



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
CARRERA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN DE  
EMPRESAS

“Pizza Truck”

Trabajo de Investigación para optar el grado académico de:  
Bachiller en Administración de Empresas

Presentado por:

Andrés Alonso, Castro Lucas (0000-0003-4022-1521)

Rosendo Jesús, Antón Reyes (0000-0002-7194-8355)

Lima – Perú

2020



FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

**ANEXO 6**

**RESULTADO DEL INFORME FINAL DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN  
PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER**

Fecha: 18 / Dic / 2019

Estimado docente,  
A fin de cumplir con la nueva ley universitaria 30220 la cual exige que para la obtención del grado de bachiller los alumnos deberán presentar un Trabajo de Investigación, deberá consignar la siguiente información al termino del ciclo/módulo académico.

<b>TÍTULO DEL TRABAJO DE INVESTIGACIÓN:</b>	"Pizza Truck"
<b>COMENTARIO/ SUGERENCIAS/ RECOMENDACIONES/ OBSERVACIONES:</b>	Los alumnos están bastante motivados, y pronto estarán trabajando para hacer realidad el plan. Sugiero que la universidad tenga algún tipo de programa de acompañamiento para este tipo de proyectos, que al resultar exitosos, además de ser una excelente experiencia para el alumno, son un inmejorable medio de publicidad para atraer nuevos estudiantes.

RESULTADO DEL TRABAJO FINAL					
*CODCAR	CÓDIGO	ALUMNO	CORREO ELECTRÓNICO	TELÉFONO	**NOTA FINAL
ADM	100037874	Anton Reyes, Rosendo Jesús	100037874@ucientifica.edu.pe	970431021	16
ADM	100031145	Castro Lucas, Andrés Alonso	100031145@ucientifica.edu.pe	987953178	16

**\*\*Nota final del curso aprobatoria (Excluir a quienes hayan desaprobado el curso)**

**Leyenda:**

NOTA	CALIFICACION
13-15	Aprobado
16-18	Aprobado – Muy Buena
19-20	Aprobado – Sobresaliente

CODCAR	CARRERA
ISE	Ingeniería de Sistemas Empresariales
IEN	Ingeniería Económica y de Negocios
ADM	Administración de Empresas
ADMC	Administración de Empresas – CPE

Finalmente, presentar el siguiente informe en señal de conformidad tomando en cuenta los criterios de evaluación para calificar este **Trabajo de Investigación** para optar el Grado de Bachiller.

Jurado revisor / profesor del curso  
MBA Ramos Lira Antonio

**\*Este documento debe ser enviado por correo electrónico a [smezab@cientifica.edu.pe](mailto:smezab@cientifica.edu.pe)**

## Índice

Índice de tablas .....	1
1. Resumen ejecutivo .....	1
2. Aspectos generales del negocio.....	2
2.1. Presentación de la empresa.....	2
2.2. Detección de la necesidad: análisis problema-solución (descripción de la oportunidad) .....	4
3. Plan estratégico .....	5
3.1 Canvas .....	5
3.2 Propósito de la empresa: ¿Para qué existo? .....	6
3.3 Cultura Organizacional.....	6
3.4 Objetivos Estratégicos.....	8
3.5. Análisis entorno: Político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal (PESTEL).....	9
3.6 Análisis de la industria (5 fuerzas de Porter) .....	14
3.7 Análisis FODA.....	19
3.8 Responsabilidad social. ....	20
4. Plan de marketing .....	22
4.1. Objetivos marketing (deben estar en línea con el punto 3.3) .....	22
4.3 Tamaño de mercado.....	22
4.4 Tendencias en el mercado.....	25
4.5 Análisis de competencia (Debe estar alineado con 5 fuerzas de Porter).....	25
4.6 Mix de Marketing (4 P's de la mercadotecnia).....	27
4.6.1 Precio .....	27
4.6.2 Plaza.....	28
4.6.3 Producto.....	29
4.6.4. Promoción .....	31
4.7 Plan de Ventas y proyección de demanda (Debe estar alineado con 3.3) .....	31
5. Plan de Operaciones .....	32
5.1. Diseño y especificaciones del producto.....	32
5.2. Diseño de instalaciones .....	34
5.3. Proceso de producción.....	35
5.4 Inventarios y gestión de proveedores.....	39
6. Estructura Organizacional y Recursos Humanos. ....	41

