



idat

INSTITUTO DE EDUCACIÓN SUPERIOR PRIVADO

“IDAT”

**PROGRAMA DE ESTUDIOS EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS**

**PLAN DE NEGOCIOS PARA LA VENTA ONLINE DE VINOS CON
ETIQUETAS PERSONALIZADAS EN SAN JUAN DE MIRAFLORES, 2024**

**Trabajo de aplicación profesional para obtener el título Profesional Técnico en Administración
de Empresas**

ARELI RAQUEL SIVIPAUCAR RABANAL

(0009-0009-9422-5879)

ALEXANDER IVAN ARONI VIVANCO

(0009-0004-1072-5547)

Lima – Perú

2025

Dedicatoria

Dedicamos este trabajo a nuestras familias, por su amor, perseverancia y apoyo incondicional.

A nuestros amigos, por motivarnos y confiar en nuestras capacidades.

A nuestros mentores y profesores, por guiarnos con su conocimiento e inspiración.

A quienes valoran la personalización y la creatividad como base de la innovación.

A todos ellos, nuestro más profundo agradecimiento por inspirar la creación de "VinumDesign"

Índice General

.....	1
Resumen Ejecutivo	14
INTRODUCCION	16
Capítulo I: Descripción de la Idea de Negocio	18
Objetivo General	18
Objetivos Específicos	19
Descripción de la Idea de Negocio	20
Propuesta de valor	21
<i>Matriz Bussines Model Canvas</i>	22
<i>Detalle de la matriz bussines Model Canvas</i>	23
Capítulo II Análisis Interno y Externo	26
Factores que determinan el éxito	26
Análisis de la Organización	27
<i>Matriz de factores internos MEFI</i>	29
Análisis Pestel.....	31
<i>Factores Legales y políticos</i>	31
<i>Factores Financieros y Económicos</i>	36
<i>Factores sociales, culturales y demográficos</i>	40
<i>Factores tecnológicos y científicos</i>	45
<i>Factores ambientales y ecológicos</i>	48
Análisis de las 5 Fuerzas de Porter.....	51
<i>Poder de negociación con los clientes</i>	52
<i>Poder de negociación con los proveedores</i>	54
<i>Amenaza de los productos o servicios sustitutos</i>	56
<i>Amenaza de entrada de nuevos competidores</i>	57
<i>Rivalidad de los competidores actuales</i>	59
Matriz de los factores externos MEFE	61
Capítulo III planeamiento estratégico	63
Misión.....	63

	4
Visión	64
Valores.....	64
Objetivo estratégico.....	66
FODA	67
<i>Fortalezas</i>	68
<i>Debilidades</i>	69
<i>Amenazas</i>	70
<i>Oportunidades</i>	71
<i>Estrategia FO</i>	72
<i>Estrategia DO</i>	73
<i>Estrategia FA</i>	73
<i>Estrategia DA</i>	73
<i>Matriz FODA</i>	74
Ventaja competitiva.....	74
El Mapa estratégico	75
Indicadores para medir las estrategias	77
Diagrama de Gantt.....	82
Capítulo IV: Análisis de Mercado	86
Análisis de mercado.....	86
<i>Mercado meta</i>	87
<i>Prototipo para la encuesta</i>	89
<i>Método de investigación</i>	95
<i>Muestra</i>	96
<i>Conformación y tamaño de muestra</i>	97
<i>Resultados de la encuesta</i>	97
Estimación de la demanda	124
<i>Demanda en unidades</i>	124
<i>Proyección de ventas</i>	125
Otras herramientas de investigación del mercado	127
<i>Focus group</i>	127
<i>Entrevista al especialista</i>	132
Capítulo V: El Plan de Marketing	137

	5
VARIABLES DE SEGMENTACIÓN DEL CONSUMIDOR.....	137
Mapa de Experiencia del Cliente.....	141
Marketing Mix.....	143
<i>Estrategia del Producto o Servicio</i>	143
<i>Estrategia de Precio</i>	148
<i>Estrategia de Distribución y Canales de Venta</i>	149
<i>Estrategia de Comunicación Integral</i>	150
Costos de Marketing.....	158
Capítulo VI: Gestión de las Operaciones Productivas.....	161
Selección de la ubicación del negocio.....	161
Proceso de producción del producto o servicio.....	167
Plan de producción.....	167
<i>Equipo e infraestructura</i>	172
<i>Tiempo de Producción</i>	186
<i>Capacidad de Producción</i>	186
<i>Nro. De Personas Necesarias Para La Producción</i>	188
<i>Diagrama de Procesos</i>	189
Gestión de Calidad.....	190
Costos de las operaciones productivas.....	193
<i>Costo de insumos e inversión</i>	195
<i>Costo de servicios</i>	196
Capítulo VII: La Gestión Logística.....	197
Gestión de las compras.....	197
<i>Identificación de los proveedores</i>	200
<i>Método de control de inventarios</i>	201
Gestión de almacenamiento.....	202
<i>Diseño de Almacén</i>	203
<i>Método de Almacenamiento</i>	204
Gestión de la Distribución.....	205
<i>Determinación de las Unidades de Transporte</i>	206
<i>Plan de Rutas</i>	206
Costo de la Gestión Logística.....	212

