



**UNIVERSIDAD JOSE CARLOS MARIATEGUI**

**VICERRECTORADO DE INVESTIGACION**

**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS EMPRESARIALES Y  
PEDAGÓGICAS**

**ESCUELA PROFESIONAL DE INGENIERIA COMERCIAL**

**TESIS**

**ANALISIS DE VIABILIDAD DE LA EMPRESA VISIOS PIZZERIA EN LA  
CIUDAD DE ILO, 2021**

**PRESENTADO POR:**

**Bach. AGUILAR GONZA, SILVIA**

**Bach. CENTELLAS PEREZ, MARIA DEL CARMEN**

**ASESOR:**

**Dr. JULIO CESAR LUJAN MINAYA**

**PARA OPTAR EL TÍTULO PROFESIONAL DE:**

**INGENIERO COMERCIAL**

**MOQUEGUA PERÚ**

**2021**

## Índice de contenido

Dedicatoria.....	ii
Agradecimiento .....	iii
Índice de contenido .....	iv
Índice de Tabla y gráficos .....	v
Resumen.....	vi
Abstrac .....	vii
Introducción .....	viii
<b>CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION.....</b>	<b>9</b>
1.1. Descripción del problema. ....	9
1.2. Definición del problema. ....	10
1.2.1. Problema principal: .....	10
1.2.2. Problemas secundarios:.....	10
1.3. Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1. Objetivo Principal. ....	10
1.3.2. Objetivos Específico.....	10
1.4. Justificación y limitaciones de la investigación. ....	10
1.5. Variables.....	11
1.6. Hipótesis de la investigación. ....	11
<b>CAPITULO II: MARCO TEÓRICO.....</b>	<b>12</b>
2.1. Antecedentes de la Investigación .....	12
2.2. Bases teóricas.....	13
2.3. Marco conceptual.....	13
2.3.1. Perfil Del Consumidor. ....	19
2.3.2. Matriz FODA .....	27
2.3.3. La Oferta.....	28
2.3.4. Mercado y Venta.....	31
2.3.5. Estrategia de Precios.....	33
<b>CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION .....</b>	<b>34</b>
3.1. Tipo de investigación. ....	34
3.2. Diseño de investigación.....	34
3.3. Población y muestra. ....	34
3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos. ....	34

3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.....	35
CAPITULO IV: PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS. ....	36
4.1. Presentación de resultados por variable. ....	36
4.2. Discusión de resultados .....	45
CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	47
5.1. Conclusiones.....	47
5.2. Recomendaciones .....	48
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS.....	49
ANEXOS.....	50

### **Índice de Tabla y gráficos**

Tabla 1: Maquinaria y Equipos. ....	37
Tabla 2: Análisis de Costos (Costo fijo, costos variables y Costo Directo, Costo Indirecto).....	38
Tabla 3: Plan De Inversiones o Inversión Realizada.....	40
Tabla 4: Flujo De Ventas.....	41
Tabla 5: Plan De Financiamiento. ....	42
Tabla 6: Indicadores Financieros.....	42
Tabla 7: Punto de Equilibrio.....	42
Tabla 7: Ratios Financieros. ....	43
Figura 1: Consumo de Pizza Vegetariana.....	21
Figura 2:Edades de los clientes .....	21
Figura 3: Consumo de comida rápida pizza nutritiva vegetariana de acuerdo al sexo. ....	22
Figura 4: Porcentaje de consumo de pizza de acuerdo al sexo.....	22
Figura 5: Nivel socioeconómico de los clientes potenciales .....	23
Figura 6: Porcentaje del nivel socioeconómico de los clientes potenciales .....	23
Figura 7: Ingredientes que el cliente desea encontrar en una pizza.....	24
Figura 8: Calidad que le interesa al cliente cuando adquiere una pizza .....	24

## Resumen

Este estudio pretende determinar si la empresa Vissios Pizzería es viable en la ciudad de Ilo.

Lo que esta pizzería quiere desarrollar será la innovación de un producto diferenciado. Por ello debido a que el servicio ofrecido se orienta a un segmento específico de los niveles socioeconómicos, (NSE) A, B, Y, C, jóvenes y adultos brindando la atención personalizada de calidad.

El negocio estará ubicado en el Jr. Moquegua 635 - Ilo. Este plan de negocios “VISSIOS PIZZERIA”, fue diseñada buscando ser una alternativa viable, pretendiéndose demostrar que la inversión de un proyecto de producción de Pizzas es factible y rentable.

El periodo de evaluación del proyecto es de 24 periodos mensuales, la inversión inicial es de S/.35,894.00, los cuales serán repartidos entre el aporte de los inversionista por S/.25,894.00, con una deuda de S/.10,000.00 a una tasa del 13%, (TEA), los flujos de caja a los accionistas, descontados en un COK de 6% dan como resultado un VAN Económico 136,620, la TIR para el accionista es de 58.9%, el VANF Financiero es de 142,074 y la TIRF es 80.08%, finalmente el periodo de recuperación es de 11 meses y 25 días.

**Palabras claves:** Viabilidad, oferta, capacidad adquisitiva, rentabilidad, punto de equilibrio.

## **Abstrac**

This study aims to determine if the company Vissios Pizzeria is viable in the city of Ilo.

What this pizzeria wants to develop will be the innovation of a differentiated product. For this reason, because the service offered is oriented to a specific segment of socioeconomic levels, (NSE) A, B, Y, C, youth and adults, providing quality personalized attention.

The business will be located at Jr. Moquegua 635 - Ilo. This business plan "VISSIOS PIZZERIA" was designed seeking to be a viable alternative, trying to demonstrate that the investment of a pizza production project is feasible and profitable.

The project evaluation period is 24 monthly periods, the initial investment is S / .35,894.00, which will be distributed among the investor's contribution of S / .25,894.00, with a debt of S / .10,000.00 at a rate of 13%, (TEA), the cash flows to shareholders, discounted at a COK of 6%, result in an Economic NPV 136,620, the IRR for the shareholder is 58.9%, the Financial VANF is 142,074 and the IRR is 80.08%, finally the recovery period is 11 months and 25 days.

**Keywords:** Viability, supply, purchasing power, profitability, breakeven point.

## **Introducción**

Para los peruanos una de las principales actividades que realizan en su tiempo libre es disfrutar y salir a comer dándose el gusto de un plato gastronómico. La comida de nuestro país es una combinación de sabores exquisitos donde se considera a 4 continentes, allí se hallan una diversa variedad de platos típicos que constantemente van cambiando.

Gracias a la economía que tiene nuestro país hoy en día la población peruana, puede complacer cada necesidad que tiene, puesto que existe un potencial mercado de consumidores los cuales procuran experiencias nuevas que puedan superar su expectativa, un ambiente seguro y original, comida buena, buen servicio y una rápida atención.

Lo que plantea Vissios Pizzeria es la elaboración de una pizza nutritiva vegetariana que se fabricaran con ingredientes dietéticos y digestivos, es una alternativa factible y rentable compatible al consumo humano con sabor 100 % peruano esta innovación se diferencia al de la competencia que no utiliza ingredientes dietéticos y digestivos, en cambio nuestros productos son de calidad, innovadora.

Por tal razón el estudio es motivado por la intención de conocer se la condición que el mercado tiene favorece para que se ponga en marcha el negocio. Luego de conocer el mercado donde se quiere entrar, se logrará solucionar a interrogante si es factible o no crear esta pizzeria en la ciudad de Ilo.

## **CAPITULO I: PROBLEMA DE INVESTIGACION**

### **1.1. Descripción del problema.**

En la actualidad debido a las necesidades existentes de no contar con una pizza Nutrí vegetariana diseñada exclusivamente para el segmento joven y adulto, que cuenten con un producto diferenciado coherente., características propias del producto del presente negocio, es que se ve la oportunidad del mismo.

VISSIOS PIZZERIA, con su producto Pizza Nutrí Vegetariana con ingredientes dietéticos y digestivos, este producto es una idea innovadora, se diferencia por sus características exclusivas y especificaciones técnicas y legales que permiten brindar un consumo adecuado y seguro para que el público objetivo logre sus necesidades alimenticias con satisfacción. Vissios Pizzeria Ilo opera con insumos nacionales y naturales de nuestra región. Este producto es elaborado de acuerdo a las directivas de la ley general de salud N°26842 y su reglamento sanitario DIGESA para las actividades alimenticias, normas sanitarias RM N 1020–2010 Minsa.RM N 449-2006/Minsa.- DS-007-98-SA.

VISSIOS PIZZERIA, busca satisfacer un nicho de mercado potencial en la ciudad de Ilo, esta empresa dispondrá de una variedad de dos pizzas que se serán expandidas en: personales, medianas y familiares, permitiendo adaptarse a las distintas necesidades y gustos de nuestros clientes, nuestra pizza contiene ingredientes dietéticos y digestivos 100% peruanos que serán integrados a nuestro nuevo producto Pizzas. Así mismo acompañaremos las bebidas que se comercializaran en este negocio diferenciado.

## **1.2. Definición del problema.**

### **1.2.1. Problema principal:**

¿Cuál es el nivel de viabilidad para la empresa Vissios Pizzeria en la ciudad de Ilo, 2021?

### **1.2.2. Problemas secundarios:**

- ¿Cuál es el nivel de oferta de los productos de la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021?
- ¿Cuál es la capacidad adquisitiva de los clientes potenciales de la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021?
- ¿Cuál es el nivel de rentabilidad de la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo Principal.**

Determinar el nivel de viabilidad para la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021

### **1.3.2. Objetivos Específico**

- Determinar el nivel de oferta de los productos de la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021.
- Determinar la capacidad adquisitiva de los clientes potenciales de la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021.
- Determinar el nivel de rentabilidad de la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021.