6.1 Objetivos Organizacionales.....	41
6.2 Organigrama.....	41
6.3 Descripción de puestos y plan de compensación.....	42
7. Plan Financiero.....	48
7.1 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras.....	48
7.2 Plan de ventas (tomado de 4.7).....	48
7.3 Análisis de costos.....	49
7.4 Punto de equilibrio.....	50
7.5 Adquisición de materiales e insumos para la producción.....	51
7.6 Inversión inicial.....	53
7.7 Capital de trabajo.....	55
7.8 Fuentes de financiamiento.....	55
7.9 Flujo de caja.....	55
7.10 Análisis de rentabilidad.....	57
7.11 Estado de pérdidas y ganancias.....	57
7.12 Balance general.....	58
7.13 Análisis de riesgos cualitativos del proyecto.....	59
8. Conclusiones.....	60
9. Recomendaciones.....	61
10. Bibliografía, fuentes y Anexos.....	62

## Índice de tablas

Tabla 1. Modelo de Negocio Canvas.....	5
Tabla 2. Riesgo país.....	11
Tabla 3. Análisis Foda.....	19
Tabla 4 Gasto promedio en alimentos de los diferentes niveles socioeconómicos de Lima Metropolitana.....	24
Tabla 5 Precios del producto.....	28
Tabla 6 Forma de la pizza.....	29
Tabla 7 Variedad de sabores.....	29
Tabla 8 Combos.....	30
Tabla 9 Ventas anuales de pizza.....	32
Tabla 10 Ficha técnica.....	33
Tabla 11 Estándares de calidad de la empresa.....	37
Tabla 12 Modelo Kardex.....	39
Tabla 13 Total de ingresos por ventas.....	48
Tabla 14 Total de Costo variables.....	49
Tabla 15 Punto de equilibrio “Pizza Pepperoni”.....	49
Tabla 16 Punto de equilibrio “Pizza Achorada”.....	50
Tabla 17 Insumos de la Pizza Pepperoni.....	50
Tabla 18 Insumos de la Pizza Achorada.....	51
Tabla 19 Inversión Tangible.....	52
Tabla 20 Inversión Intangible.....	53
Tabla 21 Total de inversión.....	53
Tabla 22 Estructura del capital.....	54
Tabla 23 Flujo de Caja.....	55
Tabla 24 VAN y TIR.....	56
Tabla 25 Estado de Resultados.....	57
Tabla 26 Estado de Situación financiera.....	58

## 1. Resumen ejecutivo

El presente Plan de negocio comprueba la viabilidad del proyecto “Pizza Truck” la cual es una empresa dedicada a la elaboración y comercialización de pizzas en diferentes formas y presentaciones Personales. Ofreciendo a los clientes una alternativa atractiva, confiable y rápida, para aquellas personas que lleven un ritmo de vida acelerado y frecuentemente coman fuera de sus hogares, abarcando 3 distritos de lima metropolitana que son Chorrillos, Barranco y Surquillo, pertenecientes NSE B.

En los siguientes capítulos contempla la aplicación de diversos planes referidos al marketing, procesos, a los recursos humanos y las finanzas. Cada uno de los capítulos se recaudó información confiable y precisa para el correcto análisis e interpretación. Para llegar al cliente final se utilizará una modalidad diferente y creativa como lo es un Food Truck, asimismo esta es una fortaleza para trasladarse persiguiendo zonas calientes que quiere decir alta convocatoria de público.

De acorde con un correcto plan financiero, primero se establece la inversión requerida del proyecto la cual es de S/35,490.9. Luego, encontrar el financiamiento idóneo para el proyecto y posteriormente elaborar el estado de situación financiera del negocio, el estado de resultados, el flujo de caja, entre otros. Así mismo, para los 5 años de proyectado el negocio mediante herramientas financieras dieron como consecuencia un TIR de 407%. y VAN de S/2015973.14. Por lo que con dichas cifras se puede demostrar que el proyecto es viable.

Finalmente, se presentan las respectivas conclusiones y recomendaciones, la cual pone en evidencia que la ejecución del proyecto es atractiva, rentable para los 5 años de proyectado el trabajo de investigación.

## 2. Aspectos generales del negocio

### 2.1. Presentación de la empresa.

Pizza Truck consiste en la elaboración, comercialización de pizzas en formatos personales en presentaciones en forma circular, cuadrada y triangular la cual se ofertará en un formato fast food mediante un truck, donde las personas puedan adquirir una pizza de manera rápida y de calidad.