Capítulo VIII: La Gestión de Personas y Legales	214
Organigrama	214
Requerimiento de los Cargos	215
Funciones y Responsabilidades	217
Proceso de Reclutamiento, selección y contratación del personal	219
Proceso de inducción, capacitación y evaluación.....	221
Estrategias de Motivación y Remuneración para el personal	222
Costo del personal	225
Requisitos para la constitución del negocio	226
Costos de constituir el negocio.....	234
Capítulo IX: Plan Financiero	236
Consideraciones Iniciales	236
Financiamiento de la Inversión.....	237
Estructura de Costos	240
<i>Costos Fijos</i>	240
<i>Costos Variables</i>	241
Proyección de Ventas	242
Análisis de punto de Equilibrio	242
Inversión y el Capital de Trabajo	244
Estados Financieros	244
Evaluación Financiera	247
Conclusiones y Recomendaciones	249
Anexos	261
Referencias Bibliografía.....	286

Índice de Tablas

Tabla 1 Matriz Business Model Canvas	23
Tabla 2 Áreas y funciones principales	29
Tabla 3 Matriz de evaluación de factores internos (MEFI).....	30
Tabla 4 Factores políticos y legales	34
Tabla 5 Factores financieros y económicos	38
Tabla 6 Factores sociales, culturales y demográficos.....	44
Tabla 7 Factores tecnológicos y científicos	47
Tabla 8 Factores ambientales y ecológicos.....	50
Tabla 9 Poder de negociación de los clientes.....	53
Tabla 10 Poder de negociación con los proveedores.....	55
Tabla 11 Amenazas de producto o servicios sustituto.....	56
Tabla 12 Amenaza de entrada de nuevos competidores.....	58
Tabla 13 Rivalidad de competidores.....	60
Tabla 14 Grado de atracción de la industria o sector	61
Tabla 15 Matriz de evaluación de factores externos (MEFE)	62
Tabla 16 Matriz FODA	68
Tabla 17 Matriz FODA	74
Tabla 18 Perspectiva Financiera.....	77
Tabla 19 Perspectiva clientes	78
Tabla 20 Perspectiva de procesos internos.....	80
Tabla 21 Perspectiva de aprendizaje y desarrollo	81
Tabla 22 Diagrama de Gantt.....	83
Tabla 23 Mercado meta	88
Tabla 24 Distribución de frecuencia - ¿qué edad tienes?	98
Tabla 25 Distribución de frecuencia - Genero	99
Tabla 26 Distribución de frecuencia - Nivel de ingresos mensuales	101
Tabla 27 Distribución de frecuencia - ¿Dónde vives?.....	103
Tabla 28 Distribución de frecuencia - ¿Con qué frecuencia consumes vinos?	104

Tabla 29 Distribución de frecuencia - ¿qué tipo de vino prefieres?	106
Tabla 30 Distribución de frecuencia - ¿Cuánto pagarías por una botella de vino?	108
Tabla 31 Distribución de frecuencia - ¿Dónde suele comprar vino?	110
Tabla 32 Distribución de frecuencia - ¿Ha comprado alguna vez vino con etiqueta personalizada?	111
Tabla 33 Distribución de frecuencia - ¿Le interesaría comprar vino con etiqueta personalizada?	113
Tabla 34 Distribución de frecuencia - ¿Para qué ocasiones compraría vino con etiquetas personalizadas?	114
Tabla 35 Distribución de frecuencia - ¿qué aspectos de la etiqueta personalizada le parecen más importantes?	117
Tabla 36 Distribución de frecuencia - ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar adicionalmente por una etiqueta personalizad	119
Tabla 37 Distribución de frecuencia - ¿qué tan importante es para usted la calidad del vino comparado con la personalización de la etiqueta?.....	120
Tabla 38 Estimación de la demanda	124
Tabla 39 Proyección de ventas	125
Tabla 40 Integrantes del FOCUS GROUP.....	129
Tabla 41 Ficha técnica -Vino Blanco	146
Tabla 42 Ficha técnica - Vino Borgoña	147
Tabla 43 Ficha técnica - Vino Rosé.....	147
Tabla 44 Ficha técnica – Espumante	148
Tabla 45 Estrategia de Precio	148
Tabla 46 Costos de Marketing.....	158
Tabla 47 Proyección de gastos de Marketing.....	159
Tabla 48 Matriz de localización de ventas y distribución	166
Tabla 49 Equipo e Infraestructura.....	172
Tabla 50 Tiempo de Producción.....	186
Tabla 51 Capacidad de Producción diaria.....	187
Tabla 52 Nro. de personas para producción.....	188
Tabla 53 costo del personal operativo periodo 1	193
Tabla 54 Costo del personal operativo periodo 2.....	193
Tabla 55 Costo del personal operativo periodo 3.....	194
Tabla 56 Costo del personal operativo periodo 4.....	194

