se extraía el alcohol del vino o del orujo. Sólo en el Reino Unido se extraía de la cebada. La creciente demanda y la diversidad de usos, obligó a buscar esta sustancia en los más variados productos vegetales y hoy ocupa primerísimo lugar el alcohol de cereales y de caña o melaza de azúcar.

Antiguamente, el secreto de cada productor era el sistema de destilación que le permitía lograr en su producto el sabor deseado para la bebida. Debido a esto, el proceso

de destilación tuvo muy variados tipos y funcionamientos, aunque todos se basaban en el mismo objetivo común de separar el alcohol de un fermento para llevarlo a una bebida. (Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco, 10-Febrero-2010)

Bebidas fermentadas en los albores de la civilización egipcia. Créditos Los cereales fermentados, el jugo de frutas y la miel, se han utilizado durante miles de años para fabricar alcohol (alcohol etílico o etanol).

Las bebidas fermentadas existen desde los albores de la civilización egipcia, y existe evidencia de una bebida alcohólica primitiva en China alrededor del año 7000 a. de C. En la India, una bebida alcohólica llamada sura, destilada del arroz, fue utilizada entre los años 3000 y 2000a. de C. (Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco, 10-Febrero-2010)

Los babilónicos adoraban a una diosa del vino tan antigua que data aproximadamente del año 2700 a. de C. En Grecia, una de las primeras bebidas alcohólicas que ganó popularidad fue el aguamiel, una bebida fermentada hecha de miel y agua. La literatura griega está llena de advertencias contra los excesos de la bebida.

Diferentes civilizaciones nativas americanas desarrollaron bebidas alcohólicas durante la época precolombinal épocas. Una variedad de bebidas fermentadas de la región de los Andes, en Sudamérica, se hacían a base de maíz, uvas o manzanas y se le dio el nombre de “*chicha*”. (Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco, 10-Febrero-2010)

En el siglo XVI, las bebidas alcohólicas (conocidas como “*espíritus*”) se utilizaban ampliamente con propósitos curativos. A principios del siglo XVIII, el parlamento inglés aprobó una ley que fomentaba el uso de cereales para la destilación de “*espíritus*”. Estas bebidas alcohólicas, sumamente baratas, inundaron el mercado y llegaron a su punto más alto a mediados del siglo XVIII. En el Reino Unido, el consumo de ginebra alcanzó los 68 millones de litros y el alcoholismo se generalizó.

El siglo XIX trajo un cambio de actitud y una campaña antialcohólica empezó a promover el uso moderado del alcohol, algo que a la larga se convirtió en una prohibición total.

En 1920, en Estados Unidos se aprobó una ley que prohibía la fabricación, venta, importación y exportación de bebidas embriagantes. El comercio ilegal de alcohol se disparó y en 1933, la prohibición del alcohol se canceló. (Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco, 10-Febrero-2010)

Hoy en día, se estima que 15 millones de norteamericanos se ven afectados por el alcoholismo y un 40% de todas las muertes por accidentes automovilísticos en los Estados Unidos están relacionados con el alcohol.

1.1.3 Origen

Hace más de 6,000 años en las márgenes de los ríos Tigris y Éufrates, los sumerios elaboraban y consumían Cerveza.

La historia dice que los babilonios heredaron de los sumerios el arte del cultivo de la tierra y la elaboración de la Cerveza. Uno de los decretos más conocidos de la época, emitido por el Rey Hammurabi, dispuso normas sobre la fabricación de esta bebida, en las cuales se incluían el precio del producto, la concentración adecuada y se establecían sanciones aplicables a quienes la adulteraran. La elaboración tenía carácter religioso y era realizada por sacerdotisas. (Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco, 10-Febrero-2010)

Según una tabla asiria fechada 2.000 años A.C., la cerveza formaba parte de las provisiones del Arca de Noé, y Cristóbal Colón al llegar a las Islas del caribe descubre que los indios americanos tomaban una bebida fermentada hecha con maíz.

Los griegos identificaron la Cerveza con los egipcios, ya que la palabra "*zythum*" usada por éstos, significaba vino de cebada. Un siglo antes de Jesucristo, Diodor Sículo escribe "*Se hace en Egipto, con cebada una bebida llamada zythum y que por lo agradable de su color y su gusto cede muy poco alvino*". (Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco, 10-Febrero-2010)

En sus comienzos, los egipcios obtenían la Cerveza fermentando el trigo, pero más tarde éste fue sustituido por otros cereales más idóneos, especialmente la cebada. La bebida se mezclaba con frutos, preferiblemente dátiles, se endulzaba con miel y se perfumaba con canela. Los fabricantes egipcios de Cerveza eran exceptuados de prestar el servicio militar y tanto los soldados como las autoridades, recibían Cerveza como parte de su paga. (Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco, 10-Febrero-2010)

1.2. Marco Teórico

1.2.1 Historia de los licores

Inicialmente los licores fueron elaborados en la edad media por físicos y alquimistas como remedios medicinales, pasiones amorosas, afrodisíacos y cura

problemas. La realidad era que no se detectaba su alto contenido alcohólico y así permitía lograr propósitos poco habituales. La producción de licores data de tiempos antiguos. Los documentos escritos se lo atribuyen a la época de Hipócrates quien decía que los ancianos destilaban hierbas y plantas en particular por su propiedad de cura de enfermedades o como tónicos. De estos factores, que los licores son asociados a la medicina antigua y a la astrología medieval. A través de los siglos fueron también conocidos como elixires, aceites, bálsamos y finalmente como licores. (Macek, 2018)

“Según el autor Marck los licores fueron elaborados con fin medicinal ya que no se detectaba con un alto grado de licor y por eso se los ve asociados.”

Existen tres tipos distintos de licores

- Aquellos con una sola hierba predominando en su sabor y aroma
- Los que están elaborados a partir de una sola fruta, por ende, sabor y aroma.
- Los producidos a partir de mezclas de frutas y/o hierbas

A nivel de su producción, existen dos métodos principales. El primero, que consiste en destilar todos los ingredientes al mismo tiempo, y luego siendo esta destilación endulzada y algunas veces colorizada. O el segundo que consiste en agregar las hierbas o frutas a la destilación base. Este segundo método permite conservar el brillo, frescura y bouquet de los ingredientes; y es logrado utilizando bases de brandy o cognac, resultando estos ser los de mejor calidad. Los licores son conocidos por sus nombres genéricos, su sabor, color y graduación alcohólica. La siguiente es una tabla que muestra esas características: (Macek, 2018)

“Según el autor Macek existen una gran variedad de licores las cuales le representa por el nombre del contenido, sabor, color y el grado de alcohol que contiene.”

1.2.2. ¿Qué es un plan de negocios?

El plan de negocios reúne en un documento único toda la información necesaria para evaluar un negocio y los lineamientos generales para ponerlo en marcha. Presentar este plan es fundamental para buscar financiamiento, socios o inversionistas, y sirve como guía para quienes están al frente de la empresa.

En el proceso de realización de este documento se interpreta el entorno de la actividad empresarial y se evalúan los resultados que se obtendrán al accionar sobre ésta

de una determinada manera. Se definen las variables involucradas en el proyecto y se decide la asignación óptima de recursos para ponerlo en marcha. (Iruela, 2009)

Según sea la magnitud del proyecto, la realización del plan puede llevar unos días o varios meses, ya que no se trata sólo de redactar un documento sino de imaginar y poner a prueba toda una estructura lógica. (¿Se puede vender esta cantidad a este precio? ¿Con esta estructura se puede responder a esta demanda? ¿Es esta inversión suficiente para este crecimiento proyectado?). Es importante destacar que, si bien los aspectos financieros y económicos son fundamentales, un plan de negocios no debe limitarse sólo a planillas de cálculo y números. (Iruela, 2009)

“Según el autor Iruela en estos 3 párrafos el plan de negocio debe ser elaborado paso a paso para así llegar a lograr los objetivos deseados para así entender y solucionar problemas a futuro.”

Para el autor Plan de Negocios es un documento que se necesita para analizar, evaluar y presentar un proyecto comercial, en el que examinan las alternativas para llevar a cabo un negocio, evaluando así la factibilidad técnica.

1.2.3 Objetivos de elaboración

Ninguna empresa que pretenda competir en los complejos mercados actuales puede pasar por alto la tarea de imaginar escenarios futuros. El plan de negocios muestra en un documento el o los escenarios más probables con todas sus variables, para facilitar un análisis integral y una presentación a otras partes involucradas en el proyecto (inversionistas, socios, bancos, proveedores, clientes).

Las ideas en abstracto pueden ser geniales, pero si no se tiene en claro cómo transformarlas en realidad, pueden no encontrar apoyo, tambalearse frente a los problemas o quedar olvidadas en el tiempo.