La Clasificación Industrial Internacional uniforme nos da a conocer la actividad del negocio en la cual pertenece al grupo I que pertenece actividades y servicios en general de alimentos; en la sub-división cincuenta y seis de servís de bebidas y alimentos en general; el sector quinientos sesenta y uno de locales inmuebles y muebles del sub área cinco mil diez. INEI (2010).

Actualmente en el Perú no existe una norma y/o ordenanza municipal que permita a los Food Truck desarrollar sus actividades en espacios o vías públicas. Por lo cual, será crucial pertenecer al gremio de Food Trucks del Perú, con la finalidad de que nos brinden la facilidad de poder ofrecer nuestros servicios al público y poder ubicar el food truck en los distritos de Chorrillos, Barranco y Surquillo. Por otra parte, será de vital importancia conocer los requisitos para los permisos municipales en cada uno de estos distritos con la finalidad de que la empresa pueda empezar sus operaciones.

Requisitos para la obtención del permiso:

- Titular del Food Truck debe ser mayor de 18 años,
- Vivir en el distrito
- No registrar deudas por tributos municipales.
- Documentos que detallamos a continuación:

1. Solicitud dirigida al alcalde adjuntando la siguiente documentación:

- Croquis de ubicación exacta donde desea ubicarse el vehículo “Food truck”.
- Tarjeta de propiedad del vehículo.
- Licencia de conducir actual del conductor.
- SOAT vigente.
- Revisión técnica actual del vehículo.
- Especificar las características y dimensiones del vehículo acompañando fotografías de los cuatro lados.

2. Contar con formación gastronómica acreditada: Para ello se deberá adjuntar una copia simple del certificado o constancia actualizada.

Al tramitar una solicitud de licencia de funcionamiento tomando como referencia a la Municipalidad de Barranco es necesario entregar un documento de petición en condición de declaración Jurada, que contengan lo siguiente:

- La numeración del RUC y DNI de la persona que lo va a solicitar.
- Con respecto a personas jurídicas o personas naturales que lo soliciten mediante una representación deberán colocar su número de DNI del representante legal.
- Presentar el recibo de pago del trámite.



## 2.2. Detección de la necesidad: análisis problema-solución (descripción de la oportunidad)

El negocio está enfocado en personas que tengan el hábito de probar o comprar productos nuevos debido a su innovación, por el mismo motivo es que nos dirigiremos a personas que pertenezcan al nivel socioeconómico B y C con edades entre los 18 y 39 años. Así también, nos enfocamos en personas jóvenes que por un factor tiempo no cuenten con la disponibilidad de preparar sus propias meriendas provocando que estas suelen adquirir comidas rápidas (fast food) al paso.

### 3. Plan estratégico

#### 3.1 Canvas

Tabla 1 Modelo de Negocio Canvas.

Socios claves	Actividades claves	Propuesta de valor	Relación con el cliente	Segmento de clientes
Relaciones con el gremio de Food Trucks del Perú.	Elaboración de la pizza. Atención al cliente. Selección de Insumos frescos.	Ser una alternativa de alimentación en espacios de alta convocatoria de público, a través de una oferta gastronómica atractiva confiable y de rápida entrega. Tendrá una presentación diferente en formas de circular, cuadrada y la clásica triangular.	Redes sociales (por ejemplo: Facebook e intagram)	Hombres y mujeres de edades de entre 18 a 39 años de lima metropolitana, de los distritos de chorrillos, barranco y surquillo, que lleven un ritmo de vida acelerado y frecuentemente coman fuera de sus hogares, pertenecientes NSE B.
Relaciones con Municipios	Gestión de permisos (salubres y legales) Supervisión de procesos.		Canales	
Relaciones cercanas con proveedores.	Recursos claves  El Food truck (la cocina, el horno) Insumos de calidad		Offline: puntos de ventas en Trucks. Online: mostrar nuestro producto y nuestras promociones a través de nuestro fanpage y la página de instagram.	
Estructura de coste		Fuentes de Ingreso		
Costos fijos: Permisos municipales, publicidad en la web, Equipos, materia prima, Salario de los trabajadores. Costos Variables: Costo de los acompañamientos, Combustible, Impuestos, Mantenimiento		Venta de las pizzas Venta de gaseosas		

### 3.2 Propósito de la empresa: ¿Para qué existo?

El propósito de la empresa es ser una empresa cercana a sus clientes al estar ubicados en puntos estratégicos en los distritos de Chorrillos, Barranco y Surquillo. Nos caracterizaremos por una cálida atención en cada experiencia de compra por parte del cliente. Además de ofrecer pizzas de excelente calidad en formatos personales en presentaciones en forma circular, cuadrada y triangular.