## **1.4. Justificación y limitaciones de la investigación.**

La ejecución de este estudio proporcionará aportes para el conocimiento de marketing y administración en la realización de un proyecto de una pizzeria. Se pretende el desarrollo de este negocio puesto que en la Ciudad de Ilo no se encuentran pizzerías que ofrezcan este tipo de pizzas dietéticas y vegetarianas es

por esa razón que accesible su implementación donde se brinde un producto innovador distinto a los competidores.

Hoy en día se sabe todos los clientes son exigentes en cuanto a la calidad del servicio o producto, uno de los factores que tiene mucha importancia para ellos es el precio, puesto que a fin de recibir un servicio bueno ellos se encuentran dispuestos a pagar.

### **1.5. Variables.**

Como objeto de estudio se utilizará como única variable la viabilidad de la empresa Vissios Pizzería en la ciudad de Ilo, 2021.

Según Sapag (2014) esta variable pretende dar respuesta a la interrogante si es conveniente invertir en el negocio propuesto, haciendo una precisa simulación de lo que a futuro podría pasar con dicho proyecto en caso se pusiera en marcha.

### **1.6. Hipótesis de la investigación.**

Según Jose Supo (2014) indica “se define como una proposición donde persona que investiga se encarga de verificar si es falsa o verdadera. De manera que su existencia se encuentra relacionada directamente con lo que se enuncia en la investigación, entonces si es una preposición lleva hipótesis caso contrario no tendrá hipótesis. En consecuencia, nuestro estudio no cuenta con una hipótesis.

## CAPITULO II: MARCO TEÓRICO

### 2.1. Antecedentes de la Investigación

Acorde con Silva (2016) en su estudio denominado: *Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida colombiana en la ciudad de Quito*. Por medio del cual se halló que un 85% de individuos si concurren a los establecimientos de venta de comida rápida, haciendo un total de 1'325.401 individuos de dicha ciudad. Finalmente se da a conocer como conclusión donde se apoya la hipótesis, objetivo y problema planteados, puesto que se comprueba que todo restaurante ahora tendrá un impacto que el propietario evaluará a fin de realizar un plan de contingencia para supuestos sucesos erróneos que puedan pasar por temporada o alguna acción interna en la empresa.

De acuerdo a Congona, La Torre, Morante & Obando (2014) quienes ejecutaron el estudio titulado: *Plan de negocio para la instalación de un Restaurante de comida al paso*. Por medio de una evaluación interna y externa del negocio se establece cada factor que incide para que sea factible. A fin de aproximarse al cliente potencial se efectúa un plan de MKT para la empresa. Para terminar después de hacer el análisis financiero y económico se halla que el TIR anual es de 82.33%, y el VAN de 393,039.94, ello quiere decir que es rentable el proyecto.

También tenemos a Fiestas (2015) con su trabajo llamado: *Diagnóstico y propuesta de un planeamiento estratégico para la empresa restaurante de parrillas El Uruguayo en Piura*. Lo que se busca es plantear distintas estrategias para dicha empresa. Concluyendo que para su funcionamiento se tiene que realizar cada proceso de forma rutinaria puesto que se carece de planificación, entonces por medio de esa propuesta se lograría

alcanzar niveles de operatividad mejores, reflejándose en los servicios brindados justamente en su procedimiento.

## **2.2. Bases teóricas.**

Viabilidad:

Acorde a Sapag (2014) lo que este termino pretende es delimitar que si se cuenta con la capacidad gerencial interna en la organización a fin de conseguir una implementación correcta y administración eficiente de la organización, por otra parte la viabilidad política que se refiere a la intención de los que procuran o desean que se implemente dicho negocio, con independencia de su rentabilidad; finalmente la viabilidad ambiental la cual trata de establecer el impacto que puede tener al poner en marcha el negocio, allí se deberá considerar la contaminación y sus consecuencias.

Posteriormente en la fase de pre inversión se puede ejecutar tres distintas maneras, teniendo en cuenta la calidad y cantidad de los datos considerados en el análisis. De acuerdo a lo que menciona Flores (2012) se debe explicar diferentes aspectos allí se encuentra a estrategias para comercializar, precios, su oferta proyectada y actual, la demanda insatisfecha y el nicho de mercado que se pretende atender, asimismo se debe considerar la localización del negocio y su tamaño; la selección e identificación de la producción que se relacione con la condición económica y el proyecto propuesto.

Los indicadores de rentabilidad que vamos a evaluar en el presente proyecto para revisar su viabilidad son:

TIR – Tasa Interna de retorno

VAN – Valor Actual Neto

## **2.3. Marco conceptual.**

VISSIOS PIZZERIA ILO, con su producto Pizza Nutrí Vegetariana con ingredientes dietéticos y digestivos, este producto es una idea innovadora, se diferencia por sus características exclusivas y especificaciones técnicas y legales

que permiten brindar un consumo adecuado y seguro para que el público objetivo logre sus necesidades alimenticias con satisfacción.

TIPOS DE PIZZA		INGREDIENTES
Nutri Vegetariana		Queso extra en los bordes, vegetales, cebolla, hierbas finas, salsas chía jamón, espárragos, pimiento champiñones, espinaca, aceituna, alcachofa.
La Incaica		Queso extra en los bordes, hierbas finas, salsas, tomate, aceituna, ajos cebolla, pechuga de pollo, aceituna, champiñones, quiwicha
Bebidas de acuerdo a la estación:		Cebada, chicha morada, jugos gaseosa

Conforme se vaya observando la demanda de nuestros productos se ampliarán las variedades de pizza, permitiendo llegar a nuestra visión con una atención personalizada de nuestros productos y servicios para nuestros clientes.

### Misión

Nuestra filosofía está enfocada a la calidad de nuestros productos y servicios, buscando la mejora permanente en nuestros procesos, brindando soluciones a las necesidades de nuestros clientes.

### Visión

Ser al 2022 una empresa líder a nivel nacional, moderna innovadora, de alta tecnología a través de la generación de productos y servicios, mediante el trabajo técnico, profesional honesto. Para ser rentable a los accionistas y para que tengamos clientes y colaboradores satisfechos, comprometidos en desarrollo de nuestra empresa en un plazo de 2 años.

### Nuestros Valores

- Honestidad
- Cumplimiento

- Perseverancia a la innovación
- Lealtad
- Respeto
- Servicio con responsabilidad social
- alegría

La empresa denominada “VISSIOS PIZZERIA ILO SAC” se constituirá como una persona jurídica de derecho privado, o sociedad anónima cerrada SAC, ley 26887, sin directorio, ya que estará formada en principio por dos socios personas naturales los cuales de acuerdo a sus aportes de capital se dividirán el cien por ciento de las acciones:

<b>Clases de socios</b>	<b>Los socios son denominados accionistas</b>
Número de socios	Un mínimo de dos y un máximo de 20
Aportes de socios	Solo aportan capital en forma de acciones
Representación de los Socios	Los socios están representados por el número de acciones
Responsabilidad de los socios	Su responsabilidad se limita al aporte efectuado en acciones a la empresa
Órganos de la sociedad	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Junto General de Accionistas</li> <li>- Directorio (opcional)</li> <li>- Gerente</li> </ul>
transferencias	Los socios son libres de transferir sus acciones. Debiéndose comunicar el hecho por escrito a la junta General anotarse en el cambio en el registro de acciones
Modificación de estatutos	La modificación se realizará por acuerdo de la mayoría de la representación de acciones de la empresa
Repartición de utilidades	Las utilidades conseguidas se reparten en forma proporcional a las acciones que posee el socio

Los datos de la sociedad a constituir son:

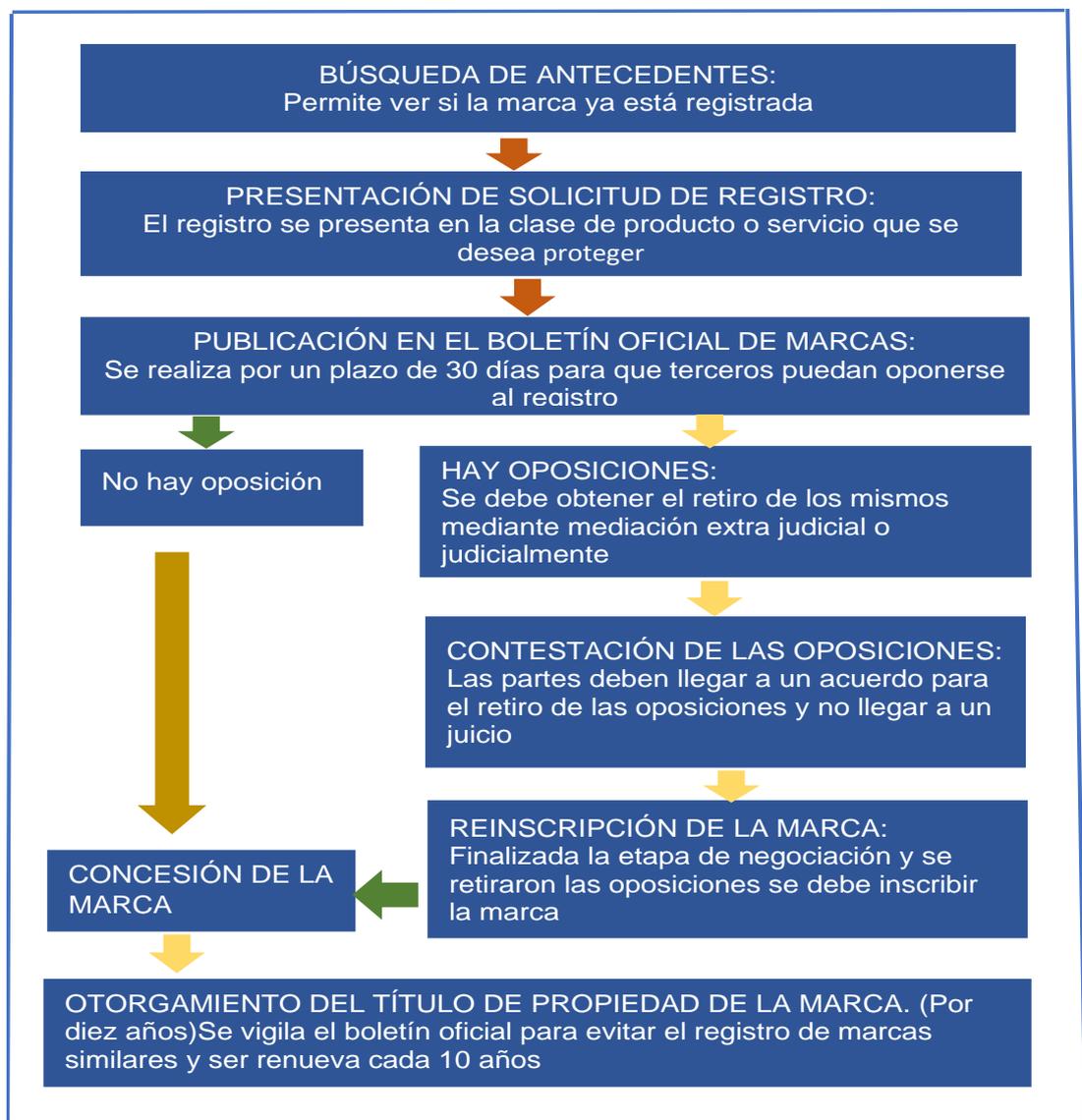
RUBRO	Fabricación con ingredientes dietéticos y digestivos productos e insumos nacionales naturales para la producción y comercialización de Pizza Nutri vegetariana
TIPO DE SOCIEDAD	S.A.C.
NOMBRE DE LA EMPRESA	VISSIOS PIZZERIA ILO S.A.C.
NOMBRE COMERCIAL	“VISSIOS PIZZERIA ILO “
NUMERO DE SOCIOS	Dos
RÉGIMEN TRIBUTARIO	Régimen general