Los objetivos que justifican la elaboración de un plan de negocios difieren según el momento de la vida de la empresa y el tipo de negocio que vaya a planificarse. En general, las razones por las que se decide realizar un plan de negocios son:

➤ Tener un documento de presentación de un proyecto a potenciales inversionistas, socios o compradores.

- Asegurarse de que un negocio tenga sentido financiera y operativamente, antes de su puesta en marcha.
- Buscar la forma más eficiente de llevar a cabo un proyecto.
- Crear un marco que permita identificar y evitar potenciales problemas antes de que ocurran, con el consiguiente ahorro de tiempo y recursos.
- Prever necesidades de recursos y su asignación en el tiempo.
- Evaluar el desempeño de un negocio en marcha.
- Valuar una empresa para su fusión o venta.
- Guiar la puesta en marcha de un emprendimiento o negocio.

En las PYMES, donde las decisiones suelen estar fuertemente concentradas en pocas personas, la elaboración de un plan de negocios tiene una ventaja adicional: permite establecer una distancia entre el humor cambiante (o los caprichos) de los empresarios y las decisiones de negocios tomadas sobre la base de información y análisis. (PICHINCHA, 2020)

Antes de empezar

Muchas veces se confunde la idea de un producto con un negocio. Antes de empezar a armar un plan de negocio es necesario elaborar muy detallada la idea. La realización de un plan de negocios no se limita a una tarea de redacción. No es un proceso lineal. Por lo tanto, suele resultar necesario volver a analizar cada punto frente a cada avance. Por esto, es recomendable utilizar una computadora que permita ir recolectando la información y modificándola, antes de llegar a la versión final. Cada punto debe tener sentido en su relación con los demás, y debe surgir de un análisis en profundidad, que suele llevar tiempo.

Si bien el tiempo invertido puede significar costos, en realidad, se trata de una inversión. Un plan de negocios bien realizado indica qué hacer y cómo hacerlo, lo que permite ahorrar tiempo y evitar contratiempos posteriores. Llega incluso a considerarse un activo en la evaluación de un negocio, ya que lo convierte en un negocio con "manual de instrucciones", como es el caso de las franquicias. (PICHINCHA, 2020)

Antes de comenzar su elaboración, es bueno organizar la información disponible, detectar cuál es la información faltante y determinar cómo se conseguirá, además de pensar si se está en condiciones de realizarlo solo, o si se necesitará la participación de otras personas o equipos (responsables de áreas, abogados, contadores, etc.).

Durante la elaboración del plan debe tenerse en cuenta qué se quiere lograr con él (¿conseguir dinero?, ¿aprobación de una idea?, ¿un buen análisis para uno mismo?), considerando cuál es la información que le interesa a quien lo recibirá y de qué se le intenta convencer, pero cuidando también que la visión personal no quite a la información presentada el sustento objetivo.

Componentes

El plan de negocios recorre todos los aspectos de un proyecto. Los capítulos que se desarrollarán en el dossier incluyen: resumen ejecutivo, introducción, análisis e investigación de mercado, análisis Swot, estudio de la competencia, estrategia, factores críticos de éxito, plan de marketing, recursos humanos, tecnología de producción, recursos e inversiones, factibilidad técnica, factibilidad económica, factibilidad financiera, análisis sensitivo, dirección y gerencia, conclusiones y anexos. (PICHINCHA, 2020)

Resumen ejecutivo

Es un breve análisis de los aspectos más importantes de un proyecto, que se ubica delante de la presentación. Es lo primero que lee el receptor del proyecto, y quizás, por falta de tiempo, lo único. Debe describir en pocas palabras el producto o servicio, el mercado, la empresa, los factores de éxito del proyecto, los resultados esperados, las necesidades de financiamiento y las conclusiones generales.

Si bien se ubica al comienzo del plan, es conveniente realizarlo al final, después de haber analizado todos los puntos. Su extensión es clave: no más de dos páginas, preferentemente sólo una. El objetivo de este resumen es captar la atención del lector y facilitar la comprensión de la información que el plan contiene, por lo que se debe prestar especial atención a su redacción y presentación (PICHINCHA, 2020).

“Según el autor Pichincha los objetivos para la creación de un plan de negocio debe ser evaluados de tres formas: 1 plasmar bien la idea, 2 revisar los componentes, 3 análisis.”

1.3. Marco Conceptual

Administración:

Es el acto de administrar, planificar, controlar y dirigir los diversos recursos con los que cuenta una persona, empresa, negocio u organización, con el fin de alcanzar una serie de objetivos. (Significados, 2019)

Bebidas alcohólicas:

Son aquellas bebidas que contienen etanol (alcohol etílico) en su composición. Las bebidas alcohólicas desempeñan un papel social importante en muchas culturas del mundo, debido a su efecto de droga recreativa depresora. (Wikipedia, Bebida alcohólica, 2021)

Emprendimiento:

Incluye la ejecución de ideas por parte de un emprendedor, el cual pasa a la acción para hacer un cambio en el mundo. (Ferreira, 2021)

Innovación:

Consiste en utilizar conocimiento para construir un nuevo camino que lleve a una determinada meta. (JPALACI, 2015)

Inversión:

En términos generales es la utilización de los recursos en el sector productivo o de capitales con el objetivo de lograr beneficios o ganancias y su importancia radica en lograr obtener libertad financiera. (FINCESA, 2017)

Plan de negocios:

Es un documento que permite identificar y planificar los objetivos y la viabilidad de una empresa. (PICHINCHA, 2020)

Productividad:

Es la relación entre la cantidad de productos obtenida por un sistema productivo y los recursos utilizados para obtener dicha producción. (Wikipedia, Productividad, 2021)

Rentabilidad:

Por lo tanto, está asociada a la obtención de ganancias a partir de una cierta inversión. (Gardey, 2015)

Ritual:

Es una invitación periódica por un grupo o sociedad para reunirse en torno a un evento de naturaleza espiritual. (Significado de Ritual, 2016)

1.4. Marco Jurídico**CONSTITUCIÓN DE LA REPUBLICA DEL ECUADOR****Capítulo sexto****Trabajo y producción****SECCIÓN PRIMERA****FORMAS DE ORGANIZACIÓN DE LA PRODUCCIÓN Y SU GESTIÓN**

Art. 319.- Se reconocen diversas formas de organización de la producción en la economía, entre otras las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domésticas, autónomas y mixtas.

El Estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza; alentará la producción que satisfaga la demanda interna y garantice una activa participación del Ecuador en el contexto internacional.

Capítulo sexto**Formas de trabajo y su retribución****SECCIÓN TERCERA**

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de auto sustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todos los trabajadores.

Art. 327.- La relación laboral entre personas trabajadoras y empleadoras será bilateral y directa. Se prohíbe toda forma de precarización, como la intermediación laboral y la tercerización en las actividades propias y habituales de la empresa o persona empleadora, la contratación laboral por horas, o cualquiera otra que afecte los derechos de las personas trabajadoras en forma individual o colectiva. El incumplimiento de obligaciones, el fraude, la simulación, y el enriquecimiento injusto en materia laboral se penalizarán y sancionarán de acuerdo con la ley.

PLAN DE CREACION DE OPORTUNIDADES 2021-2025

Eje Económico

Objetivo 1: Incrementar y fomentar, de manera, inclusiva, las oportunidades de empleo y las condiciones laborales.

La mejor política social es la creación de empleo. Sin embargo, el papel del Gobierno se limita a la creación de las condiciones adecuadas para que el sector privado sea el responsable de la creación de empleos. Para esto es esencial la existencia de una economía de libre mercado.

Un componente importante de una economía libre es el sistema de precios. Los precios juegan un rol fundamental: coordinan las acciones de miles de personas, que persiguen sus propios objetivos, comunicando los cambios en el conocimiento particular que cada uno de ellos posee sobre la disponibilidad y usos potenciales de los recursos.

En lo que refiere al emprendimiento, se precisa eliminar trámites innecesarios, propiciar capacitación y acceso a condiciones óptimas de financiamiento, tomando en cuenta la interrelación que debe existir entre la academia, la empresa y los diferentes niveles de gobierno.

LEY DE PROPIEDAD INTELECTUAL

CAPITULO VIII

DE LAS MARCAS

SECCION I

DE LOS REQUISITOS PARA EL REGISTRO

Art. 194. Se entenderá por marca cualquier signo que sirva para distinguir productos o servicios en el mercado.

Podrán registrarse como marcas los signos que sean suficientemente distintivos y susceptibles de representación gráfica.

También podrán registrarse como marca los lemas comerciales, siempre que no contengan alusiones a productos o marcas similares o expresiones que puedan perjudicar a dichos productos o marcas.

Las asociaciones de productores, fabricantes, prestadores de servicios, organizaciones o grupos de personas, legalmente establecidos, podrán registrar marcas colectivas para distinguir en el mercado los productos o servicios de sus integrantes.