### 3.3 Cultura Organizacional

#### POLÍTICA DE BUENA PRÁCTICA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

##### a. Trato amable

Mostrar la amabilidad al cliente es nuestro mayor deseo, los clientes siempre recibirán un saludo y una bienvenida a su llegada al punto de venta, de la misma manera el personal se mostrará atento y servicial para atender cualquier incidente que pueda presentarse durante la atención, como también ante alguna queja o reclamo. La comodidad del cliente es clave para nosotros, por ende atenderemos cualquier problema a la brevedad siendo siempre amables y flexibles la circunstancia.

##### b. Mostrar interés

El compromiso para con el cliente comienza desde el primer momento en que este se acerque al counter, el personal estará capacitado para poder orientar al cliente y poder brindarle apoyo para que este pueda realizar su orden de compra. Es decir le brindaremos información acerca de qué sabores de pizza tenemos, el precio del producto, el tiempo de elaboración del producto, cómo también le ofreceremos algún otro producto adicional. Velaremos para que

el cliente tenga la mejor experiencia al momento de comprar nuestro producto desde el inicio hasta el final.

#### c. Higiene

La higiene y la limpieza en un food truck es primordial, ya que a nadie le gusta comer en un lugar en el que se aprecian los desperdicios de los ingredientes ya sea que estos estén regados por el piso o en los mostradores. Por otro lado, los trabajadores deberán de estar presentables para el momento de atender a los clientes, esto significa que se encontrarán usando los uniformes debidamente limpios, las uñas cortadas, y con el cabello recortado o recogido.

#### d. Rápida atención

Es considerado como un fast food, por lo que debemos de saber que la atención tiene que ser rápida, ya que nos dirigimos un público en general y que solo tienen como máximo 30 minutos para comer y ser atendidos, además esto nos permitirá atender más a la demanda en la que nos dirigimos.

Pizza truck se compromete a impulsar estos lineamientos cada año y a interpretar las modificaciones que realice el Sistema de Gestión de Calidad e Inocuidad Alimentaria para poder cumplirlas en su totalidad, demostrando que se elaboran productos confiables y de calidad.

Los Valores organizacionales serán:

**Transparencia:** Se debe tomar en cuenta la transparencia en todas nuestras acciones y debe estar reflejada en todo el equipo de trabajo así ganar la confianza de todos nuestros clientes para crear, reforzar un lazo y mantener una relación estrecha con los clientes.

**Excelencia:** Pizza truck busca tener excelencia en su servicio a través de atención agradable de manera que genere en el cliente esa sensación de volver y ser atendidos de la mejor manera.

**Responsabilidad:** El compromiso social es pieza clave dentro de pizza truck ya que en ello establecemos nuestro vínculo con los clientes en beneficio de la sociedad.

### 3.4 Objetivos Estratégicos

- Lograr un crecimiento de las ventas de pizzas en un 22% para el año 2023 con respecto al anterior.
- Disminuir en 10% la merma en el proceso de fabricación, implementando técnicas de mejora en el área de producción en el año 2021.
- Lograr un posicionamiento del 15% de nuestro público objetivo en el 1er año que coloque a la marca dentro de los principales referentes de pizzas al paso.
- Lograr mayor presencia del negocio en el mercado en un tiempo de 6 meses.

### 3.5. Análisis entorno: Político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal (PESTEL).

#### 3.5.1 Factores Políticos:

Las normas y/o leyes que están sujetas al proyecto de ventas de pizzas artesanales de manera individual en formato rápido como lo es en un food truck:

Las normas y reglas que permitirán al proyecto desarrollarse como una sociedad jurídica que actúe de acuerdo a las funciones y normas se dará a través de la Ley general de sociedades.

Por lo cual, será necesario acogerse a dicha ley para formar una relación patrimonial.

De acuerdo al Decreto Legislativo N° 1062, 2008, art. 1: “El presente Reglamento tiene por objeto establecer normas y procedimientos generales para la aplicación y cumplimiento del Decreto Legislativo N° 1062 – Decreto Legislativo que aprueba la Ley de Inocuidad de los Alimentos, en concordancia con los Principios Generales de Higiene de los Alimentos del Codex Alimentarius”. Por lo tanto, la finalidad de esta ley es salvaguardar la salud de las personas y para ello será necesario de manera constante constatar la procedencia de todos los alimentos que serán consumidos. Dicho decreto legislativo tiene un enfoque en la industria alimentaria.