Tabla 57 Costo del personal operativo periodo 5.....	195
Tabla 58 Costos de insumos e inversión	195
Tabla 59 Costos de inversión.....	196
Tabla 60 Costo de servicios.....	196
Tabla 61 Identificación de los proveedores.....	200
Tabla 62 Control de inventario	202
Tabla 63 Método de Almacenamiento	205
Tabla 64 Determinación de las Unidades de Transporte	206
Tabla 65 Plan de Rutas	207
Tabla 66 Costo de la Gestión Logística	212
Tabla 67 Costo del personal administrativo	225
Tabla 68 Costos proyectados.....	225
Tabla 69 Costos de constituir el negocio	234
Tabla 70 Fuente de financiamiento.....	238
Tabla 71 Flujo de financiamiento Neto.....	239
Tabla 72 Costos Fijos.....	240
Tabla 73 Costos Variables.....	241
Tabla 74 Demanda Estimada.....	242
Tabla 75 Punto de Equilibrio	243
Tabla 76 Capital de trabajo.....	244
Tabla 77 Estado de Resultados	246
Tabla 78 Estado de Flujo de Efectivo	247
Tabla 79 Resumen del flujo de caja.....	247
Tabla 80 Resultados del VAN y TIR.....	248

Índice de Figuras

Figura 1 Ejemplo de etiqueta	32
Figura 2 PBI Trimestral	37
Figura 3 Referencia de vino personalizado.....	42
Figura 4 Referencia de Empaque sostenible.....	49
Figura 5 Poder de negociación con los clientes.....	53
Figura 6 Poder de negociación con los proveedores.....	55
Figura 7 Amenaza de producto sustituto	57
Figura 8 Rivalidad de competidores.....	60
Figura 9 Mapa Estratégico	75
Figura 10 Prototipo para la encuesta	94
Figura 11 Focus group (muestra)	128
Figura 12 Focus Group (Entrevista con especialista).....	132
Figura 13 Mapa de experiencia del Cliente	141
Figura 14 Logo VinumDesign.....	144
Figura 15 Vinos personalizados por VinumDesign	145
Figura 16 Prototipo de Tienda Virtual.....	150
Figura 17 Instagram y web.....	151
Figura 18 Promociones Corporativas	152
Figura 19 Club de vinos (página web).....	153
Figura 20 Tarjetas de presentación.....	153
Figura 21 Oferta especial VinumDesign.....	155
Figura 22 Super Promoción VinumDesign.....	156
Figura 23 Vinos Ediciones limitadas.....	157
Figura 24 Ubicación en Surco	161
Figura 25 Instalaciones en surco	162
Figura 26 Ubicación en Chorrillos	163
Figura 27 Instalaciones en Chorrillos.....	163
Figura 28 Ubicación en San Juan de Miraflores.....	165
Figura 29 Instalaciones en San Juan de Miraflores.....	165