SECCION II

DEL PROCEDIMIENTO DE REGISTRO

Art. 201. La solicitud de registro de una marca deberá presentarse ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, comprenderá una sola clase internacional de productos o servicios y contendrá los requisitos que determine el Reglamento.

SECCION III
DE LOS DERECHOS CONFERIDOS
POR LA MARCA

Art. 216. El derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por su registro ante la Dirección Nacional de Propiedad Industrial.

La marca debe utilizarse tal cual fue registrada. Sólo se admitirán variaciones que signifiquen modificaciones o alteraciones secundarias del signo registrado.

CAPITULO VII
NOMBRES COMERCIALES

Art. 229. Se entenderá por nombre comercial al signo o denominación que identifica un negocio o actividad económica de una persona natural o jurídica.

Art. 230. El nombre comercial será protegido sin obligación de registro.

El derecho al uso exclusivo de un nombre comercial nace de su uso público y continuo y de buena fe en el comercio, por al menos seis meses.

Los nombres comerciales podrán registrarse en la Dirección Nacional de Propiedad Industrial, pero el derecho a su uso exclusivo solamente se adquiere en los términos previstos en el inciso anterior.

Sin embargo, tal registro constituye una presunción de propiedad a favor de su titular.

Art. 231. No podrá adoptarse como nombre comercial un signo o denominación que sea confundible con otro utilizado previamente por otra persona o con una marca registrada.

LEY ORGÁNICA DEL RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO (L.O.R.T.I.)

IMPUESTO AL VALOR AGREGADO

Capítulo I

OBJETO DEL IMPUESTO

Art. 52.- Objeto del impuesto. - Se establece el Impuesto al Valor Agregado (IVA), que grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados, en la forma y en las condiciones que prevé esta Ley.

LEY ORGÁNICA DE EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN

Capítulo III

FOMENTO AL EMPRENDEDOR Y CREACIÓN DE NUEVOS NEGOCIOS

Art. 12.- Registro Nacional de Emprendimiento. - El Ministerio rector de la Producción creará el Registro Nacional de Emprendimiento -RNE-, el mismo que será el responsable de su creación y actualización en línea, conforme a los parámetros y características establecidos en el reglamento de esta Ley. Los proyectos que consten dentro de este registro se sujetarán al Título III del Libro IV del Código Orgánico de la Economía Social de los Conocimientos, Creatividad e Innovación.

Toda persona natural o jurídica con antigüedad menor a cinco años a la fecha de entrada en vigor de esta Ley, que tenga menos de 49 trabajadores y ventas menores a 1.000.000 USD, podrá constar en el RNE para beneficiarse de los incentivos previstos en esta Ley. Para esto el Ministerio rector de la Producción, previa la emisión del RNE, requerirá los datos que correspondan al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social y al Servicio de Rentas Internas, así como a otras entidades vinculadas.

Art. 13.- Infraestructura para centros de Emprendimientos. - Con la finalidad de acompañar el desarrollo de emprendimientos, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público brindará apoyo y facilitará instalaciones, infraestructuras o establecimientos disponibles a su cargo, mediante la suscripción de convenios, a los

Gobiernos Autónomos Descentralizados e instituciones del gobierno central, para ser utilizados como centros de incubación gratuita para emprendedores.

De igual forma, el ente rector de la gestión inmobiliaria del sector público podrá facilitar instalaciones, infraestructuras o establecimientos a su cargo, mediante el arrendamiento a precio preferencial para ser utilizados como centros de apoyo, desarrollo y/o aceleradoras de emprendimientos de carácter público y/o privado. La sanción o clausura a un emprendimiento no podrá perjudicar a otros emprendimientos ubicados en el mismo establecimiento.

Art. 14.- Guía Nacional de Emprendimiento. La secretaria técnica del CONEIN generará una guía nacional para emprendedores que provea información al menos en los siguientes aspectos: macroeconómicos, de mercados internacionales, legales, tributarios, sectoriales, laborales, societarios y financieros del ecosistema emprendedor, además de un directorio de las oficinas comerciales del Ecuador en el mundo, con información para exportar productos y servicios.

La Secretaría Técnica, en coordinación con las demás entidades del Estado, actualizará semestralmente la Guía Nacional de Emprendimiento y podrá incluir la información complementaria que crea necesaria.

Art. 15.- Promoción comercial de emprendimientos a nivel internacional. El ente rector de Comercio Exterior realizará la promoción comercial de productos y servicios de emprendedores que se encuentren en el RNE, a través de sus oficinas comerciales del Ecuador en el exterior.

Capítulo II. Metodología empleada

2.1. Enfoque de la investigación

La presente tesina tiene un enfoque mixto puesto que se analizan y combinan, integrando o conectando de datos cuantitativos y cualitativos ya que se realizará observaciones en las diferentes licorerías con la finalidad de recolectar datos con el servicio y así ver fortalezas y debilidades que puedan llegar a existir y así fortalecer el enfoque la investigación con servicio delivery ya que las encuestas van a arrojar los resultados de que tanto favorece las entregas y entregas puerta a puerta.

2.2. Tipo de investigación

El tipo de investigación que se realizará en la presente tesina será descriptivo y explicativo puesto que vas a dar a conocer todos los pasos para llegar a la creación de un plan de negocio para la creación de una licorería y entender todas las fases para llegar para manejar un buen servicio con el cliente y plus agregado con es el servicio puerta a puerta.

Investigación Descriptiva

El fin del investigador es describir todos los eventos y situaciones de esta forma ver como se manifiestan los fenómenos y así recopilar todos los datos para llegar a tener un mejor enfoque de lo que sería la licorería con delivery y todo eso gracias a la acumulación de datos y su tabulación para una mejor elección al momento de la toma de decisiones con respecto del servicio.

Investigación Explicativo

El investigador con el conjunto de datos como referencias, creencias, descubrimientos y afirmaciones son hechos coherentes y dan una propuesta de valor a la estructura de la licorería con delivery y así poder relacionar todos los estudios.

2.3. Métodos de la investigación

En el presente trabajo de investigación, se usará tres tipos de métodos de investigación: teórico, empíricos, estadístico.

2.3.1. Métodos Teórico

2.3.1.1. Análisis síntesis

Con el análisis síntesis nos garantiza que si todo lo desarrollado desde el objetivo general, tendrá o no acogida con respeto a la licorería ya que arrojará diferentes comportamientos de los clientes para ver si tendremos uno que otro aspecto que nos vaya a influir.

2.3.1.2. Inducción y deducción

Mediante a este aspecto vamos a poder descifrar donde podemos llegar con la licorería con servicio delivery si el cliente llegara a aceptar esta modalidad de entrega ya que esto nos facilita a estudiar si tendremos demanda o no con el factor servicio al cliente.

2.3.1.3. Histórico lógico

Por medio del histórico lógico podemos ver todas las trayectorias que ha pasado las licorerías alrededor de todas las etapas del tiempo y así poder descifrar que factores durante el tiempo han predeterminado y descifrar que con el servicio delivery de una manera u otro disminuyen los accidentes de tránsito con respecto a comprar de bebidas alcohólicas.

2.3.2. Método empírico

En el método empírico el investigador empleo las siguientes herramientas tales como encuestas y observación ya que son fundamentales durante el desarrollo.

2.3.2.1. Encuesta

Se aplicarán 383 encuestas en el norte de la ciudad de Guayaquil en sus alrededores en el cual se elaborará un cuestionario donde se plasmará preguntas que den un grado de importancia para la presente investigación para así descifrar la acogida que puede llegar a generar el presente plan de negocio., y así se valorará de manera numérica mediante de tabulaciones.

2.3.2.2. Observación

Este método se realiza también en forma de estudio de mercado ya que de manera visual se descubre y se asimila, para así tomar registro e información que vaya a ser útil para la presente investigación.

2.3.3. Método Estadísticos

2.3.3.1. Estadística descriptiva

Con las estadísticas descriptivas vamos recolecta un conjunto de datos numéricos y tabulaciones con el fin de describir apropiadamente las diversas características del presente trabajo y así poder elaborar gráficos y cuadros estadísticos en la encuesta para así determinar si tendrá un buen margen.

2.4. Método de selección de la muestra probabilística

Se realizará un muestreo aleatorio simple, en el cual será la probabilidad los elementos de la población en ser elegidos y se usó el programa Excel, para la numeración aleatoria.

Según (INEC, 2022). Guayaquil tiene 2.698.007 habitantes, las principales Parroquias Urbanas son: Tarqui: 1.050.826, Ximena: 546.254, Pascuales: 74.932

Se usó los cálculos muestrales del tamaño de población como es del norte de la ciudad de Guayaquil el valor es 74.932 personas.