La Ley de Promoción de la Competitividad, Formalización y Desarrollo de la Micro y Pequeña Empresa en su artículo 1 menciona lo siguiente: “Se tiene por objeto la promoción de la competitividad, formalización y desarrollo de las micro y pequeñas empresas para incrementar el empleo sostenible, su productividad y rentabilidad, su contribución al Producto Bruto Interno, la ampliación del mercado interno y las exportaciones y su contribución a la recaudación tributaria.”

Pizza Truck se beneficiará de esta ley, para operar normalmente y siga creciendo en su rubro.

La Ley de promoción de la alimentación saludable para niños, niñas y adolescentes en el artículo menciona lo siguiente:

Lo establecido en dicha ordenanza es aplicable en todo el territorio nacional tanto para empresas públicas o privadas. Además, comprende a todas las personas naturales y jurídicas que produzcan y mercantilen alimentos procesados en el país. Por otro lado, Pizza Truck tendrá muy en cuenta dicha ley para no exceder los parámetros técnicos, y ser la mejor opción de compra.

La Ley de Seguridad y Salud en el Trabajo menciona lo siguiente:

Lo establecido en dicha ordenanza es aplicable a todas las actividades económicas del país en donde se incluyen a los empleadores y colaboradores en todo el territorio nacional de acuerdo al régimen laboral en el que se desempeñen. Por lo cual, se priorizará la precaución y cuidado con cada uno de los colaboradores.

### 3.5.2 Factores Económicos:

En el periodo 2020-2022, los sectores económicos aumentaran un promedio 4,8%, apuntalada por un mayor impulso del sector privado. (Ministerio de Economía y finanzas 2018)

Según información extraída de APEIM 2018 menciona que la proporción de personas con respecto a su nivel socioeconómico se desarrolla de la siguiente manera:

Nivel Socioeconómico A: 4.3%

Nivel Socioeconómico B: 23.4%

Nivel Socioeconómico C: 42.6%

Nivel Socioeconómico D: 24.1%

Nivel Socioeconómico E: 5.6%

Estimaciones APEIM 2018.

Por otro lado, el rubro de hoteles y restaurantes han tenido un incremento favorable a comparación de los años anteriores, Por componentes, como: establecimientos muy concurridos como lo son: las pollerías, fast food, restaurantes de comida criollas, heladerías y cevicheras. siendo una oportunidad para el proyecto, ya que, se enfoca en dicha actividad económica.

*Tabla 2 Riesgo país.*

Año	Tipo de cambio (Soles a Dólares)	Riesgo País
2016	3.38	2.09
2017	3.24	1.45
2018	3.37	1.48
2019	3.35	1.30

Fuente: Elaboración propia 2019

Fuente: Reuters. (24 de octubre de 2019).

Fuente: Encuesta de expectativas macroeconómicas BCRP.

El 71% de empresas están direccionando sus campañas hacia el sector C, debido al creciente poder adquisitivo de estos consumidores y a la cantidad de población que concentra. Se toma en cuenta esta información para realizar campañas enfocadas a este estrato económico y a la vez llegar a más población.



La Calificadora standard & poor's revalidó la situación estable de la economía peruana al conservar la calificación soberana de largo plazo de Perú en 'BBB+'. lo cual hace referencia a una perspectiva de inversión estable.

### 3.5.3 Factores Sociales:

Hasta la actualidad se identificaron en Lima Metropolitana 10 millones 295 mil 249 personas, de las cuales se estima que existen 7 millones 789 mil 900 pertenecientes a la PET establecida según ley. Con respecto a la población que se encuentra en la edad de laborar un 67,0% (5 millones 217 mil 700 personas) lo conforman personas que actualmente están trabajando y el 33,0% (2 millones 572 mil 200 personas) corresponde a la población que no cuentan con trabajo alguno. (INEI, informe técnico N° 06- Junio 2019).

Para la mayoría de las personas que trabajan y estudian tienen dificultades de consumir sus alimentos en sus hogares debido a la falta de tiempo y la constante movilidad de las personas al momento de realizar sus actividades. Asimismo; existe una tendencia de comer fuera de casa y en algunos casos estos establecimientos son restaurantes informales.

El Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEI) menciona que los gastos que hacen los peruanos con respecto a la compra de alimentos “El 33,2% se designa al gasto por alimentos en la calle, lo que simbolizó un aumento de 7,7% con respecto al año 2005.