Para ello se tendrá que realizar los siguientes pasos:

- Búsqueda y reserva del nombre.
- Elaborar la minuta de constitución
- Tramitar la escritura pública (ante el notario público)
- Inscripción en el registro de persona jurídica- SUNARP
- Inscripción en SUNAT – RUC:
  - Copia registral de SUNARP
  - Copia de poderes
  - Copia de DNI de representantes legales y apoderados
  - Recibo de luz, agua, y teléfono
- Autorización de planilla de pago en Ministerio de trabajo
- Inscripción de trabajadores en ESSALUD
- Licencia municipal de funcionamiento.
  - Solicitud de licencia municipal

- Copia de RUC:
- Plano local
- Legalización de libros contables.
- Registro comercial

Además, nuestra empresa estará dentro de la categoría de pequeña empresa ya que nuestras ventas anuales se proyectan a un monto mayor a las 150 UIT, por tanto, también debe ser inscrita en el REMYPE, registro que se realiza en el ministerio de trabajo ([www. Mintra.gob.pe](http://www.Mintra.gob.pe))



## ASPECTOS TRIBUTARIOS

- **Impuesto a la renta (IR):** equivale a una tasa de 30%, sobre la renta imponible.
- **Impuesto general a la venta (IGV)** equivale al 18% y está compuesta por el impuesto de promoción Municipal (2%) y IGV (16%) si bien, se considera fundamental hacer mención que las exportaciones de servicios o bienes no están afectas al IGV.
- **Impuesto a las transacciones financieras (ITF):** equivalente a 0.6% del monto total de una operación bancaria como depósitos o retiros, Es un impuesto que afecta transacciones financieras determinadas de cualquier cuenta abierta en alguna empresa financiera.
- **Otros tributos y retenciones:**
  - Contribución a ESSALUD: 9% sobre las remuneraciones de los trabajadores.
  - Retenciones: aportes de 13% a la ONP sobre las remuneraciones (salvo afiliación AFP)
  - Comercialización hasta llegar al consumidor final

## Organización del personal

AREA	PUESTO	NUMERO DE TRABAJADORES
Producción	Chef técnico en pizzas	1
Producción	Auxiliar de cocina	1
Caja	Asistente en caja	1
Administración	Ing. Comercial	1
Delivery	Auxiliar de reparto	1
Mesas	Mozo asistente	1
Mesas	Mozo auxiliar	1
producción	Almacenero	1
controlador	Seguridad	1

### **Tamaño Actual y Proyectado.**

La pizza tradicional (ingredientes industriales) se encuentra bien establecido en el mercado, pero con ingredientes naturales dietéticos y digestivos es un mercado nuevo en el distrito de San Martín de Porres provincia de Lima, es por eso que se plantea nuestro producto y servicio haciendo una diferenciación. Es el sector que ha logrado un mayor crecimiento gastronómico a comparación de todos los distritos en los últimos años.

El estudio de mercado afirma que cada día la pizza con ingredientes dietéticos y digestivos son más demandados por las personas, este tipo de producto y servicio, es práctico para los jóvenes y adultos se siente más seguros nutricionalmente, a diferencia de las pizzas clásicas tradicionales.

El mercado primario y secundario joven y adulto que oscila entre los 18 años a más que estudian, trabajan y habitan en Lima metropolitana.

En la actualidad, la ciudad de Ilo, no cuenta con empresas que brinden este tipo de producto innovador.

- ***Tendencias Del Mercado.***

Las tendencias del mercado hasta ahora han sido favorables en estos últimos periodos.

#### **2.3.1. Perfil Del Consumidor.**

Para conocer el perfil de cliente potencial en el estudio de mercado se determinó las siguientes características

$$n = \frac{N * Z^2 * p * q}{d^2(N - 1) + Z^2 * p * q}$$

**Donde:**

<b>N = TAMAÑO DE POBLACIÓN</b>	<b>(570,180)</b>	<b>71,650</b>
Z = NIVEL DE CONFIANZA		1,9
P = PROPORCIÓN DE INDIVIDUOS		0.5
Q = PROBABILIDAD O FRACASO		0.95
D2 = ERROR NO MUESTRAL		0.5
Resultado de la formula		75

<b>FICHA:</b>	<b>TÉCNICA</b>	<b>ESTUDIO</b>	<b>DE</b>	<b>MERCADO</b>
<b>PIZZA NUTRI VEGETARIANA “VISSIOS PIZZERIA ILO”</b>				
TAMAÑO DE POBLACIÓN		(570,180)		71,650
POBLACIÓN OBJETIVO		PUBLICO EN GENERAL DE 18 A 50 AÑOS		
ÁREA DE COBERTURA		SECTORES: CIUDAD DE ILO		
TIPO DE ENTREVISTA		DIRECTA – ENCUESTA		
TAMAÑO DE MUESTRA		75 ENTREVISTAS HOMBRES 48% MUJERES 52%		
UNIDAD DE MUESTREO		HOGARES, EMPRESAS CENTROS DE ESTUDIOS C.COMERCIALES, PÚBLICO EN GENERAL		
NUMERO DE PREGUNTAS		7 PREGUNTAS		

## RESULTADO DE LA ENCUESTA

### 1. ¿Consumiría usted pizza vegetariana con ingredientes dietéticos y digestivos?



Figura 1: Consumo de Pizza Vegetariana

#### INTERPRETACION

En este grafico nos ayuda a determinar las costumbres de personas adolescente, joven, adulta y adulta mayor, al consumo de pizza nutri vegetariana, con ingredientes dietéticos y digestivos.

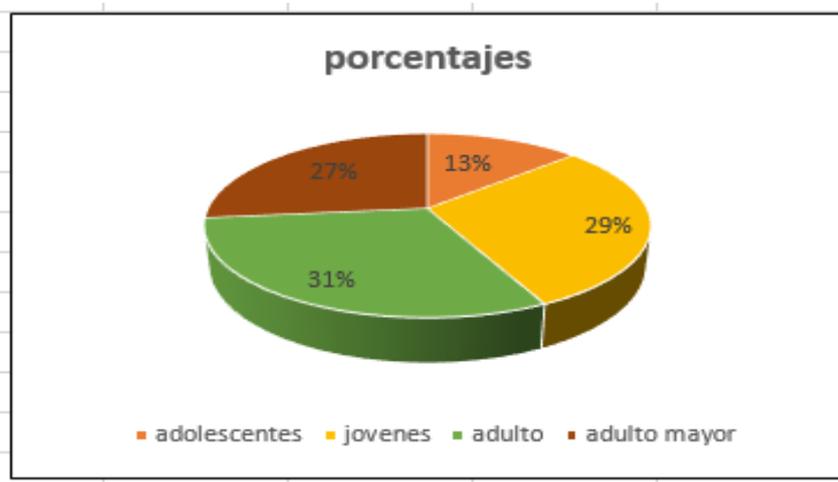


Figura 2: Edades de los clientes

#### INTERPRETACION

Este grafico nos indica que las edades de nuestros clientes estarían comprendidas en mayores de 18 años, jóvenes, adultos y adulto mayor siendo estos nuestros consumidores potenciales con un total de 80% del mercado.

2. ¿Consumen usted comida rápida pizza nutritiva vegetariana?



Figura 3: Consumo de comida rápida pizza nutritiva vegetariana de acuerdo al sexo.

**INTERPRETACION**

Este grafico determinar las costumbres de personas, de ambos sexos al consumo de comida rápida pizza nutritiva vegetariana.



Figura 4: Porcentaje de consumo de pizza de acuerdo al sexo

**INTERPRETACION**

Este grafico determinar las costumbres de personas, de ambos sexos al consumo de comida rápida pizza nutritiva vegetariana.