Muestra

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}{d^2(N - 1) + N \cdot Z^2 \cdot P \cdot Q}$$

Donde:

n = es el tamaño de la muestra

N = es el tamaño de la población.

z = (vale 1,96 para una confiabilidad del 95 %)

p= (es la proporción poblacional que deseamos estimar)

Q= (proporción de la población que no posee la característica de estudio)

Datos de fórmula a desarrollar:

n=?

N=74932

z=1.96

p=0.95

e=0.5

Desarrollo de la fórmula

$$n = \frac{74932 * 1.96^2 * 0.50(1 - 0.50)}{(74932 - 1) * 0.05^2 + 0.50(1 - 0.50)}$$

La cantidad de personas a encuestar es de n=383.

2.5 Análisis de resultados encuestas

Pregunta N 1; Edad

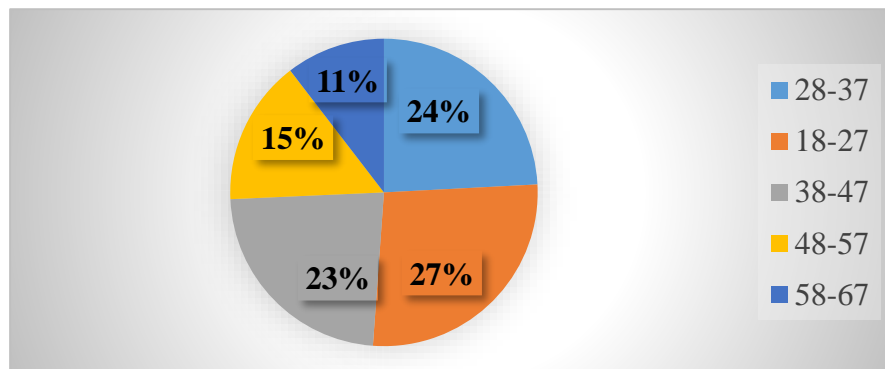
Tabla 1 Pregunta 1 Rango de Edad

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje
18-27	95	24%
28-37	106	27%
38-47	91	23%
48-57	50	15%
58-67	41	11%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Ilustración 1 Pregunta 1 Rango de Edad



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Análisis:

La ilustración #1 refleja que la mayor cantidad de personas encuestadas en el sector norte son personas de una edad promedio entre 18 y 27 años con el 27% las cuales serán la mayor parte de respuestas, y con el 24% las personas de entre 28 y 37 años.

Pregunta N 2: Género

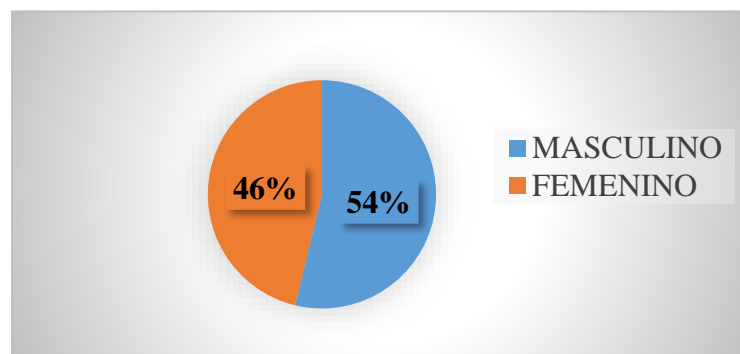
Tabla 2 Pregunta 2 Género

Género	Frecuencia	Porcentaje
Masculino	206	54%
Femenino	177	46%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Ilustración 2 Pregunta 2 Género



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Análisis

Cómo se puede observar en la ilustración # 2 el mayor porcentaje es el femenino con un 54%, y los del género masculino con un porcentaje del 46%.

Pregunta n 3: ¿Compraría bebidas alcohólicas por el servicio delivery?

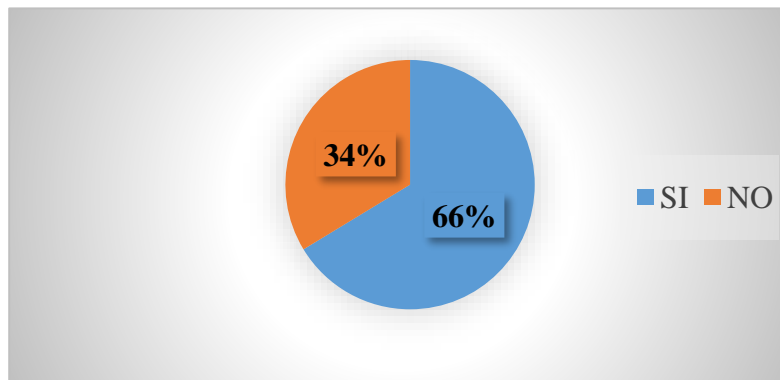
Tabla 3 Pregunta 3 Consumo

Consumo	Frecuencia	Porcentaje
SI	254	66%
NO	129	34%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Ilustración 3 Pregunta 3 Consumo



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Análisis

Como se puede observar en la ilustración #3 se tiene una buena acogida al servicio de delivery ya que el 66% de la población que indica que si usara dicho servicio.

Pregunta n 4: ¿Cuántas veces al mes consume alcohol?

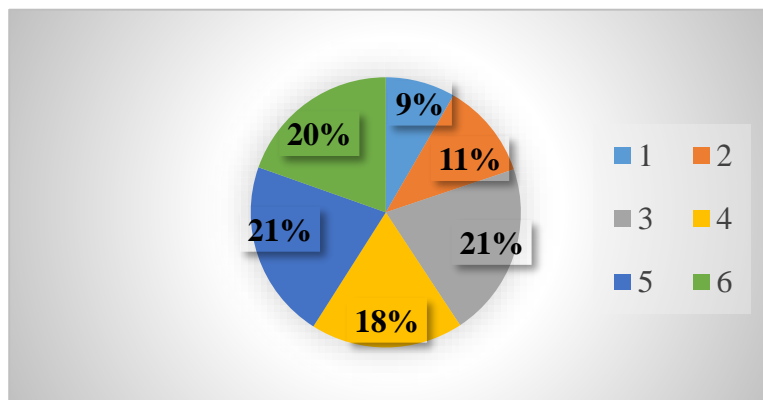
Tabla 4 Pregunta 4 Opciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1	32	9%
2	44	11%
3	80	21%
4	70	18%
5	82	21%
6	75	20%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Ilustración 4 Pregunta 4 Opciones



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Análisis

La ilustración # 4 refleja un porcentaje del 21 % de personas encuestadas que consumen bebidas alcohólicas de 1 a 3 veces al mes, mientras que un 20% lo consume 6 veces al mes y un 18% lo consume 4 veces al mes respectivamente.

Pregunta n 5: ¿Que alcohol consume con frecuencia?

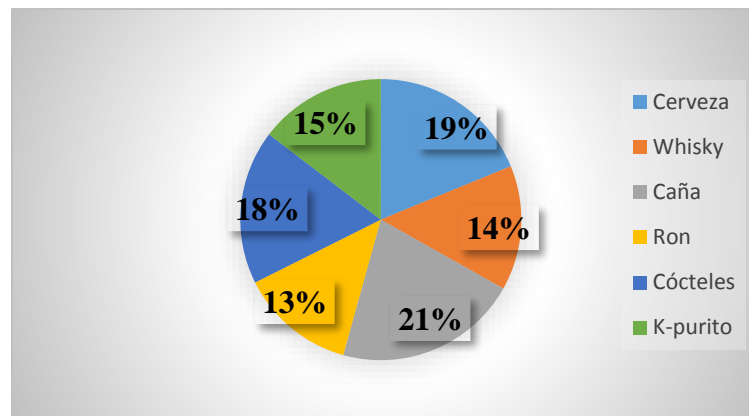
Tabla 5 Pregunta 5 Opciones

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Cerveza	72	19%
Whisky	55	14%
Caña	81	21%
Ron	51	13%
Cócteles	68	18%
K-purito	56	15%
Total	383	100%

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Ilustración 5 Pregunta 5 Opciones



Fuente: Encuestas

Elaborado por: Bryan Tuarez

Análisis

Se puede observar en la ilustración # 5 que el 21 % de la población prefiere consumir caña, mientras que un 18% consume cerveza y un 18% prefiere consumir cócteles

2.5.1. Análisis de la observación

Tabla 6 Ficha de Observación

<p>Plan de negocio para la creación de una licorería con servicio delivery en el norte de la ciudad de Guayaquil</p>	<p>Ficha de observación</p>	<p>Guayaquil norte de la ciudad</p> <hr/> <p>Bryan Steven Tuarez Loor</p> <p>18:30 pm</p> <p>7/8/2021</p>
<p>Descripción: durante la observación puede notar el desarrollo que va teniendo las distintas licorerías con respecto a la venta ya sea por volumen o por unidad pero todo esto me da conocer que la gran variedad de personas llevan el licor a sus fiesta, cumpleaños sin tener en claro que van a brindar pero si se les crea el servicio delivery donde más de eso pueda escoger le trago que necesiten y el tiempo que se toman en salir a comprar puedan realizar otras cuestiones ya que por lo generar siempre anda apurados para solucionar rápido dicho tema y que se lo deja a lo último, y la atención debe ser muy rápida para que no existan pérdidas de tiempo a su vez tener bien surtido el negocio ya que a parte de la venda de bebidas alcohólicas también debe haber snack, papas ,doritos, cachitos entre otros como tabaco, caramelos.</p>		

