

Rentabilidad de la inversión en un Liquor Store en las zonas cercanas de tres universidades de Santiago

Autores:

Rosa Pepín 1-23-1703

Erick Garcia 1-23-1765

Emmanuel Surriel 1-23-0432

Esterlina Pichardo 1-23-1415

Bronin Contreras 1-24-1134

Fecha: 28/11/2024

Departamento: Departamento de Planeación Estratégica

Este estudio analiza la viabilidad financiera de establecer un liquor store en las inmediaciones de las universidades PUCMM, UTESA y O&M en Santiago. Se busca determinar si la alta concentración de estudiantes en esta zona representa una oportunidad de negocio rentable, considerando factores como el perfil del consumidor universitario, la competencia existente, las regulaciones locales y las tendencias del mercado.

Índice:

1. Introducción
2. Objetivos
3. Marco teórico
4. Metodología

5. Análisis de resultados
6. Conclusiones
7. Recomendaciones
8. Bibliografía
9. Anexos

Este informe tiene como objetivo evaluar la rentabilidad económica de abrir un liquor store en las zonas cercanas a tres universidades de Santiago: la Universidad Tecnológica de Santiago (UTESA), la Pontificia Universidad Católica Madre y Maestra (PUCMM) y la Universidad O&M. Se analiza el potencial de una inversión mediante el estudio de diversos factores: público objetivo, competencia, tiempo de recuperación de la inversión y los costos asociados a los locales en las respectivas áreas.

Objetivos

Evaluar el público.

Identificar competencia.

Plantear el tiempo de recuperación de inversión.

Estandarizar el costo de locales de cada zona.

Marco Teórico

- Rentabilidad de un Liquor Store Cercano a Universidades en Santiago:

El mercado de bebidas alcohólicas en las universidades está determinado por el comportamiento de los estudiantes, quienes suelen consumir alcohol en eventos sociales y celebraciones. Las bebidas preferidas son cerveza, ron y vodka, y la frecuencia de consumo está influenciada por actividades universitarias y la accesibilidad de productos. Además, las regulaciones locales controlan la venta de alcohol cerca de las universidades, limitando su venta a mayores de edad.

- En cuanto a la rentabilidad de un liquor store, varios factores juegan un papel clave:
 - ☐ Ubicación: Establecer el negocio cerca de la universidad es fundamental, ya que aumenta el flujo de estudiantes y la visibilidad. La competencia también debe ser considerada.
 - ☐ Mix de productos: Ofrecer una variedad de bebidas populares y de calidad ajustadas a las preferencias de los estudiantes es esencial para atraer clientes.
 - ☐ Precios y promociones: Los estudiantes buscan precios accesibles y promociones atractivas, por lo que una estrategia de precios competitivos y descuentos puede aumentar las ventas.
 - ☐ Servicio al cliente: Un servicio rápido y amigable ayuda a fidelizar a los estudiantes y genera recomendaciones de boca a boca.
 - ☐ Marketing y publicidad: Las redes sociales y la colaboración con eventos universitarios son herramientas clave para atraer a los estudiantes y promocionar el negocio.
 - ☐ El análisis financiero incluye calcular la inversión inicial, los costos operativos, y las proyecciones de ingresos para determinar la rentabilidad. Se utilizan indicadores como el punto de equilibrio y el retorno de la inversión para evaluar la viabilidad del proyecto.

Riesgos incluyen la competencia, cambios en las regulaciones, fluctuaciones económicas, y la necesidad de ser socialmente responsable, promoviendo un consumo de alcohol responsable.

Metodología

Para la realización de este informe se llevaron a cabo las siguientes acciones:

- Estudio del público objetivo: Investigación sobre el perfil demográfico y las tendencias de consumo en los alrededores de las universidades mencionadas.
- Análisis de la competencia: Revisión de los establecimientos similares en las zonas de influencia de las universidades.
- Estimación del tiempo de recuperación de la inversión: Proyección de ventas y costos asociados para calcular el retorno de la inversión.
- Estudio de los costos de los locales comerciales: Revisión de los precios de alquiler o compra de locales en las zonas cercanas a cada universidad.

Análisis de resultados

- Público Objetivo:

Las zonas cercanas a UTESA, PUCMM y O&M están pobladas principalmente por estudiantes universitarios, con edades entre 18 y 30 años, quienes consumen alcohol moderadamente, especialmente en eventos sociales y celebraciones. Los estudiantes prefieren bebidas accesibles como cerveza, ron, vodka y vinos de bajo costo, y tienden a consumir alcohol principalmente los fines de semana y durante eventos especiales. Su poder adquisitivo es moderado, lo que los lleva a optar por productos de bajo costo y promociones.