Durante el año 2013 para el ciudadano peruano salir a la calle a comer ha sido su tercera actividad preferida (Salas, 2013), comer en la calle es tendencia.

Esto hace que la creación de un food truck al paso capte futuros y potenciales clientes, al cual podamos ofrecer nuestros productos de calidad.

#### 3.5.4 Factores Tecnológicos

La tecnología es una herramienta muy importante para impulsar los negocios, las ventajas son por ejemplo corregir los tiempos, fortalece la calidad y reduce costos, la herramienta más utilizada son las redes sociales para recortar distancias y por lo cual ha aportado al aumento en las ventas de las empresas con las compras on-line. Al hacer uso de las redes sociales a los Food Trucks les permite dar información a sus consumidores de sus ubicaciones y conocer sus respectivas opiniones.

Se presagia que la tecnología basada en el cliente en establecimientos muy concurridos se estandarizará puesto que quienes compran les resulta más amigable y por lo cual los dueños de por ejemplo restaurantes y/o fast foods trabajan cada día de disminuir costos laborales e incrementar la eficacia. Las nuevas tecnologías para establecimientos aportan una nueva experiencia para el usuario, los tiempos de compra, espera y servicio, así como también el trabajo de equipo.

Para implementar una idea de negocio como en un food truck es necesario adquirir tecnología semi-industrial, ya que tiene preparaciones uniformes y estandarizadas en la elaboración y presentación de los productos, es decir, son homogéneos. En este sector en particular no es necesario una tecnología de punta, únicamente requiere una investigación continua de nuevas herramientas para la preparación y manipulación de alimentos, así como para la prestación del servicio.

Con respecto, a las tendencias tecnológicas basadas en el cliente que según un artículo de Forbes pueden ser viables en algunos años, ya que, pueden ser de utilidad para la elaboración de las estrategias comerciales de los Food Truck:

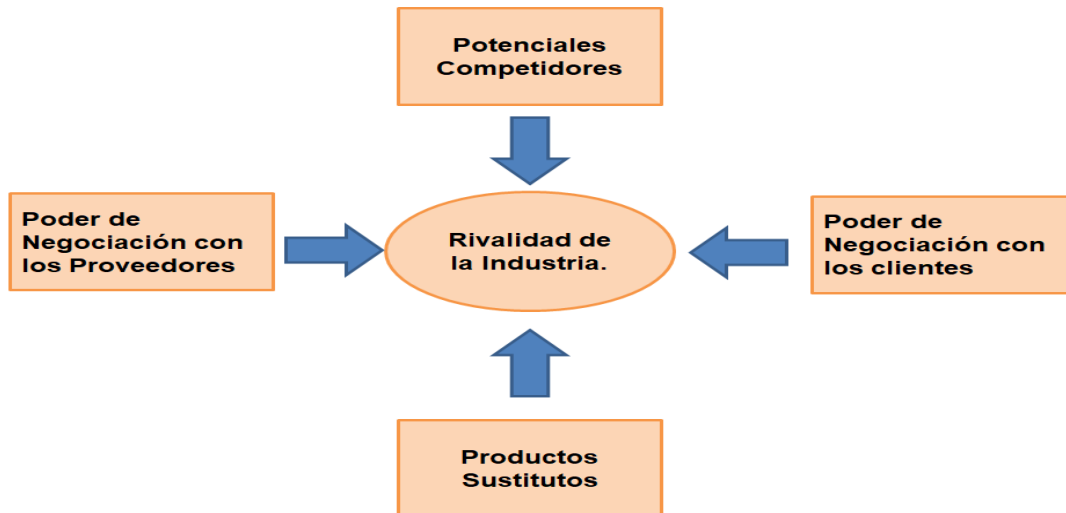
- Un quiosco que funcione como autoservicio que permita al cliente hacer efectivo su pedido, así como también demás opciones que se le puede brindar al momento de realizar su pedido.
- Debido al gran auge que están teniendo el uso de redes sociales es ideal el uso de una aplicación móvil que permita acercar las personas a los restaurantes y al llegar al establecimiento sean recompensados con un buen servicio.
- Para contribuir con la experiencia del cliente será crucial contar con una aplicación móvil que permita a los consumidores realizar sus pagos al establecimiento desde sus dispositivos móviles y desde cualquier otro lugar en el que estén.