Elaborado: Bryan Steven Tuarez Loor

2.6 Herramientas de análisis

Tabla 7 Cuadro PEST

<p style="text-align: center;">Político</p> <p>En primer lugar, debemos mencionar la restricción política que encontramos al consumo de menores de 18 años de bebidas alcohólicas. En el entorno de otros países encontramos países que permiten su consumo a partir de los 16 años y en otros a partir de los 21. Como otros datos claramente evidentes de nuestro entorno político, esta empresa española está ubicada en un país políticamente estable y democrático, lo que da seguridad a la empresa de expropiaciones sin sentido y que actualmente tiene una regulación del empleo bastante favorable para el empresario.</p>	<p style="text-align: center;">Económico.</p> <p>Ha sufrido una grave crisis económica debido a la pandemia que ha provocado una caída del consumo de bienes que no son de primera necesidad como la cerveza, tanto en los hogares como en el sector de la hostelería, y una fuerte caída del turismo (habitual consumidor de cerveza en tiempos de temporada alta).</p>
<p style="text-align: center;">Socioculturales</p> <p>Actualmente, a causa de la crisis económica, estas típicas cervezas con amigos han pasado a un segundo lugar, incluso a desaparecer, en detrimento de tomar cerveza de marca más barata en el hogar y esto es un factor para obtener mayores ventas con el servicio delivery.</p>	<p style="text-align: center;">Tecnológico</p> <p>Debido a la tecnología con la cantidad de plataformas que forman parte del servicio delivery esto es una gran forma de potencializar el local.</p>

Elaborado: Bryan Steven Tuarez Loo

2.6.1 Análisis FODA

Ilustración 6 Análisis FODA

Fortalezas

- Variedad de stock
- Promociones
- Servicio delivery
- Calidad del producto
- Precios accesibles

Debilidades

- Presupuesta bajo
- Novato en el área
- No tener local propio

Oportunidades

- Las aplicaciones móviles
- Una nueva pandemia o confinamiento
- Tendencias a favor del mercado

Amenazas

- Pandemias
- Delincuencia
- Restricciones del COE

Elaborado: Bryan Steven Tuarez Loor

2.6.2 Análisis Capa

Ilustración 7 Análisis CAPA

Impulsar Fortalezas

Utilizando las redes sociales para hacer conocer todos nuestros stocks.

Brindar los precios del servicio según la zona de entrega.

Entregas gratis si llega a una cantidad representable.

Utilizar las Oportunidades

Estar en todas las plataformas digitales para mayor reconocimiento.

Una constante adaptación del mercado para así estar siempre al día con calidad precios y variedad.

Llegar acuerdos con los proveedores para siempre esta estoqueado.

Mejorar Debilidades

Aprender día a día para estar siempre preparado.

Realizar encuestas calificando el servicio.

Baúl de sugerencias

Confrontar Amenazas

Tener guardia de seguridad.

Estar pendiente a las noticias y tomando todas las medias.

Crear estrategias de ventas.

Elaborado: Bryan Steven Tuarez

Capítulo III La Propuesta

3.1. Desarrollo de la Propuesta

Dentro de la sección se presenta los estudios que han sido de mayor necesidad para realizar, medir la viabilidad del presente proyecto de la licorería.

3.2. Título de la Propuesta:

Plan de Negocio para la creación de la licorería el desquicio norte de la ciudad de Guayaquil.

3.3. Objetivo de la Propuesta:

Implementación de un Plan de Negocio para la creación de una licorería con servicio delivery en el norte de la ciudad de Guayaquil.

3.4. Descripción de la Propuesta:

La siguiente propuesta busca la implementación de una licorería en el norte de la ciudad de Guayaquil, está basada en el desarrollo económico que tienen las licorerías, bares.

Por esta oportunidad, se va a crear una licorería con servicio delivery y así brindar una mayor facilidad para el cliente con la compra y así evitar los traslados antes, durante y después de la venta y así también de cierta parte disminuir los índices de accidentes de tránsito por manejar bajo el efecto del alcohol y de cierta manera actuar al cliente de un mejor servicio al cliente y mayor cobertura con tiempo de respuesta rápidas para así evitar molestias.

3.4.1. Factibilidad de la Aplicación Factibilidad Administrativa

Es factible administrativamente por la ejecución del servicio delivery ya que esto ayudara a mantener mayores contactos con los clientes y así crea una base de clientes estable.

3.4.2. Factibilidad Legal

Es factible ya que se encuentra bajo el acuerdo ministerial 1470 regulación de ventas de bebidas alcohólicas.

3.4.3. Factibilidad Financiera

El valor de la inversión será por cuenta propia de ahorros obtenidos de mis trabajos a lo largo de mi vida laboral.

4.1. Estudio de Mercado

Gracias a los análisis de todos los factores internos y externos para poner en marcha de mejor manera el negocio.

4.2. Segmento de Mercado

De esta manera identifiqué a los consumidores más potenciales con los segmentos del mercado que tenemos.

Geografía

Se ha tomado en cuenta el norte de la ciudad de Guayaquil las mismas que están conformadas de pascuales hasta vergeles.

Demografía

De la segmentación geográfica, se ha considerado los habitantes de las siguientes características:

Genero

- Hombre
- Mujeres

Clase social

- Media
- Baja
- Alta

Ocupación

Personas que les guste el futbol y ven como medio de distracción consumir bebidas alcohólicas.

Personas que frecuentas realizar fiestas.

Comportamiento

De la segmentación demográfica han sido considerados a todas las personas que:

Que les guste las bebidas alcohólicas.

Que realicen fiestas los fines de semana.

Que quieran que sus bebidas alcohólicas lleguen a su hogar.

4.3. Competencia

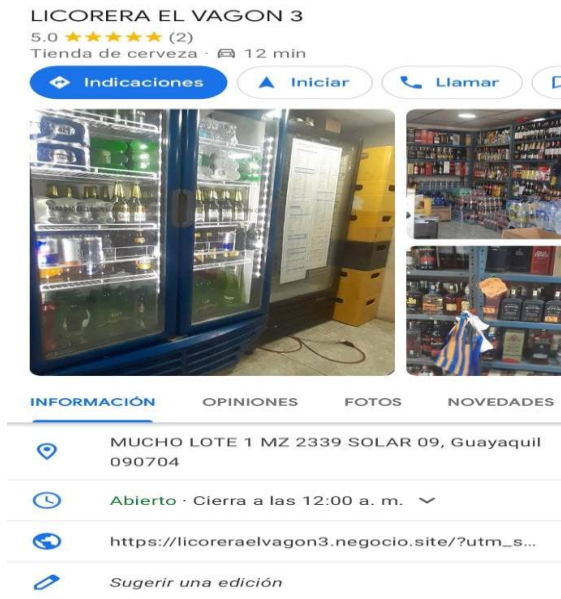
4.3.1. Competencia Directa

Pese a ser una zona con potencial, existen competencias directas, pero no cuentan con servicio de delivery sin recargo. Ya que este plus hace que la competencia sea nula.

4.3.2. Competencia Indirecta

Como competencia indirecta podemos considerar las diferentes licorerías que existen el rededor del norte de la ciudad de Guayaquil.