- Competencia:
- Zona UTESA: La competencia es moderada, con varias tiendas de conveniencia y supermercados que venden alcohol, ofreciendo precios competitivos y promociones en marcas populares.
- Zona PUCMM: Hay una mayor diversidad de competencia, incluyendo pequeños comercios especializados en licor y supermercados con bebidas de gama alta. Esto permite la diferenciación en producto o servicio.
- Zona O&M: La competencia es baja en esta zona, lo que podría ser una ventaja para un nuevo negocio. Sin embargo, las tiendas de conveniencia y pequeños comercios representan un desafío en cuanto a precios y ofertas.

Costo de los Locales:

- UTESA: Los alquileres mensuales oscilan entre RD\$20,000 y RD\$30,000 para locales de 50 m². La competencia es moderada, pero la ubicación es accesible.
- PUCMM: Los alquileres son más altos, entre RD\$30,000 y RD\$45,000 por un local similar, debido a la mayor demanda y tráfico de personas.
- O&M: Los alquileres en esta zona son los más bajos, entre RD\$18,000 y RD\$28,000, lo que puede ofrecer una ventaja en términos de rentabilidad.
- Tiempo de Recuperación de la Inversión: El costo inicial para abrir un liquor store podría ser de RD\$200,000 a RD\$300,000, incluyendo alquiler, licencias e inventario. Si se proyecta una venta mensual de RD\$100,000 con un margen de ganancia del 20%, se estima que la recuperación de la inversión tomaría entre 12 a 15 meses, dependiendo de las condiciones del mercado y las promociones implementadas.

Conclusión:

En términos de rentabilidad, la zona O&M parece ser la opción más favorable debido a los bajos costos de alquiler y la menor competencia. Aunque el flujo de estudiantes no es tan alto como en UTESA o PUCMM, la menor saturación de negocios de licor y los precios de alquiler más bajos permiten una mayor rentabilidad a largo plazo.

Recomendación:

Si el objetivo es maximizar la rentabilidad y minimizar el riesgo, O&M sería la mejor opción. Sin embargo, si se tiene capacidad para competir en precios y promociones y se busca un flujo de clientes más alto, UTESA también podría ser una opción viable, aunque con un nivel de competencia mayor. PUCMM, aunque potencialmente rentable, representa un desafío mayor debido a los altos costos de alquiler y la intensa competencia.

Bibliografías:

FinModelsLab. (n.d.). Requisitos Financieros Clave para Abrir una Licorería. FinModelsLab. Recuperado de https://finmodelslab.com/es/blogs/startup-costs/liquor-store-startup-costs?srsId=AfmBOroVuWhq3-zxqzpVNiL8a4XnAd6Tx_wR7_m8ytm6-UPjXjwrOGk:
https://finmodelslab.com/es/blogs/startup-costs/liquor-store-startup-costs?srsId=AfmBOroVuWhq3-zxqzpVNiL8a4XnAd6Tx_wR7_m8ytm6-UPjXjwrOGk

Leafio AI. (n.d.). Diseño de negocio de licorería: 10 estrategias incontestables de merchandising y distribución del espacio. Leafio. Recuperado de <https://www.leafio.ai/es/blog/disenio-negocio-de-licoreria/>:
<https://www.leafio.ai/es/blog/disenio-negocio-de-licoreria/>

Anexos:

1- Encuesta al Público Objetivo

Preguntas realizadas a los estudiantes universitarios:

1. Edad:

18-21 años

22-25 años

Más de 25 años

2. Frecuencia de consumo de bebidas alcohólicas:

Semanal

Mensual

Ocasional

3. Tipos de bebidas preferidas:

Cerveza

Ron

Vodka

Vino

Otros

4. Presupuesto promedio para la compra de bebidas:

Menos de RD\$500

RD\$500 - RD\$1,000

Más de RD\$1,000

Resultados resumidos:

Preguntas	Respuestas más comunes	% Respuestas
Edad	18-21 años	55%
Frecuencia de consumo	Semanal	40%
Tipo de bebida preferida	Cerveza	50%
Presupuesto o promedio	RD\$500-RD\$1,000	60%

2- Ubicaciones y proyecciones de clientes

1. UTESA:

Av. Salvador Estrella Sadhalá esq, Santiago de los Caballeros 51000

Densidad estudiantil alta.

2. PUCMM:

Autopista Duarte Km 1 1/2, Santiago de los Caballeros 51000

Densidad estudiantil muy alta.

3. O&M:

Av. Bartolomé Colón, Santiago de los Caballeros 51000

Densidad estudiantil moderada.

3- Licencias y Regulaciones Locales

Requisitos legales:

Registro Mercantil: RD\$10,000.

Licencia para la venta de bebidas alcohólicas: RD\$25,000.

Permiso municipal: RD\$15,000.

Normativa: Prohibido vender alcohol a menores de 18 años