### 3. ¿Consumiría usted pizza nutre vegetariana con sabores peruanos?

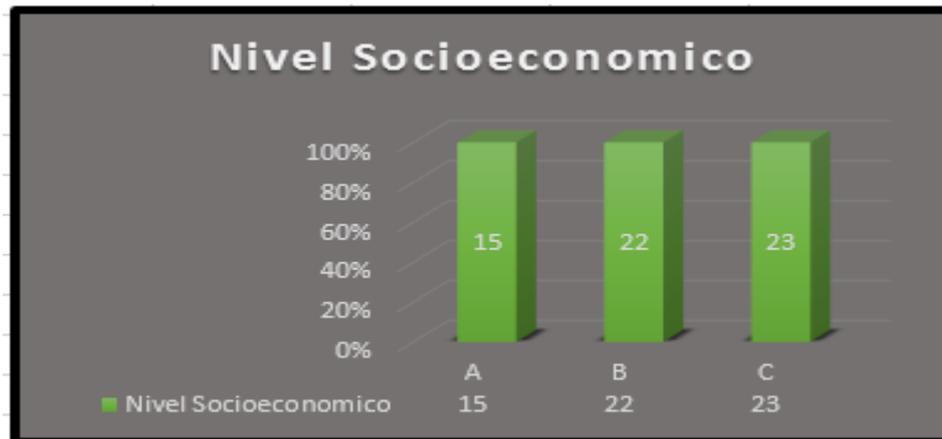


Figura 5: Nivel socioeconómico de los clientes potenciales

#### INTERPRETACION

El grafico nos indica las personas del NSE- ABC, que serían nuestros clientes potenciales.

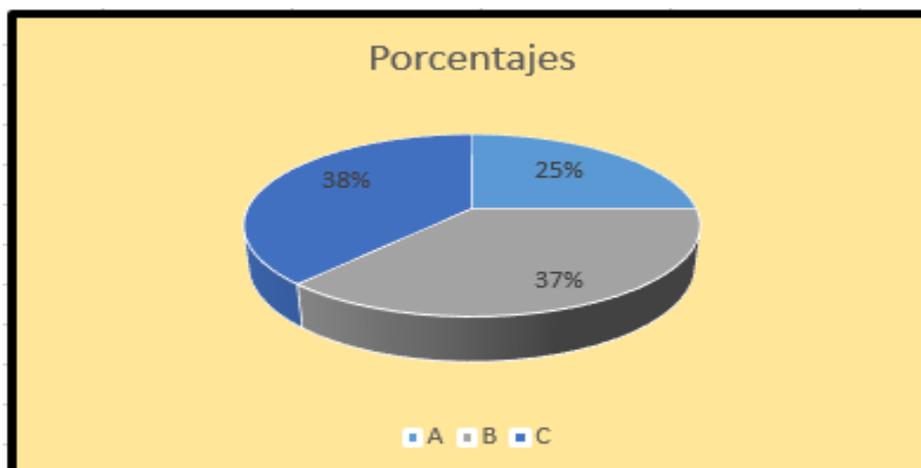


Figura 6: Porcentaje del nivel socioeconómico de los clientes potenciales

#### INTERPRETACION

Nuestros consumidores potenciales se encuentran en el nivel socioeconómico medio tal como se aprecia los porcentajes en este gráfico.

#### 4. ¿Qué ingredientes quisiera encontrar en una pizza?

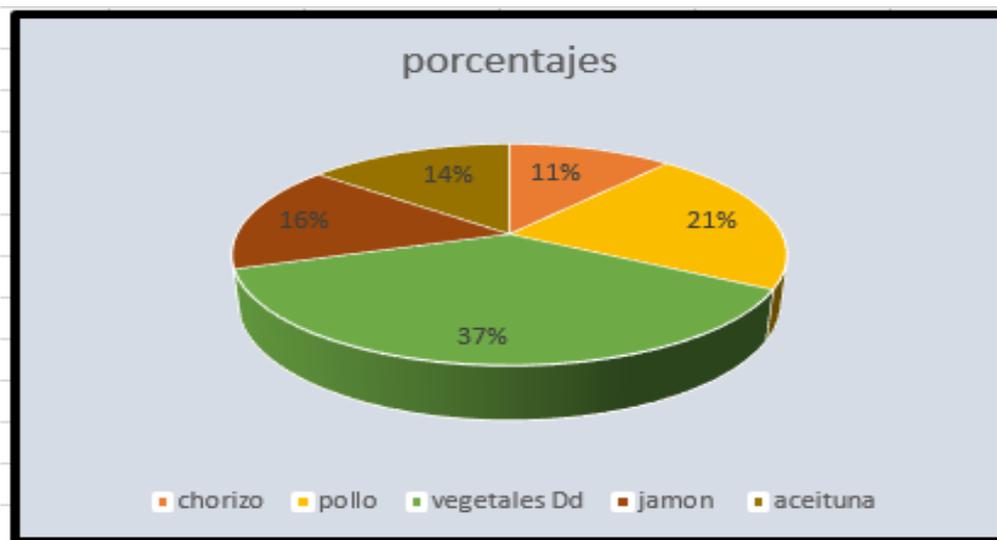


Figura 7: Ingredientes que el cliente desea encontrar en una pizza

#### INTERPRETACION

Este grafico nos ha ayudado a determinar las variedades de pizzas a ofrecer a nuestros clientes potenciales y hacer las proyecciones en producción de pizzas.



Figura 8: Cualidad que le interesa al cliente cuando adquiere una pizza

#### INTERPRETACION

Indudablemente nuestros consumidores potenciales les interesan que al adquirir una pizza sus cualidades sean el precio, sabor, calidad, y atención.

- **Segmentación.**

El segmento al cual se encuentra enfocado Vissios Pizzería es:

- Hombres y mujeres que oscilan entre 18 a 50 años que pertenecen al nivel socioeconómico A, B y C.
- Hombres y mujeres vegetarianos.

- **Competidores Claves.**

Entre los competidores claves son los que se encuentran en la ciudad de Ilo los cuales tenemos:

PRESTO ITALO PERUANA	PIZZERIA PINO	PIZZAMAR
Hawaiana: - Grande S/.21.90 - Familiar S/.26.90	Hawaiana: - Grande S/.36.90 - Familiar S/.43.90 - Gigante S/.50.90	Vegetariana: - Mediana S/.21.90 - Familiar S/.30.50
Con ingredientes dietéticos y digestivos	no	no
Suprema Especial: - Grande S/.36.90 - Familiar S/.57.90	Veggie Especial - Grande S/.43.90 - Familiar S/.50.90 - Gigante S/.57.90	Carbonara: - Mediana S/.22.90 - Familiar S/.31.50
Costo venta Hawaiana: 21.90, 26.90. Suprema.36.90, 57.90	Costo venta Haw.:36.90, 43.90, 50.90 Sup. 43.90, 50.90, 57.90	Costo venta Veg. 21.90, 30.50 Carb. 22.90, 31.50
Con ingredientes D y G	no	no

**Análisis de la competencia potencial:**

Este rubro, al verse en crecimiento y una demanda considerable es posible la incursión de nuevos competidores, pueden ser los mismos distribuidores, así como la posibilidad de la creación de nuevas empresas que ofrezcan el mismo producto.

**Análisis de productos sustitutos:**

Como productos sustitutos tenemos a todas las pizzas tradicionales instalados en centros comerciales, supermercados, hipermercados, ferias municipales y distritales. Estas pizzas tradicionales sus costos son de acuerdo a su volumen, pero no cuentan con ingredientes diferenciados.

**Análisis de proveedores:**

La materia prima e insumos que utilizaremos en nuestros productos pizza vegetariana con ingredientes dietéticos y digestivos para jóvenes intelectuales y adultos nos proveerá la empresa Alicorp SA y Vegetales Andinos, encargadas del abastecimiento.

**Análisis de clientes:**

Nuestros clientes serán jóvenes y adultos que oscila entre los 18 años a más de clase ABC del sector intelectual público, privado e instituciones sociales y comerciales servicio diferenciado para sus necesidades alimenticios.

### 2.3.2. Matriz FODA

	<p><b>FORTALEZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Personal capacitado posee liderazgo de a la innovación.</li> <li>• Servicio personalizado.</li> <li>• Amplio conocimiento en el desarrollo productivo.</li> <li>• Conocimiento en el mercado potencial,</li> <li>• Relaciones interpersonales proactivas.</li> <li>• Producto diferenciado.</li> </ul>	<p><b>DEBILIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Escases de personal administrativo.</li> <li>• Falta de recursos financieros.</li> <li>• Falta de control corporativo.</li> <li>• Falta de infraestructura adecuada.</li> <li>• Escases de algunos recursos materiales.</li> <li>• Falta manual de procedimientos para los procesos.</li> </ul>
<p><b>OPORTUNIDADES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aplicación de habilidades de innovación y desarrollo de otras áreas.</li> <li>• Incursionar en expo ferias empresariales gastronómicas.</li> <li>• Alianzas con empresas del mismo rubro.</li> <li>• Ampliación del portafolio corporativo.</li> <li>• Introducción de nuevos segmentos de mercado</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS FO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ampliación de cartera de clientes</li> <li>• Fidelizar nuestro producto en segmento de mercado potencial.</li> <li>• Ampliar nuestro producto diferenciado con alianzas del mismo rubro.</li> <li>• Ampliar nuestro liderazgo innovador en las expo ferias empresariales gastronómicas.</li> <li>• Ampliar nuestras habilidades con portafolios personalizado</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Contratar personal administrativo para el desarrollo de funciones innovadoras de nuestra empresa.</li> <li>• Desarrollo de procedimientos que permitan el buen uso de los recursos materiales.</li> <li>• Ampliación de infraestructura para desarrollo innovador del producto.</li> <li>• Adquisición de un préstamo bancario para ampliación de nuevos segmentos de mercado.</li> <li>• Mejorar nuestro control administrativo para incursionar con alianzas del mismo rubro.</li> </ul>
<p><b>AMENAZAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de la competencia</li> <li>• Cambios de leyes Sanitarias.</li> <li>• Crecimiento de inseguridad (delincuencia extorsión).</li> <li>• Cambios de factores socioeconómicos.</li> <li>• Competencia desleal.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS FA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El liderazgo innovador de nuestros servicios personalizados nos permite mantener ventajas competitivas.</li> <li>• Nuestras relaciones interpersonales son reforzadas mediante una motivación económica, para compensar los cambios de los factores socio económico.</li> <li>• Nuestro producto diferenciado y conocimiento del mercado nos permite enfrentar cualquier impacto negativo.</li> </ul>	<p><b>ESTRATEGIAS DA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Realizar estudios de mercado para determinar las variaciones existentes frente a la competencia.</li> <li>• Aplicar estrategias de reforzamiento para enfrentar el impacto de los cambios gubernamentales</li> <li>• Establecer la misión, visión, objetivos y metas de la empresa.</li> </ul>

### 2.3.3. La Oferta.

Son los productos y servicios ofrecidos por la empresa estos deben de cubrir con las necesidades de los clientes y aun así poder superar sus expectativas, ya sea brindando un servicio de atención de calidad desde la presencia de la empresa en sus ambientes hasta la atención final y despedida de los clientes.