Figura 30 Recepción de la orden de pedido.....	169
Figura 31 Diseño de Etiqueta.....	169
Figura 32 Impresión y Recorte de etiqueta.....	170
Figura 33 Desetiquetado y Etiquetado.....	171
Figura 34 Empaquetado	171
Figura 35 Proforma de Impresora Multifuncional- Memory Kings	174
Figura 36 Proforma de Impresora Multifuncional- Vipasa	175
Figura 37 Proforma de Impresora Multifuncional- mesajil.....	176
Figura 38 Proforma de Laptop HP Victus 15-FA0007LA i7- r&m portatiles.....	178
Figura 39 Proforma de Laptop HP Victus 15-FA0007LA i7-Supertec	179
Figura 40 Proforma de Laptop HP Victus 15-FA0007LA i7- Memory Kings.....	180
Figura 41 Proforma de escritorios y sillas- Durango Perú	182
Figura 42 Proforma de escritorios y sillas- Ziyaz.....	183
Figura 43 Proforma de escritorios y sillas- Office Decor.....	184
Figura 44 Boleta del papel adhesivo mate-SAVER COM S.A.C	185
Figura 45 Diagrama de procesos de producción -Bizagi Modeler	189
Figura 46 Instalaciones Santiago Queirolo	191
Figura 47 Proforma de vinos Santiago Queirolo	198
Figura 48 Proforma de vinos TACAMA.....	199
Figura 49 Diseño de Almacén	204
Figura 50 Ruta Lima Centro.....	208
Figura 51 Ruta Lima sur.....	209
Figura 52 Ruta Lima Norte.....	210
Figura 53 Ruta Lima Este.....	211
Figura 54 Distritos de Lima.....	212
Figura 55 Organigrama	215
Figura 56 Diagrama del proceso de reclutamiento, selección y contratación de personal.....	221
Figura 57 Diagrama del proceso de inducción, capacitación y evaluación	224
Figura 58 Pasos para la Constitución de VinumDesign	227
Figura 59 Reserva de Nombre- SUNARP	228
Figura 60 Minuta de constitución.....	229
Figura 61 Formulario 2119 Registro Único de contribuyentes	230

Figura 62 Formulario 2054.....	231
Figura 63 Anexo2054.....	231
Figura 64 Inscripción a la REMYPE.....	232
Figura 65 Registro de Marca - INDECOPI.....	233
Figura 66 Tazas Activas en soles - BCP.....	238
Figura 67 Tazas Activas en soles - BBVA	238

Índice de Gráficos

Gráfico 1 ¿Qué edad tienes?.....	98
Gráfico 2 Genero.....	100
Gráfico 3 Nivel de ingresos Mensuales	102
Gráfico 4 ¿Dónde Vives?	103
Gráfico 5 ¿Con qué frecuencia consumes vinos?.....	105
Gráfico 6 ¿qué tipo de vino prefieres?	107
Gráfico 7 ¿Cuánto pagarías por una botella de vino?.....	108
Gráfico 8 ¿Dónde suele comprar vino?	110
Gráfico 9 ¿Ha comprado alguna vez vino con etiqueta personalizada?	112
Gráfico 10 ¿Le interesaría comprar vino con etiqueta personalizada?	113
Gráfico 11 ¿Para qué ocasiones compraría vino con etiquetas personalizadas?	115
Gráfico 12 ¿qué aspectos de la etiqueta personalizada le parecen más importantes?	117
Gráfico 13 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar adicionalmente por una etiqueta personalizada?	119
Gráfico 14 ¿qué tan importante es para usted la calidad del vino comparado con la personalización de la etiqueta?	121
Gráfico 15 ¿Qué más le gustaría ver en nuestros productos personalizados?	122

Resumen Ejecutivo

VinumDesign es una empresa emergente en el mercado peruano dedicada a la comercialización de vinos personalizados, donde cada cliente tiene la posibilidad de diseñar su propia etiqueta, convirtiendo una simple botella en un detalle único y cargado de significado emocional. Esta propuesta de valor busca transformar que obsequiar vino sea una experiencia memorable, marcando una clara diferencia frente a las opciones tradicionales del mercado. La empresa proyecta un crecimiento sostenido en los próximos cinco años, impulsado por estrategias de marketing dirigidas tanto a celebraciones personales como a eventos corporativos. Su propuesta se enfoca en la diferenciación mediante la personalización del producto y una presencia digital constante, con el fin de fortalecer su posicionamiento en el mercado y fomentar la fidelización de sus clientes. A su vez, VinumDesign mantiene su modelo de negocio basado en la sostenibilidad financiera y un crecimiento rentable, comenzando por una inversión inicial de S/ 50,000.00 financiada por un préstamo bancario y complementado con el aporte de los socios. Los resultados del análisis financiero muestran un panorama favorable, proyectando una utilidad de S/ 129,086.02 al cierre del primer año y con un crecimiento progresivo que alcanzaría los S/ 270,338.97 en el quinto año de operaciones. Por último, los cálculos del punto de equilibrio confirman que la empresa posee la capacidad de cubrir sus costos fijos y variables desde el inicio de sus actividades, demostrando así una estructura financiera sólida, un modelo sostenible y un elevado potencial para consolidarse como una marca líder en el mercado peruano de vinos personalizados.

Key Words: VinumDesign, vinos personalizados, etiquetas personalizadas, valor emocional, diferenciación, propuesta de valor, marketing digital, experiencia del cliente, segmentación de mercado, marketing mix, plan financiero, rentabilidad, sostenibilidad empresarial, gestión