Figura 2 Competencia Indirecta



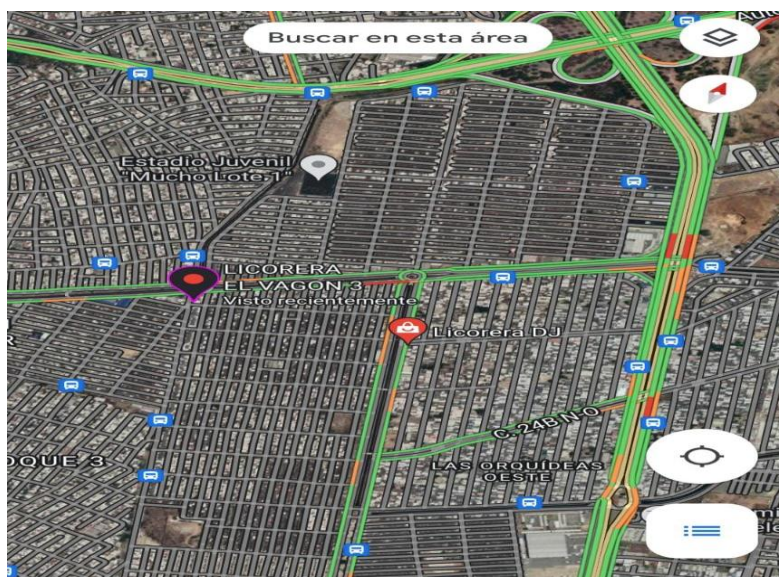
Fuente: Google Maps

Figura 1 Competencia Indirecta



Fuente: Google Maps

Figura 3 Competencia Indirecta



Fuente: Google Maps

Proveedores

Dentro de la estrategia contarán proveedores directos con el autor del proyecto para brindar un abastecimiento completo. Está conformado por:

Tabla 8 Proveedores

Proveedor	Teléfono	Dirección
Cervecería Nacional	04(2162088)	Km.16.5 Vía Daule
Licores HC	0980330323	Santo Domingo
K-purito	0959450752	Portoviejo

Elaborado por: Bryan Tuarez

Proveedores

Figura 5 Proveedor Cervecería Nacional



Figura 4 Proveedor MC



Figura 6 Proveedor K-Purito



4.3.3. Estudio Técnico

Con este estudio se analizarán los recursos tecnológicos y humano, que son requeridos para la implementación del proyecto

Equipos:

Los siguientes equipos son los que se han considerado importante para el proyecto

Tabla 9 Muebles de Oficina

Cantidad	Concepto
Muebles y Enseres	
1	Escritorio
3	Sillas
2	Estanterias
2	Congeladores
1	Parlante
2	Refrigeradoras
2	Vitrinas
Equipo de Oficina	
2	Teléfonos inalámbricos
1	Caja registradora
1	Tv Riviera 40
Equipo de Computo	
2	Computadoras
3	Sistema de seguridad cámara
1	Impresora

Elaborado: Bryan Tuarez

Tamaño del proyecto

Será formado como iniciación como una pequeña microempresa donde serán conformada por 3 personas conformando los siguientes puestos:

Tabla 10 Descripción de los colaboradores

Administrador	1
Área Comercial	1
Logística	1

Elaborado por: Bryan Tuarez

Ubicación del proyecto

La licorería El Desquicio estará ubicada en Mucho Lote 1

Ilustración 8 Ubicación de El Desquicio



Fuente: Google Maps

La licorería estará ubicada en Mucho lote 1, este espacio será apropiado para la atención a los clientes y brindar un buen servicio.

4.3.4. Estudio Financiero

La inversión de la propuesta será netamente financiada con capital propio para la realización.

Activos Fijos

La licorería El Desquicio necesitara un total de \$4200,00 que serán utilizados para el funcionamiento del proyecto.

Tabla 11 Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS			
MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
1	Escritorio	\$ 100,00	\$ 100,00
3	Sillas	\$ 60,00	\$ 180,00
2	Estanterías	\$ 40,00	\$ 80,00
2	Congeladores	\$ 250,00	\$ 500,00
1	Parlante	\$ 100,00	\$ 100,00
2	Refrigeradoras	\$ 145,00	\$ 290,00
2	Vitrinas	\$ 200,00	\$ 400,00
ACTIVOS FIJOS			\$ 1.650,00
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPO DE OFICINA			
2	Teléfonos inalámbricos	\$ 25,00	\$ 50,00
1	Caja registradora	\$ 300,00	\$ 300,00
1	Tv Riviera 40	\$ 200,00	\$ 200,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			\$ 550,00
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL
EQUIPO DE COMPUTO			
2	Computadoras	\$ 500,00	\$ 1.000,00
3	Sistema de seguridad cámara	\$ 300,00	\$ 900,00
1	Impresora	\$ 100,00	\$ 100,00
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 2.000,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			\$ 4.200,00

Elaborado: Bryan Tuarez

Depreciación de Activos Fijos

Tabla 12 Depreciación de Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS					
MUEBLES Y ENSERES					
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL 10 AÑOS	VALOR RESIDUAL
1	Escritorio	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 9,00	\$ 10,00
3	Sillas	\$ 60,00	\$ 180,00	\$ 16,20	\$ 18,00
2	Estantería	\$ 40,00	\$ 80,00	\$ 7,20	\$ 8,00
2	Congelador	\$ 250,00	\$ 500,00	\$ 45,00	\$ 50,00
1	Parlante	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 9,00	\$ 10,00
2	Refrigeradoras	\$ 145,00	\$ 290,00	\$ 26,10	\$ 29,00
2	Vitrina	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 36,00	\$ 40,00
ACTIVOS FIJOS			\$ 1.650,00	\$ 148,50	\$ 165,00
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL 3 AÑOS	VALOR RESIDUAL
EQUIPO DE OFICINA					
2	Teléfono inalámbrico	\$ 25,00	\$ 50,00	\$ 15,00	\$ 5,00
1	Caja registradora	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 90,00	\$ 30,00
1	Tv Riviera 40	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 60,00	\$ 20,00
TOTAL EQUIPO DE OFICINA			\$ 550,00	\$ 165,00	\$ 55,00
CANTIDAD	DESCRIPCIÓN	COSTO UNITARIO	COSTO TOTAL	VIDA UTIL 10 AÑOS	VALOR RESIDUAL
EQUIPO DE COMPUTO					
2	Computadoras	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 90,00	\$ 100,00
3	Sistema de seguridad cámara	\$ 300,00	\$ 900,00	\$ 81,00	\$ 90,00
1	Impresora	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 9,00	\$ 10,00
TOTAL DE EQUIPOS DE COMPUTO			\$ 2.000,00	\$ 180,00	\$ 200,00
TOTAL DE ACTIVOS FIJOS			\$ 4.200,00	\$ 378,00	\$ 420,00

Elaborado: Bryan Tuarez

Balance Inicial

A continuación, se describe el financiamiento del proyecto

Tabla 13 Balance Inicial

BALANCE INICIAL					
EL DESQUICIO					
AL 01 DE JUNIO A DICIEMBRE DEL 2022					
ACTIVOS			PASIVOS		
ACTIVO CORRIENTE			PASIVO NO CORRIENTE		
Caja	\$ 300,00				
Banco	\$ 500,00				
TOTAL ACTIVO CORRIENTE		\$ 800,00	Cuentas por pagar	\$ 4.200,00	
Muebles de oficina	\$ 1.650,00				
Equipo de oficina	\$ 550,00		TOTAL PASIVO NO CORRIENTE		\$ 4.200,00
Equipo de computación	\$ 2.000,00		PATRIMONIO		
TOTAL ACTIVOS FIJOS		\$ 4.200,00			
			Capital	\$ 800,00	
TOTAL ACTIVO DIFERIDO			TOTAL PATRIMONIO		\$ 800,00
TOTAL ACTIVOS		\$5.000,00	TOTAL PASIVO+PATRIMONIO		\$ 5.000,00

Elaborado: Bryan Tuarez

Rol de Pago

En el emprendimiento colaboraran 3 personas para dar inicio al proyecto el desquicio a continuación se detallan los valores correspondientes para cada colaborador

Tabla 14 Rol de Pago

INGRESOS							
CANT	CARGO	SALARIO	DECIMO TERCER SUELDO	DECIMO CUARTO	VACACIONES	APORTE IESS 11,15%	TOTAL
1	Administrador	\$ 500,00	\$ 41,67	\$ 35,42	\$ 20,83	\$ 55,75	\$ 653,67
1	Área comercial	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 560,93
1	Logística	\$ 425,00	\$ 35,42	\$ 35,42	\$ 17,71	\$ 47,39	\$ 560,93
TOTAL		\$ 1.350,00	\$ 112,50	\$ 106,25	\$ 56,25	\$ 150,53	\$ 1.775,53

Elaborado: Bryan Tuarez

Gastos Administrativos y Ventas

Tabla 15 Gastos Administrativos y de Constitución

EL DESQUICIO	
ADMINISTRATIVOS	
GASTOS	ANUAL
Sueldo	\$ 21.306,30
Servicios Básicos	\$ 300,00
Gastos de Constitución	\$ 200,00
Gastos de Publicidad	\$ 250,00
Total	\$ 22.056,30

Elaborado: Bryan Tuarez

Costos

Tabla 16 Costos

COSTO	DESCRIPCION	COSTO UNITARIO	AÑO 2022		AÑO 2023		AÑO 2024	
			CANT	COSTO DE VENTAS TOTALES	CANT	COSTO DE VENTAS TOTALES	CANT	COSTO DE VENTAS TOTALES
	Whisky (Royal blend)	\$ 5,00	500	\$ 2.500,00	550	\$ 2.750,00	605	\$ 3.025,00
	Cerveza	\$ 0,87	750	\$ 652,50	825	\$ 717,75	908	\$ 789,53
	K-purito	\$ 1,00	300	\$ 300,00	330	\$ 330,00	363	\$ 363,00
	Ron	\$ 4,00	390	\$ 1.560,00	429	\$ 1.716,00	472	\$ 1.887,60
	Tequila	\$ 6,00	240	\$ 1.440,00	264	\$ 1.584,00	290	\$ 1.742,40
	Vodka (Siberia)	\$ 5,00	287	\$ 1.435,00	316	\$ 1.578,50	347	\$ 1.736,35
	Total			\$ 7.887,50		\$ 8.676,25		\$ 9.543,88