#### Productos o Servicios a Ofrecer.

Los productos que la empresa “Vissios Pizzeria” ofrece a sus clientes son:

- Pizza nutri vegetariana
- Pizza incaica
- Entre otras

La determinación de técnica para fabricar este producto ha identificado los siguientes costos:

#### NUTRI VEGETARIANA DESDE S/. 16

INSUMOS	UM	REQUERIMIENTO	MAGNITUD	PU.	PARA 10
Queso mozzarella	Kg	20	gramos	1.2	12.00
champiñones	kg	10	gramos	1.5	15.00
aceituna	kg	50	gramos	0.5	5.00
Masa	kg	1	kilogramos	0.9	9.00
Vegetales	kg	120	gramos	3.0	30.00
Salsa	Kg	100	gramos	0.5	5.00
Pimiento, ajo	kg	100	gramos	0.5	5.00
Perejil, sal, hierbas	-	1	-	0.5	5.00
			Costo unitario	8.6	86.00

## LA INCAICA DESDE S/. 16

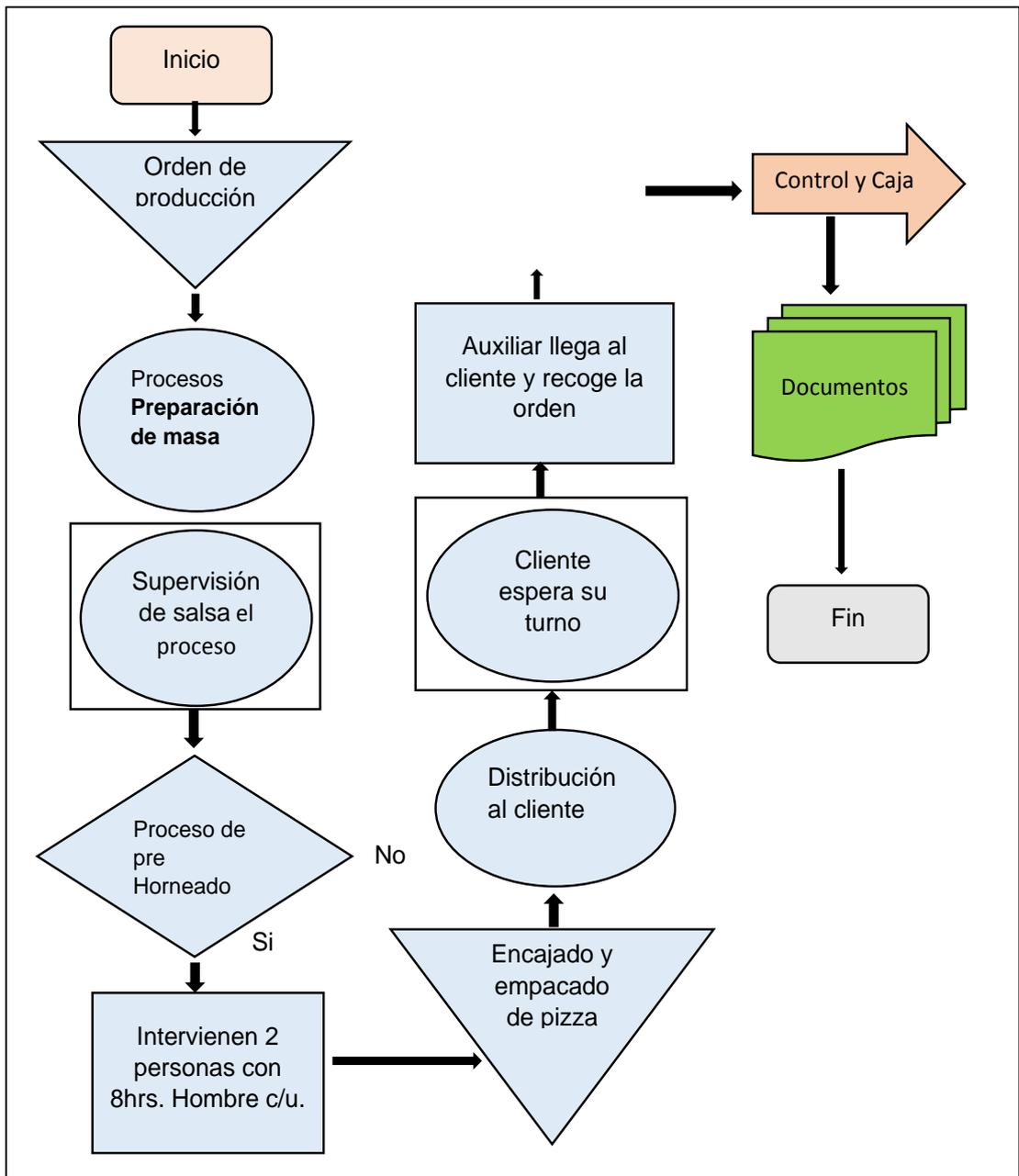
INSUMOS	UM	REQUERIMIENTO	MAGNITUD	PU.	PARA 15
Queso mozzarella	Kg	20	gramos	1.2	12.00
champiñones	kg	10	gramos	1.5	15.00
Pollo	kg	500	gramos	4.0	40.00
Masa	kg	1	kilogramos	0.9	9.00
Vegetales	kg	120	gramos	3.0	30.00
Salsa	Kg	100	gramos	0.5	5.00
Pimiento, ajo	kg	100	gramos	0.5	5.00
Perejil, sal, hierbas	-	1	-	0.5	5.00
			Costo unitario	12.1	121.00

### Procesos Productivos

1. Generación de orden de producción por PCP
2. Requerimiento de materiales e insumos al área de almacén
3. Recepción de materiales e insumos de almacén
4. Abastecimiento de materiales e insumos según orden de producción (op), para el proceso de elaboración de pizza.
5. Elaboración de la pasta según indicaciones de la orden de producción,
6. Mesclamos harina, agua, sal, azúcar, aceite y levadura, amasamos de 5 a 10 minutos aprox.
7. Fermentación de la masa 1 hora., luego desinflado de masa y boleado
8. En este proceso intervienen 2 personas el técnico en pastas y un operario
9. Para este proceso se requiere 8 horas, hombre equivalente a producción de una pizza vegetariana.
10. Proceso: vertimos aceite sobre los moldes pizzeros
11. Formado, estirado y doblado de la masa
12. Licuado de tomates, ajos y cebolla
13. Picar el jamón, las hiervas especiales, espárragos, champiñones
14. Freír la salsa de tomate, ajos, ají panca formando un aderezo
15. Agrego los condimentos (sal, orégano, pimienta)

16. Supervisión de la salsa, dejar reposar
17. Esparcir la salsa en la superficie de la mesa pizzera y esparcir el queso
18. Decoración de la superficie de la salsa de acuerdo al tipo de pizza
19. Realizar el pre horneado de la pizza por 15 minutos
20. Proceso de empackado de la pizza, luego llevado al área de distribución

### Flujograma de procesos



#### 2.3.4. Mercado y Venta.

El mercado viene a ser el ámbito donde se realizará el intercambio comercial de bienes y servicios, en el caso de la empresa “Vissios Pizzeria” el mercado que tendrá en cuanto a la venta de pizzas.

##### **Clientes Claves.**

- Hombres y mujeres que oscilan entre 18 a 50 años que pertenecen al nivel socioeconómico A, B y C.
- Hombres y mujeres vegetarianos.

##### **Estrategia de Captación de Clientes.**

La empresa Vissios Pizzería tiene los siguientes objetivos estratégicos:

- Lograr la satisfacción de nuestros clientes brindando nuestros productos y servicio de calidad justo a tiempo
- contamos con personal capacitado e innovador
- Definición de estrategias ventas permitiendo mantener nuestra metodología comercial solidad en el mercado
- Maximizar el valor de los accionistas: maximizar el valor de la empresa. (VISSIOS PIZZERIA)
- perseveramos nuestros valores enfocados a nuestra misión, visión con atención personalizada a nuestros clientes.

Los clientes son fidelizados por el buen trato que reciben por parte de los trabajadores de la empresa, también por las campañas por fiestas de navidad y año nuevo y por el aniversario de la empresa.

Por otro lado, se hará promoción y publicidad por distintos medios:

- **Promoción:** lograr adicionar valor a nuestro producto que ofrecemos al mercado objetivo con innovaciones que permitan brindar soluciones a sus necesidades de nuestros clientes, para mantener ventajas competitivas y ser diferenciados por la competencia.

- **Publicidad:** se realizará una agresiva campaña publicitaria que fortalezca la imagen y la marca de la empresa, para ello se contratará a los mejores profesionales del medio para la elaboración en el diseño gráfico, voz en locución radial y televisiva.