### 3.5.5 Factores Ecológicos

En el Perú, específicamente en el poder ejecutivo, quien se encarga de gestionar los bienes naturales del medio ambiente. es a través del ministerio de ambiente y desarrollo sostenible. Asimismo, tiene la facultad de establecer políticas cuyo fin es la protección, conservación y recuperación medioambiental dentro del territorio nacional.

### 3.6 Análisis de la industria (5 fuerzas de Porter)

El modelo de las 5 Fuerzas de Porter permitirá determinar el entorno donde operan los Food Trucks.



### 3.6.1 Rivalidad de la industria:

Nivel de Fuerza: Alto, ya que en la actualidad existe una marcada competencia en el desarrollo del producto o servicio, la cual se evidencia a través de competidores que producen y comercializan pizza, la existencia en el rubro de pizzas con diversidad de ingredientes, promueve un espacio de constante rivalidad en la búsqueda por aumentar mayor participación de mercado que la competencia. Entre los competidores tenemos: Pizza hut, telepizza, pizzas Raúl, tiendas de conveniencias, pizzerías locales.

### 3.6.2 Poder de negociación de los clientes

Tipo de Cliente: Consumidor Individual (B2C)

Nuestro tipo de clientes son en general Mujeres y Hombres que comprenden edades de 15 entre 50 años, pertenecientes a los Sectores Socioeconómicos: C y B que habitan en la capital de Lima Metropolitana, según el estudio realizado por Arellano Marketing sobre los Estilos de vida podemos estimar como potenciales clientes con un estilo de vida conservadores, reactivos, formales y austeros.

Es muy común que los restaurantes móviles o también llamados de comida “al paso” estén operando en espacios públicos o eventos cerrados, por lo que los clientes no tienen alternativa de satisfacer sus demandas de alimentación en otra tienda que no sea dicho restaurantes, a no ser que decidan ceder el puesto. Asimismo, permite al vendedor establecer precios por encima del promedio en comparación de establecimientos que se encuentran al exterior de los eventos.

En los negocios de los food truck cada cliente tiene un ticket promedio de compra por lo que hace que adquiera una parte significativa de las ventas totales del día. La clientela de restaurantes móviles no satisface una ocasión de compra de rutina, por lo que no tienen incentivos a organizarse e influir en precios futuros, por ejemplo.

Estas características hacen que en general, los clientes tengan un poder de negociación muy bajo en este sector

### 3.6.3 Poder de negociación de los proveedores

Nivel de fuerza: bajo.

El aprovisionamiento requerido para los ingredientes se dará por medio de mercados mayoristas y supermercados, en los cuales se valorará la calidad de cada uno de los productos, el precio adecuado y el tiempo de entrega.

Pizza Truck cuenta con varios proveedores para abastecerse de insumos y materiales. Por otra parte, de acuerdo al nivel de materia prima que requerimos Pizza Truck cuenta con la facilidad de cambiar de proveedor. Asimismo, no existe el riesgo de que el nuevo proveedor no cumpla con lo solicitado.

Lo anterior supone que el poder de negociación de los proveedores es bajo. Por otro lado, si en algún momento se elaborase una pizza con insumos que en ciertos meses del año tengan un precio por encima de lo habitual esto se verá reflejado en los costos del negocio pero que, sin embargo, no sería un motivo para que el poder de negociación de los proveedores sea alto ya que se tiene una gran cantidad de proveedores.

#### 3.6.4 Amenaza de productos sustitutos

Nivel de fuerza: Alta

Actualmente existe negocios que cuentan con una gran variedad de productos sustitutos ya sean q sean nuevas o que ya cuenten con varios años en el mercado y que a su vez se caracterizan por tener buenos precios y productos cada vez más innovadores. Los food trucks o restaurantes rodantes se han convertido en la alternativa mas practica mediante la cual ofrecer un servicio novedoso y llamativo, con la capacidad de poder llegar a un gran número de personas. Así, este este formato de restaurant se ha impuesto como sustituto de los productos antiguamente ofrecidos en tiendas de conveniencia, teniendo gran aceptación en el país.

#### 3.6.5 Amenaza de nuevos competidores

La llegada de restaurantes en formato de food truck como nueva alternativa de venta de alimentos al paso es relativamente nueva y está motivando muchos nuevos competidores a incursionar en dicho sector y una de las principales razones es que el requerimiento de capital es relativamente bajo.

En el Perú, existen gremios mediante los cuales se pueden concretar ventas en grandes eventos, así como también la posibilidad de ofrecer sus servicios para eventos mas pequeños como, por ejemplo: matrimonios, cumpleaños, entre otros.