Elaborado: Bryan Tuarez

Presupuesto de Ventas

Tabla 17 Presupuesto de Ventas

VENTA	AÑO 2022			AÑO 2023			AÑO 2024		
	PVP	CANT	V. TOTAL	PVP	CANT	V. TOTAL	PVP	CANT	V. TOTAL
Whisky (Royal blend)	\$26,00	\$500,00	\$13.000,00	\$ 26,00	\$ 550,00	\$14.300,00	\$ 26,00	\$ 605,00	\$15.730,00
Cerveza	\$ 2,50	\$750,00	\$ 1.875,00	\$ 2,50	\$ 825,00	\$ 2.062,50	\$ 2,50	\$ 907,50	\$ 2.268,75
K-purito	\$ 3,00	\$300,00	\$ 900,00	\$ 3,00	\$ 330,00	\$ 990,00	\$ 3,00	\$ 363,00	\$ 1.089,00
Ron	\$15,00	\$390,00	\$ 5.850,00	\$ 15,00	\$ 429,00	\$ 6.435,00	\$ 15,00	\$ 471,90	\$ 7.078,50
Tequila	\$20,00	\$240,00	\$ 4.800,00	\$ 20,00	\$ 264,00	\$ 5.280,00	\$ 20,00	\$ 290,40	\$ 5.808,00
Vodka (Siberian)	\$17,00	\$287,00	\$ 4.879,00	\$ 17,00	\$ 315,70	\$ 5.366,90	\$ 17,00	\$ 347,27	\$ 5.903,59
TOTAL			\$31.304,00			\$34.434,40			\$37.877,84

Elaborado: Bryan Tuarez

Ganancias

Tabla 18 Ganancias

GANANCIA	Año 2022			Año 2023			Año 2024		
DESCRIPCION	COSTO VENTAS TOTALES	V. TOTAL	GANANCIA	COSTO VENTAS	V. TOTAL	GANANCIA	COSTO VENTAS	V. TOTAL	GANANCIA
Whisky (Royal blend)	\$2.500,00	\$13.000,00	\$ 10.500,00	\$2.750,00	\$14.300,00	\$ 11.550,00	\$ 3.025,00	\$ 15.730,00	\$12.705,00
Cerveza	\$ 652,50	\$ 1.875,00	\$ 1.222,50	\$ 717,75	\$ 2.062,50	\$ 1.344,75	\$ 789,53	\$ 2.268,75	\$ 1.479,23
K-purito	\$ 300,00	\$ 900,00	\$ 600,00	\$ 330,00	\$ 990,00	\$ 660,00	\$ 363,00	\$ 1.089,00	\$ 726,00
Ron	\$1.560,00	\$5.850,00	\$ 4.290,00	\$1.716,00	\$6.435,00	\$ 4.719,00	\$ 1.887,60	\$ 7.078,50	\$5.190,90
Tequila	\$ 1.440,00	\$4.800,00	\$ 3.360,00	\$1.584,00	\$5.280,00	\$ 3.696,00	\$ 1.742,40	\$ 5.808,00	\$4.065,60
Vodka (Siberian)	\$1.435,00	\$4.879,00	\$ 3.444,00	\$1.578,50	\$5.366,90	\$ 3.788,40	\$ 1.736,35	\$ 5.903,59	\$4.167,24
Total	\$7.887,50	\$31.304,00	\$ 23.416,50	\$8.676,25	\$34.434,40	\$25.758,15	\$ 9.543,88	\$ 37.877,84	\$28.333,97

Elaborado: Bryan Tuarez

Flujo de Caja

Tabla 19 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA EL DESQUICIO				
	AÑO 0	ANO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
INVERSION	\$ 5.000,00			
INGRESOS				
VENTAS		\$ 31.116,50	\$ 34.434,40	\$ 37.877,84
EGRESOS				
COSTO DE VENTAS		\$ 7.887,50	\$ 8.676,25	\$ 9.543,88
GASTOS ADMINISTRATIVOS		\$ 22.056,30	\$ 22.056,30	\$ 22.056,30
FLUJO DE CAJA	\$ 5.000,00	\$ 1.172,70	\$ 3.701,85	\$ 6.277,67

Elaborado: Bryan Tuarez

Evaluación Financiera

Por medio del valor actual neto comprobamos que el proyecto es viable, a través de los análisis de ingresos y egresos comparados.

La tasa interna de retorno se logró detectar que porcentualmente que tan rentable es el proyecto.

Tabla 20 Evaluación Financiera

EL DESQUICIO			
INVERSION INICIAL	AÑO 2022	AÑO 2023	AÑO 2024
-5000	\$ 1.172,70	\$ 3.701,85	\$ 6.277,67

Elaborado: Bryan Tuarez

VAN	\$45,00
TIR	40%
TASA	12%

Mediante estos resultados que se da por concluido que el proyecto el desquicio tiene rentabilidad debido a que el valor actual neto es positivo.

4.3.5. Estudio Organizacional

En el estudio organizacional se dará a conocer la capacidad que planteará el proyecto El desquicio.

Misión

Brindar una experiencia más a los clientes saliendo de la rutina y formando parte del desquicio

Visión

Apoderarnos del mercado de bebidas alcohólicas con la implementación del servicio delivery y así ser la primera opción.

Valores

Brindar a los clientes los mejores productos con sus respectivos registros sanitarios y así disponer valores:

- Fiabilidad
- Competencia saludable
- Respeto
- Calidad

Razón social

Resultado de la investigación se plasmará como microempresa.

Razón social

Bryan Steven Tuarez loor

Nombre Comercial

El desquicio

Slogan

Sal de la rutina únete al desquicio del beber sin estrés.

Logo

Figura 7 Logotipo



Organigrama

Ilustración 9 Organigrama



Elaborado: Bryan Tuarez

Descripción de cada estación de trabajo

Los principales cargos que se tomaran en cuenta son administrador, área comercial y logística y se tomara requisitos necesarios para asumir dicho cargo.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Administrador	DEPENDENCIA: Contabilidad
NIVEL FUNCIONAL: Profesional	NUMERO DE PUESTO: 1
ADMINISTRAR Y DAR SEGUIMIENTO A LA EMPRESA	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Dedicada a la organización y el control de talento humano, administración de fondos y aspecto contable, manejo de redes sociales, publicidad del local con diferentes estrategias como el SEM y SEO.	
CARACTERISTICAS DEL PERFIL PARA EL CARGO	
Educación: (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral
Estudios superiores en carreras contables y administrativas	1 año en puestos similares
Competencias	
Responsabilidad, Trabajo en Equipo, Liderazgo e Iniciativa	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Área Comercial	DEPENDENCIA: Administración
NIVEL FUNCIONAL: Profesional	NUMERO DE PUESTO: 1
ADMINISTRAR Y DAR SEGUIMIENTO A LA EMPRESA	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Dedicada a buscar y mantener las relaciones clientes y proveedores.	
CARACTERISTICAS DEL PERFIL PARA EL CARGO	
Educación: (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral
Estudios superiores en administración	1 año en puestos similares
Competencias	
Buena comunicación, Organización, Buen trato con clientes	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Logística	DEPENDENCIA: Administración
NIVEL FUNCIONAL: Profesional	NUMERO DE PUESTO: 1
ADMINISTRAR Y DAR SEGUIMIENTO A LA EMPRESA	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Distribuir y entregar a tiempo los pedidos a los clientes.	
CARACTERISTICAS DEL PERFIL PARA EL CARGO	
Educación: (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral
Estudios superiores en carreras contables y administrativas	1 año en puestos similares
Competencias	
Responsabilidad, Puntualidad, Organización y trabajo en Equipo	

Cronograma de Ejecución

En el cronograma se ejecutará cada etapa hecha en el progreso de la propuesta.

Tabla 21 Cronograma de Ejecución

ETAPAS	Cronograma de Ejecución															
	Junio				Julio				Agosto				Septiembre			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Etapa 1. Estudio de Mercado	■	■	■	■												
Etapa 2. Estudio Técnico					■	■	■	■								
Etapa 3. Estudio Financiero									■	■	■	■				
Etapa 4. Estudio Organizacional													■	■	■	■

Elaborado: Bryan Tuarez

4.4. Factibilidad de Aplicación

Según la investigación en el sector norte de la ciudad de Guayaquil, el número de demanda es mediano pero la aplicación del servicio delivery será el aporte primordial para que se considere el proyecto factible.