TIPO DE PUBLICIDAD	MEDIOS	COSTOS (S/.)
Trípticos	difusión directa	200.00
Radio	Spot publicitario	350.00
Internet	Pág. web	400.00
	Total	950.00

- **Plaza:** lograr el lanzamiento de nuestro producto con el fin de reducir costos operativos en los que el negocio incurre. Determinar el lugar apropiado estratégicamente para la puesta en marcha pizza Nutrí vegetariana, Vissios Pizzeria contando para ello nuestros canales de distribución directo e indirecto, a través de nuestros aliados estratégicos.
- **Servicio:** consolidar la aceptación de nuestros consumidores de Pizza Nutrí Vegetariana “Vissios Pizzeria” a través de las ventajas competitivas como: la calidad diferenciada, servicio adecuado para las necesidades alimenticias, logrando las expectativas de nuestros clientes.

#### **Canales de Venta/Distribución.**

Los canales de venta de una pizzería son limitados por lo cual el único canal de venta el cual utiliza “Vissios Pizzería” es mediante la venta directa, en donde el consumidor se acerca al establecimiento para la compra del producto que necesite. También se distribuirá por medio del delivery.

### 2.3.5. Estrategia de Precios.

**Precio:** los precios estarán acorde al estudio de mercado, como el informe de inteligencia comercial con precios competitivos dirigiéndonos al segmento Joven, adulto y adulto mayor para los niveles A, B, C. de la ciudad de Ilo.

Vissios Pizzeria Ilo lanzara al mercado un nuevo producto con un precio competitivo, permitiéndonos lograr una rápida penetración, y una aceptable acogida con un precio ajustado al mercado, creando sensación de calidad, precio.

Del mismo modo detallamos un análisis de los precios de nuestro producto

PRODUCTO			
DETALLES	Pizza: Nutri Vegetal	Pizza: incaica	Característica
Costos estimados por pizza familiar	S/.31.50	S/. 30.50	Elegimos nuestros ingredientes basándonos en la seguridad, el sabor y el contenido nutricional para brindarles a nuestros consumidores lo que desean
Precio venta	S/.48.50	S/.46.50	Determinado por el estudio de mercado

## **CAPITULO III: METODOLOGIA DE LA INVESTIGACION**

### **3.1. Tipo de investigación.**

Este trabajo tiene como método de estudio cuantitativa descriptiva, ya que se tomará datos numéricos para hallar la viabilidad de Vissios Pizzería, para tal caso se realizará un análisis se necesitará tanto el Estado de Resultados como el Balance General de la empresa.

### **3.2. Diseño de investigación.**

El investigador opto como diseño a solo una variable la cual es la viabilidad, puesto que para saber si el negocio es viable se tendrá que ejecutar el plan financiero a fin de obtener los indicadores para medir dicha variable.

### **3.3. Población y muestra.**

Como población se tomó en consideración información desarrollada en el análisis financiero que se hizo para Vissios Pizzeria, 2021.

Para la muestra también se usó información desarrollada en el análisis financiero que se hizo para Vissios Pizzeria, 2021.

### **3.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos.**

<b>Variable</b>	<b>Técnica</b>	<b>Instrumento</b>	<b>Utilidad</b>
Viabilidad	Análisis documental Observación	Documentos financieros	Medición de la Viabilidad

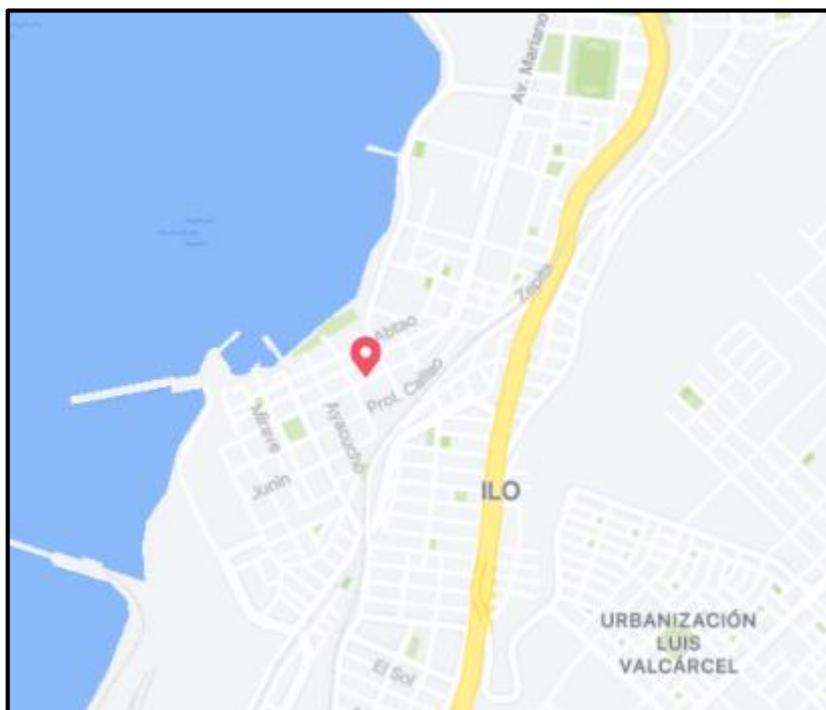
### **3.5. Técnicas de procesamiento y análisis de datos.**

Después de recaudar la información se sigue con el análisis de datos, para lo cual es necesario utilizar el Excel cuya herramienta ayudara con la obtención de gráficos y tablas donde se da a conocer de manera detallada y estructurada los datos recabados, ocasionando una data la cual será considerada en lo posterior como antecedente para estudios que se hagan en el futuro.

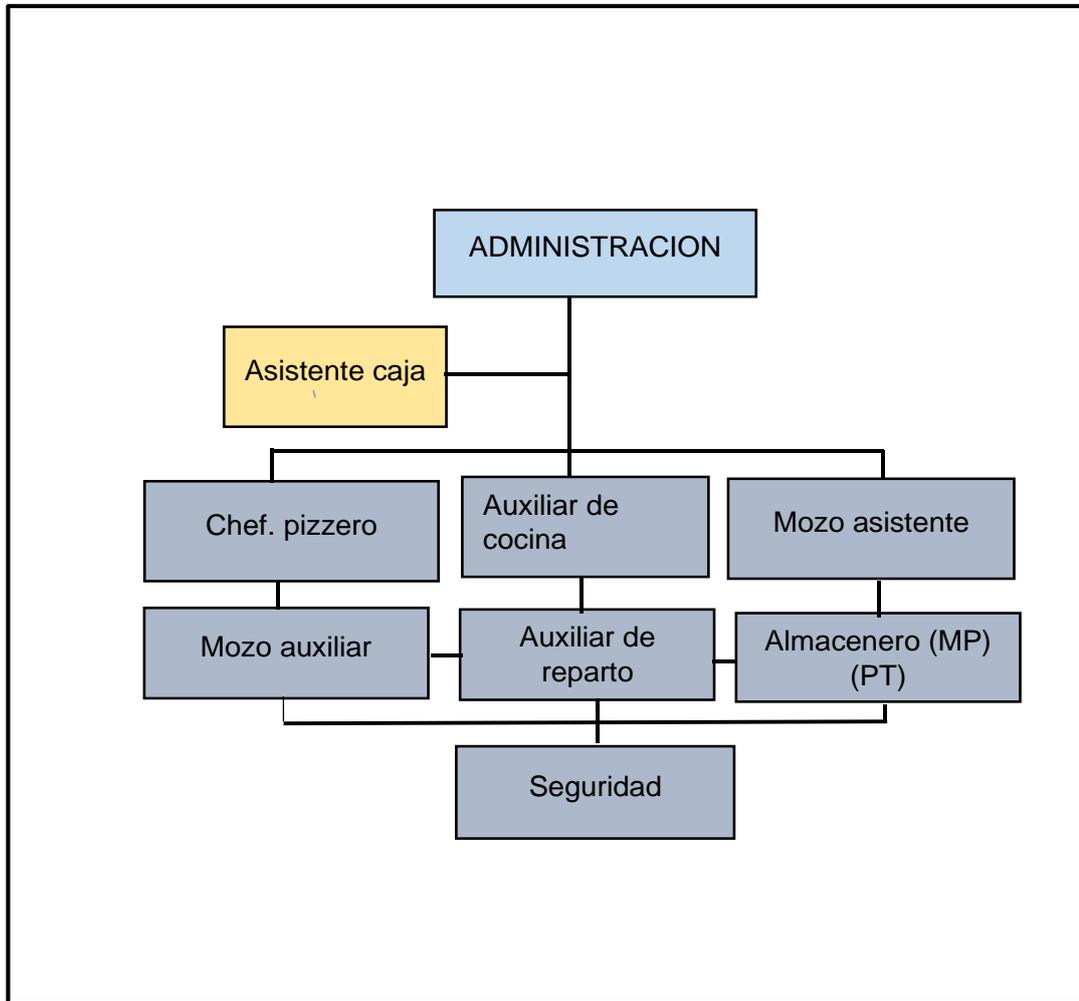
## CAPITULO IV: PRESENTACION Y ANALISIS DE LOS RESULTADOS.

### 4.1. Presentación de resultados por variable.

Vissios Pizzería estará ubicado en Jr. Moquegua 635, provincia de Ilo, departamento de Moquegua.



## Organigrama



## Logotipo



Tabla 1: Maquinaria y Equipos.