4.4.1. Factibilidad Tecnológica

La factibilidad tecnológica será esencial gracias a la ayuda de las redes sociales que ayuda a tener un mejor alcance y cubrimiento de la zona norte con la logística.

4.4.2. Factibilidad Financiera

Gracias al margen del ahorro se podrá sobrellevar con el capital del proyecto el desquicio.

4.4.3. Factibilidad Legal

El proyecto está respaldado por las leyes como la constitución del Ecuador, el plan nacional toda una vida, código de trabajo.

4.4.4. Factibilidad Ambiental

El proyecto no implica un impacto ambiental en el ecosistema de la ciudad ni del mundo ya que se mantendrá todas las normas y leyes para el total permiso se funcionamiento.

4.5. Resultados esperados en la aplicación de la propuesta

4.5.1. Impacto Social

La implementación del proyecto ha creado un alto índice de expectativas con respecto al servicio delivery tanto al querer experimentar los tiempos de respuesta de los pedidos y la calidad del servicio.

4.5.2. Impacto Económico

El proyecto el desquicio busca enfatizar con los clientes para así tener fiabilidad y sea un negocio rentable.

Conclusiones

En la presente investigación se pudo detectar la demanda que se encuentra en sector del norte de la ciudad de Guayaquil y por medio de las encuestas y los estudios realizados los resultados son muy favorables para la implementación del proyecto.

Mediante la implementación del plan de negocios es necesario tener la aceptación del producto y la demanda es satisfacer las necesidades.

Todos los factores arrojan resultados favorables y a su vez da una rentabilidad para crear futuras plazas de trabajo.

Recomendaciones

Para finalizar la investigación se realizará las siguientes recomendaciones que serán empleadas una vez que el proyecto haya concretado de acción las mejoras son a mediano plazo.

- Creación de aplicación
- Implementar sucursales
- Fortalecer las alianzas comerciales
- Mejorar el talento humano

Estas recomendaciones no se encuentran detallada en el presupuesto ya que se requiere solicitar mayor presupuesto y tiempo.

Bibliografía

- (2014). » *Historia*. Ecuador. Obtenido de <http://espiritudelecuador.com.ec/web/historia/>
- (2016). Obtenido de <https://www.significados.com/ritual/>
- Ferreira. (2021). *¿Qué es el emprendimiento? Definición y significado de emprendedor*. ESPAÑA: OBERLO. Obtenido de <https://www.oberlo.es/blog/definicion-y-significado-emprendimiento>
- FINCESA, B. (2017). *¿Qué es la inversión y cuál es su importancia?* MEXICO: FINCESA. Obtenido de <https://www.ficensa.com/blog/que-es-la-inversion-y-cual-es-su-importancia.html>
- Gardey, J. P. (2015). *Definición de rentabilidad — Definicion.de*. LIMA: DEFINICION . Obtenido de <https://definicion.de/rentabilidad/>
- INEC. (05 de 01 de 2022). *instituto nacional de estadísticas y censos* . Obtenido de <https://www.ecuadorencifras.gob.ec/institucional/home/>
- iruela, f. g. (2009). *Marketing*. España.
- JPALACI. (2015). *¿Qué es la innovación?* Obtenido de <https://www.eoi.es/blogs/redinnovacionEOI/2015/09/03/que-es-la-innovacion/>
- Lic. Julia Muñoz de Cote Orozco. (10-Febrero-2010). *Las bebidas alcohólicas Las bebidas alcohólicas*. Mexico: medigraphic.
- Macek, M. (2018). *zonadiet.com*.
- PICHINCHA, B. (2020). *¿Cómo hacer un plan de negocio para tu emprendimiento o pyme?* GUAYAQUIL: BANCO PICHINCHA. Obtenido de <https://www.pichincha.com/portal/blog/post/plan-de-negocios-para-pymes>
- Sierra-Garzón, F. A. (Octubre 20 de 2016). *Antecedentes y orígenes de la Empresa Licorera de Colombia*.
- (2016). *Significado de Ritual*. ESPAÑA: SIGNIFICADOS. Obtenido de <https://www.significados.com/ritual/>
- Significados. (2019). *Significado de Administración*. Significados.com. Obtenido de <https://www.significados.com/administracion/>
- telegrafo, D. (11 de julio de 2021).
- the, “. (August 2004). *National Entrepreneurship Assessment*. CITYBANK.
- Wikipedia, c. d. (2021). *Bebida alcohólica*. ESPAÑA: WIKIPEDIA. Obtenido de https://es.wikipedia.org/wiki/Bebida_alcohol%C3%B3lica

Wikipedia, c. d. (2021). *Productividad*. Wikipedia, la enciclopedia libre. Obtenido de <https://es.wikipedia.org/wiki/Productividad>

Anexos

Imagen 1 Ficha de Observación

Tabla 6 Ficha de Observación

Plan de negocio para la creación de una licorería con servicio delivery en el norte de la ciudad de Guayaquil	Ficha de observación	Guayaquil norte de la ciudad
		Bryan Steven Tuarez <u>Loor</u> 18:30 pm 7/8/2021
<p>Descripción: durante la observación puede notar el desarrollo que va teniendo las distintas licorerías con respecto a la venta ya sea por volumen o por unidad pero todo esto me da conocer que la gran variedad de personas llevan el licor a sus fiesta, cumpleaños sin tener en claro que van a brindar pero si se les crea el servicio delivery donde más de eso pueda escoger le trago que necesiten y el tiempo que se toman en salir a comprar puedan realizar otras cuestiones ya que por lo generar siempre anda apurados para solucionar rápido dicho tema y que se lo deja a lo último, y la atención debe ser muy rápida para que no existan pérdidas de tiempo a su vez tener bien surtido el negocio ya que a parte de la venda de bebidas alcohólicas también debe haber snack, papas ,doritos, cachitos entre otros como tabaco, caramelos.</p>		

Formato de encuesta

Imagen 2 Formato de Encuesta

Preguntas encuestas

1. Edad

2. Tipo de genero

Masculino

Femenino

¿Compraría bebidas alcohólicas por el servicio delivery?

Si

No

¿Cuántas veces al mes consume alcohol?

1

2

3

4

5

6

¿Qué alcohol consume con frecuencia?

Cerveza Whisky Caña Ron Cócteles K-purito

Preguntas encuestas

1. Edad

2. Tipo de genero

Masculino

Femenino

¿Compraría bebidas alcohólicas por el servicio delivery?

Si

No

¿Cuántas veces al mes consume alcohol?

1

2

3

4

5

6

¿Qué alcohol consume con frecuencia?

Cerveza

Wisky

Caña

Ron

Cócteles

K-purito

Descripción de Puesto

Imagen 3 Descripción de Trabajo

Descripción de cada estación de trabajo

Los principales cargos que se tomaran en cuenta son administrador, área comercial y logística y se tomara requisitos necesarios para asumir dicho cargo.

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Administrador	DEPENDENCIA: Contabilidad
NIVEL FUNCIONAL: Profesional	NUMERO DE PUESTO: 1
ADMINISTRAR Y DAR SEGUIMIENTO A LA EMPRESA	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Dedicada a la organización y el control de talento humano, administración de fondos y aspecto contable, manejo de redes sociales, publicidad del local con diferentes estrategias como el SEM y SEO.	
CARACTERISTICAS DEL PERFIL PARA EL CARGO	
Educación: (Estudios Aprobados) Estudios superiores en carreras contables y administrativas	Experiencia Laboral 1 año en puestos similares
Competencias	
Responsabilidad, Trabajo en Equipo, Liderazgo e Iniciativa	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Área Comercial	DEPENDENCIA: Administración
NIVEL FUNCIONAL: Profesional	NUMERO DE PUESTO: 1
ADMINISTRAR Y DAR SEGUIMIENTO A LA EMPRESA	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Dedicada a buscar y mantener las relaciones clientes y proveedores.	
CARACTERISTICAS DEL PERFIL PARA EL CARGO	
Educación: (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral
Estudios superiores en administración	1 año en puestos similares
Competencias	
Buena comunicación, Organización, Buen trato con clientes	

DESCRIPCIÓN DEL PUESTO	
NOMBRE DEL PUESTO: Logística	DEPENDENCIA: Administración
NIVEL FUNCIONAL: Profesional	NUMERO DE PUESTO: 1
ADMINISTRAR Y DAR SEGUIMIENTO A LA EMPRESA	
FUNCIONES PRINCIPALES	
Distribuir y entregar a tiempo los pedidos a los clientes.	
CARACTERISTICAS DEL PERFIL PARA EL CARGO	
Educación: (Estudios Aprobados)	Experiencia Laboral
Estudios superiores en carreras contables y administrativas	1 año en puestos similares
Competencias	
Responsabilidad, Puntualidad, Organización y trabajo en Equipo	