MAQUINAS			
TIPO DE EQUIPO	ESPECIFICACIÓN	PRECIO S/.	CANTIDAD
MAQUINA AMASADORA INDUSTRIAL ALLBIZ	<ul style="list-style-type: none"> <li>Amasadora industrial capacidad 25 kilos Allbiz</li> <li>2 velocidades sentido del giro de su olla sentido anti horario.</li> <li>Dimensiones totales, rejilla protectora, olla y espiral de acero inoxidable, cubierta metálica.</li> </ul>	3200.00	1
HORNO INDUSTRIAL PIZZERO GASTROMAQ MOD-FLG900PB	<ul style="list-style-type: none"> <li>Horno de pizzería a gas</li> <li>Con piedra refractaria y termómetro.</li> <li>Puerta con ventana de cristal basculante</li> <li>Consumo de gas 0.8K/h</li> <li>Medidas internas (AL-AN-PROF) 25.5x90.5 cms</li> <li>Medidas exteriores (AL-AN- PROF) 1.32x1.11.5x1.11.5 cms.</li> </ul>	1,500.00	1
BALANZA DIGITAL	<ul style="list-style-type: none"> <li>Acero inoxidable 10 Kg.</li> </ul>	350.00	1
REFRIGERADOR SAMSUNG	<ul style="list-style-type: none"> <li>Samsung - Refrigerador de dos puertas verticales, 24.5 pies cúb., acero inoxidable (RS25H5111SR)</li> </ul>	1900.00	1
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>S/.</b>	<b>6950.00</b>
			<b>4</b>

MOVILIARIO			
TIPO DE EQUIPO	ESPECIFICACIÓN	PRECIO S/.	CANTIDAD
MESA DE MADERA CONTRAPLACADA CON ACERO INOXIDABLE	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas: Largo = 5 mts.</li> <li>Ancho = 2.5 mts.</li> </ul>	450.00	1
ESTAND DE COCINA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Medidas: Largo 2.6 mts.</li> <li>Ancho 1.5 mts.</li> </ul>	350.00	1
RODILLO CON MANGO BAQUELITA	<ul style="list-style-type: none"> <li>De madera 30 cm.</li> </ul>	30.00	2
PALA DE PIZZA PEQUEÑAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>De madera de 25 cm. c/u.</li> </ul>	100.00	4
PALA DE PIZZA HORNERA	<ul style="list-style-type: none"> <li>De madera x 3 mts. De largo</li> </ul>	30.00	1
OTROS ARTICULOS Y UTENCILIOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>Fuentes, azafates, platos, jarras, lavavajillas para cocina y baño, ambientadores.</li> </ul>	350.00	
<b>INVERSION TOTAL</b>		<b>1310.00</b>	

Tabla 2: Análisis de Costos (Costo fijo, costos variables y Costo Directo, Costo Indirecto)

RUBRO	VALOR UNITARIO	CANT.	UNID.	COSTO TOTAL
<b>Costo indirecto y gastos administrativos</b>				<b>S/.1,830.00</b>
Alquiler de local	1,200.00	1		1,200.00
Luz	300.00	1		300.00
Agua	150.00	1		150.00
teléfono	80.00	1		80.00
Mantenimiento de local	100.00	1		100.00
<b>Gastos de ventas</b>				<b>S/.800.00</b>
trípticos	200.00	1	cientos	200.00
Publicidad en radio	25.00	12	avisos	300.00
Pag. web	300.00	1	unidad	300.00
<b>Total gastos indirectos</b>				<b>S/.2,630</b>

## Evaluación Económica Financiera.

Tabla 3: Plan De Inversiones o Inversión Realizada

RUBRO	VALOR UNITARIO	CANT.	UNID	COSTO TOTAL
<b>I. ACTIVO FIJO</b>				
<b>A TANGIBLES</b>				
Terreno y/o infraestructura				<b>S/.1,500.00</b>
Acondicionamiento de local				<b>S/.600.00</b>
<b>MAQUINARIA Y EQUIPO</b>				<b>S/.7750.00</b>
Maquina amasadora	S/.3200.00	1	Uni	S/.3200.00
Horno pizzero	S/.1500.00	1	Uni	S/.1500.00
Balanza digital	S/.350.00	1	Uni	S/.350.00
Refrigeradora Samsung	S/.1900.00	1	Uni	S/.1900.00
Cocina	S/.350.00	1	Uni	S/.350.00
Mesa de madera	S/.450.00	1	Uni	S/.450.00
<b>HERRAMIENTAS Y UTENCILIOS</b>				<b>S/.1190.00</b>
Stand de cocina	S/.350.00	1	Uni	S/.350.00
Rodillo de madera	S/.30.00	2	Uni	S/.60.00
Pala de pizza pequeña	S/.100.00	4	Uni	S/.400.00
Pala de pizza Hornera	S/.30.00	1	Uni	S/.30.00
Otros Artículos	S/.350.00	1	Uni	S/.350.00
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>				<b>S/.7130.00</b>
Mesas	S/.160.00	10	Uni	S/.1600.00
Sillas	S/.60.00	40	Uni	S/.2400.00
Computadora	S/.2400.00	1	Uni	S/.2400.00
escritorio	S/.120.00	1	Uni	S/.120.00
Sillas	S/.80.00	2	Uni	S/.160.00
Impresora Multifuncional	S/.450.00	1	Uni	S/.450.00
<b>TOTAL TANGIBLES</b>				<b>S/.16,070.00</b>
<b>B. INTANGIBLES</b>				
Notaria	S/.240.00	1	documento	S/.240.00
Elaboración de estatuto	S/.350.00	1	documento	S/.350.00
Licencia de funcionamiento	S/.100.00	1	documento	S/.100.00
Licencia de publicidad	S/.200.00	1	documento	S/.200.00
Comprobantes de pago	S/.100.00	1	millar	S/.100.00
Su nat (gratis)	S/.0.00	1	documento	S/.0.00
Separación de nombre comercial	S/.18.00	1	documento	S/.18.00
Elaboración de plan de negocios	S/.650.00	1	documento	S/.650.00
Inscripción registros públicos	S/.300.00	1	documento	S/.300.00
Defensa civil	S/.200.00	1	documento	S/.200.00
Extintor	S/.120.00	2	unidad	S/.240.00
Botiquín	S/.60.00	1	unidad	S/.60.00
<b>TOTAL INTANGIBLES</b>				<b>S/.2,458.00</b>
<b>TOTAL ACTIVO FIJO</b>				<b>S/.18,528.00</b>

Tabla 4: Flujo De Ventas.

**PROYECCION DE SERVICIOS REALIZADOS**

**VISSIOS PIZZERIA**

fabricacion	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
Pizza Nutri vegetariana	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300
pizza la incaica	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450

Mes13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	TOTAL
300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	7,200
450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	450	10,800

**PROYECCION DE VENTAS**

SERVICIO	P. U.	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12
NUTRI VEGETARIANA	<b>S/. 48.50</b>	S/. 14,550.00											
LA INCAICA	<b>S/. 46.50</b>	S/. 20,925.00											
<b>TOTAL VENTAS</b>		<b>S/. 35,475.00</b>											

Mes 13	Mes 14	Mes 15	Mes 16	Mes 17	Mes 18	Mes 19	Mes 20	Mes 21	Mes 22	Mes 23	Mes 24	TOTAL
S/. 14,550.00	S/. 349,200.00											
S/. 20,925.00	S/. 502,200.00											
<b>S/. 35,475.00</b>	<b>S/. 851,400.00</b>											

Tabla 5: Plan De Financiamiento.

<b>VISSIOS PIZZERIA</b>				
FUENTE	DESTINO			
	INVERSION FIJA	CAPITAL DE TRABAJO	TOTAL	%
APORTE PROPIO	S/. 18,528.00	S/. 7,366.00	S/. 25,894.00	72%
PRESTAMO	S/. 0.00	S/. 10,000.00	S/. 10,000.00	28%
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 18,528.00</b>	<b>S/. 17,366.00</b>	<b>S/. 35,894.00</b>	<b>100%</b>

Tabla 6: Indicadores Financieros.

1.1.1. VANE, VANF.

VANF	S/. 214,808
VAN	S/. 210,645

1.1.2. TIR, TIRE.

TIRF	80,08%
TIR	58,9%

Tabla 7: Punto de Equilibrio.

PRODUCTO	SERVICIOS AL MES (Unid)	% Participacion	Precio Venta	Costo Variable Unitario	Margen	Margen Ponderado	PUNTO DE EQUILIBRIO en Unidades	PUNTO DE EQUILIBRIO en soles
PIZZA NUTRI V, LA INCAICA	750	100.0%	48.50	<b>22.00</b>	26.50	26.50	655.3	31,783
	<b>750</b>	<b>100%</b>				<b>26.50</b>	<b>655</b>	<b>29</b>

UNIDADES	COSTES FIJOS	COSTES VARIABLES	COSTES TOTALES	COSTES MEDIOS	INGRESOS	BENEFICIOS
0.00	17366.00	0.00	17366.00		0.00	-17366.00
65.53	17366.00	1441.71	18807.71	287.00	3178.31	-15629.40
131.06	17366.00	2883.41	20249.41	154.50	6356.61	-13892.80
196.60	17366.00	4325.12	21691.12	110.33	9534.92	-12156.20
262.13	17366.00	5766.82	23132.82	88.25	12713.22	-10419.60
327.66	17366.00	7208.53	24574.53	75.00	15891.53	-8683.00
393.19	17366.00	8650.23	26016.23	66.17	19069.83	-6946.40
458.72	17366.00	10091.94	27457.94	59.86	22248.14	-5209.80
524.26	17366.00	11533.65	28899.65	55.13	25426.45	-3473.20
589.79	17366.00	12975.35	30341.35	51.44	28604.75	-1736.60
<b>655.32</b>	<b>17366.00</b>	<b>14417.06</b>	<b>31783.06</b>	<b>48.50</b>	<b>31783.06</b>	<b>0.00</b>
720.85	17366.00	15858.76	33224.76	46.09	34961.36	1736.60
786.38	17366.00	17300.47	34666.47	44.08	38139.67	3473.20
851.92	17366.00	18742.17	36108.17	42.38	41317.97	5209.80
917.45	17366.00	20183.88	37549.88	40.93	44496.28	6946.40

### 1.1.3. COSTO BENEFICIO.

## EVALUACION COSTO - BENEFICIO

MESES	INGRESOS	COSTOS	0.006	INGRESOS ACTUALIZADOS	COSTOS ACTUALIZADOS
0		S/. 35,894.00	1.0000	S/. 0.00	S/. 35,894.00
1	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9940	S/. 35,263.42	S/. 14,149.84
2	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9881	S/. 35,053.10	S/. 14,065.45
3	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9822	S/. 34,844.04	S/. 13,981.56
4	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9764	S/. 34,636.22	S/. 13,898.17
5	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9705	S/. 34,429.64	S/. 13,815.28
6	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9647	S/. 34,224.30	S/. 13,732.88
7	S/. 35,475.00	S/. 18,485.74	0.9590	S/. 34,020.17	S/. 17,727.65
8	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9533	S/. 33,817.27	S/. 13,569.56
9	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9476	S/. 33,615.58	S/. 13,488.63
10	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9419	S/. 33,415.09	S/. 13,408.18
11	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9363	S/. 33,215.79	S/. 13,328.21
12	S/. 35,475.00	S/. 18,485.74	0.9307	S/. 33,017.69	S/. 17,205.26
13	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9252	S/. 32,820.76	S/. 13,169.70
14	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9197	S/. 32,625.01	S/. 13,091.15
15	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9142	S/. 32,430.43	S/. 13,013.07
16	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9087	S/. 32,237.01	S/. 12,935.46
17	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.9033	S/. 32,044.74	S/. 12,858.31
18	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.8979	S/. 31,853.62	S/. 12,781.62
19	S/. 35,475.00	S/. 18,485.74	0.8926	S/. 31,663.63	S/. 16,499.67
20	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.8872	S/. 31,474.79	S/. 12,629.61
21	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.8819	S/. 31,287.06	S/. 12,554.29
22	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.8767	S/. 31,100.46	S/. 12,479.41
23	S/. 35,475.00	S/. 14,234.74	0.8715	S/. 30,914.97	S/. 12,404.98
24	S/. 35,475.00	S/. 18,485.74	0.8663	S/. 30,730.59	S/. 16,013.47
				<b>S/. 790,735.37</b>	<b>S/. 368,695.43</b>
				<b>B/C</b>	<b>2.14</b>

para calcular la relacion (B/C), primero se halla la suma de los beneficios descontados traídos al presente, y se divide sobre la suma de los costes tambien descontados.

para una conclusion acerca de la viabilidad de un proyecto, bajo este enfoque se debe tener en cuenta la comparacion de la relacion B/C

Es la division de las actualizaciones de los ingresos y costos del proyecto asi el resultado es mayor a 1 el proyecto es viable.

Tabla 8: Ratios Financieros.

PRINCIPALES RATIOS

1. RATIOS DE LIQUIDEZ	1ER TRIMESTRE	2DO TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4TO TRIMESTRE	5TO TRIMESTRE	6TO TRIMESTRE	7MO TRIMESTRE	8VO TRIMESTRE
Liquidez General (AC/PC)	7.51	7.51	7.19	7.19	7.51	7.51	7.19	7.19
Prueba Acida ( (AC-EXIS)/PC)	5.48	5.48	5.17	5.17	5.48	5.48	5.17	5.17
Prueba Defensiva (CB/PC)	5.09	5.09	4.77	4.77	5.09	5.09	4.77	4.77
Capital de Trabajo (AC-PC)	88173	88173	83922	83922	88173	88173	83922	83922

2. RATIOS DE GESTION O ACTI	1ER TRIMESTRE	2DO TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4TO TRIMESTRE	5TO TRIMESTRE	6TO TRIMESTRE	7MO TRIMESTRE	8VO TRIMESTRE
Rotacion de Inmueble Maquinaria y Equipo	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25
Rotacion de existencias	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98	0.98
Rotacion de caja y bancos	233.18	233.18	218.80	218.80	233.18	233.18	218.80	218.80
Rotacion de activos totales	1.00	1.00	1.04	1.04	1.00	1.00	1.04	1.04
Rotacion de activo fijo	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25	1064.25

3. RATIOS DE SOLVENCIA O AP	1ER TRIMESTRE	2DO TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4TO TRIMESTRE	5TO TRIMESTRE	6TO TRIMESTRE	7MO TRIMESTRE	8VO TRIMESTRE
Estructura de capital(Pasivo total/Patrimonio)	0.41	0.24	0.16	0.12	0.10	0.08	0.06	0.05
Endeudamiento total	0.27	0.26	0.25	0.24	0.23	0.22	0.20	0.19

4. RATIOS DE RENTABILIDAD	1ER TRIMESTRE	2DO TRIMESTRE	3ER TRIMESTRE	4TO TRIMESTRE	5TO TRIMESTRE	6TO TRIMESTRE	7MO TRIMESTRE	8VO TRIMESTRE
Rentabilidad sobre la inversion	0.42	0.42	0.41	0.41	0.42	0.42	0.41	0.41
Rentabilidad sobre el patrimonio	0.63	0.39	0.27	0.21	0.18	0.16	0.13	0.11
Rentabilidad sobre ventas	0.42	0.42	0.39	0.39	0.42	0.42	0.39	0.39
Margen comercial	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75	0.75

fundamentalmente los ratios estan divididos en 4 grandes grupos:

1- **Indices de liquidez.** Evalua la capacidad de la empresa para atender sus compromisos de corto plazo

2- **Indices de Gestion o Actividad.** Mide la utilizacion del Activo y comparan la cifra de ventas con el activo total, el inmovilizado material, el activo circulante o elementos que lo integren.

3- **Indices de Solvencia, Endeudamiento, o Apalancamiento.** Ratios que relacionan recursos y compromisos.

4- **Indices de Rentabilidad.** Mide la Capacidad de la empresa para generar riqueza(Rentabilidad Economica y Financiera)

## 4.2. Discusión de resultados

La contrastación de la data obtenida sobre la variable viabilidad para la Empresa Vissios Pizzeria, es de suma importancia, pues la empresa desea emprender en la Ciudad de Ilo.

Para Sapag (2014) esta variable pretende dar respuesta a la interrogante si es conveniente invertir en el negocio propuesto, haciendo una precisa simulación de lo que a futuro podría pasar con dicho proyecto en caso se pusiera en marcha.

Según el estudio resultó que Vissios Pizzería se presenta como un proyecto viable demostrando una tasa atractiva de rentabilidad de 58.9. % y un flujo de caja alto, esto se explica por ser un producto diferenciado para el público objetivo, posee un diseño innovador estratégico con calidad, con un precio competitivo, para la satisfacción de nuestros clientes. Por otro lado, se obtuvo un VAN de 136, 620. por lo tanto se ratifica que su viabilidad.

Dicho resultado es coincidente con el estudio de Congona, La Torre, Morante & Obando (2014). Por medio de una evaluación interna y externa del negocio se establece cada factor que incide para que sea factible. A fin de aproximarse al cliente potencial se efectúa un plan de MKT para la empresa. Para terminar después de hacer el análisis financiero y económico se halla que el TIR anual es de 82.33%, y el VAN de 393,039.94, ello quiere decir que es rentable el proyecto.

El retorno de la inversión es relativamente rápido, a la naturaleza del negocio por el flujo de clientes, se espera que Vissios Pizzería, se encuentre siempre por encima del punto de equilibrio en cada mes, permitiéndonos cubrir los gastos operativos y costos fijos.

En parte se encuentra una coincidencia con Silva (2016) en su tesis por medio de la cual se halló que un 85% de individuos si concurren a los establecimientos de venta de comida rápida, haciendo un total de 1'325.401 individuos de dicha ciudad.

Finalmente se da a conocer como conclusión donde se apoya la hipótesis, objetivo y problema planteados, puesto que se comprueba que todo restaurante ahora tendrá un impacto que el propietario evaluará a fin de realizar un plan de contingencia para supuestos sucesos erróneos que puedan pasar por temporada o alguna acción interna en la empresa.

## **CAPITULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **5.1. Conclusiones**

Primera: Vissios Pizzería se presenta como un proyecto viable demostrando una tasa atractiva de rentabilidad de 58.9. % y un flujo de caja alto, esto se explica por ser un producto diferenciado para el público objetivo, posee un diseño innovador estratégico con calidad, con un precio competitivo, para la satisfacción de nuestros clientes, plasmando nuestra experiencia, técnica profesional lo que nos permite llegar alcanzar nuestros objetivos en un corto plazo.

Segunda: El retorno de la inversión es relativamente rápida, a la naturaleza del negocio por el flujo de clientes, se espera que Vissios Pizzería, se encuentre siempre por encima del punto de equilibrio en cada mes, permitiéndonos cubrir los gastos operativos y costos fijos.

Tercera: El VAN es.136, 620. por lo tanto, es un proyecto viable. La TIR es 58.9% por consiguiente el proyecto es rentable.

## **5.2. Recomendaciones**

Primera: Lograr captar el 20% del mercado de pizza Nutrí vegetariana para el primer año de actividades productivas, posicionándonos dentro de este rubro de fabricación.

Segunda: Reducir los costos, optimizando los procesos y recursos que más le cuestan a la empresa. El Capital Humano, la Maquinaria y equipos (activo fijo), Tecnología y las Existencias (materias primas, consumo de energía, agua y otros).

Tercera: Reducir costos mediante compras de materia prima con aliados estratégicos con los proveedores locales, para la producción de pizza Nutrí Vegetariana Vissios Pizzería.

## REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

Arcela, C., & Cueva, C. E. (2012). *Estudio de factibilidad para implementar un servicio delivery en restaurantes de comida criolla en el distrito de Piura durante el año 2010*. Universidad César Vallejo.

Fiestas, E. (2010). *Diagnóstico y propuesta de plan estratégico para la empresa restaurant de parrillas el uruguayo en Piura*. Tesis inédita de Licenciatura. Universidad Cesar Vallejo, Piura.

Marco Jurídico - Ley De Sociedades 26887

Sapag, N. (2014). *Proyectos de inversión*. México: Pearson Educación.

Silva, F. S. (2016). *Proyecto de factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida colombiana en la ciudad de Quito*. Universidad de San Francisco de Quito.