En síntesis, existe bajas barreras de entrada y dicho escenario brinda mayor oportunidad de que aparezcan nuevos competidores, razón por la cual la amenaza de nuevos competidores es alta.

### 3.7 Análisis FODA.

*Tabla 3 Análisis Foda*

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
F1: Facilidad de variar la localidad del negocio. F2: Versatilidad para operar puntos de alta convocatoria de público. F3: Pertenecer al gremio de Food trucks del Perú. F4: Buen sabor y calidad del producto.	D1: Marca no posicionada D2: La idea de negocio es altamente imitable D3: Los cambios repentinos del clima en el lugar donde se esté (como, por ejemplo: las lluvias), dificultan la operación.
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
O1: Necesidad del producto innovador. O2: Aumento del poder Adquisitivo de los NSE B y C O3: Consumidores buscan rapidez y servicios diferenciados. O4: Crecimiento del Gasto Promedio de los Peruanos en alimentación fuera del hogar.	A1: Competencia muy agresiva por tiendas de conveniencia. A2: Leyes que promueven la alimentación saludable A3: La aparición de una crisis política que afecte el desarrollo de la economía nacional A4: Legislaciones obstruccionistas que impidan el desarrollo del negocio y su funcionamiento (impuestos, seguros, permisos entre otros)

Fuente: Elaboración propia 2019



### 3.8 Responsabilidad social.

El compromiso de la empresa Pizza Truck es gestionar correctamente los recursos que posee con la finalidad de disminuir los impactos hacia el medio ambiente, reduciendo así la huella negativa que deja por realizar sus actividades. Lo que busca es estar en armonía con estas 3 dimensiones.

- **Ámbito ambiental.**
- **Ámbito social.**
- **Ámbito Financiero.**

En el ámbito Ambiental buscar realizar una correcta gestión de manejo responsable de desechos sólidos y líquidos, también ejecutando procesos que consideren el ahorro de elementos tan importantes como lo son el agua y la energía eléctrica. Asimismo, se aplicarán políticas con respecto a los desechos en los cuales se enfatizará en los siguientes puntos:

- Cumplir con las normas medioambientales
- Disminuir en lo posible la cantidad desechos que se generar al trabajar dentro del food truck
- Efectuar un adecuado control de los residuos que se ocasionan en nuestras operaciones.

Debido a que, en la iluminación se consume entre 12 y 20% del gasto de la energía de una casa o negocio, será importante que se considere otras opciones de fuentes de luz eléctrica como por ejemplo las luces LED

En el ámbito Social será importante cumplir con todas las normas o leyes impuestas en el distrito o el espacio donde se ubicará. Otros puntos a resaltar son:

- La remuneración mínima vitae sea al menos el mínimo legal, incluyendo horas extraordinarias y otros beneficios.
- No promover la discriminación al contratar, despedir y en el trato.
- No se incurra en el trabajo infantil.
- No se haga uso del trabajo forzoso, coerción física o castigos físicos.
- Medio ambiente de trabajo sano y seguro.
- Libertad de culto o religión.
- Respeto a la diferencia de género.

Y con respecto a ámbito financiero aplicando las anteriores políticas ambientales tendrá una reducción de recursos, significando un ahorro financiero lo que elevaría las utilidades y el beneficio para los socios.

## 4. Plan de marketing

### 4.1. Objetivos marketing (deben estar en línea con el punto 3.3)

- Promover un bien que satisfaga las experiencias de los usuarios y que ocasione simpatía como consecuencia otorgue un posicionamiento que se busca ejercer.
- Lograr una consolidación en el mercado local de tal forma que permitiera alcanzar un concepto de negocio sostenido en el tiempo.
- Elaborar un diseño genuino, divertido y llamativo del “food trucks, que sea identificable y que transmita la idea de la marca.

### 4.2. Segmentación y mercado

Está enfocado a personas pertenecientes de Nivel socioeconómico B, las cuales tengan edades de entre 18 a 39 años de los distritos de Chorrillos, Barranco y Surquillo que lleven un ritmo de vida acelerado y frecuentemente coman fuera de sus hogares.

Lo cual suma población total de 485 000 personas.

### 4.3 Tamaño de mercado.

La siguiente tabla estará representada de la siguiente manera:

- De 18 - 24 años que representa un 12.8% es decir 62,080 personas.
- De 25 - 39 años que representa un 25.5% es decir 123,675 personas.

Mercado Disponible 11466 Personas.

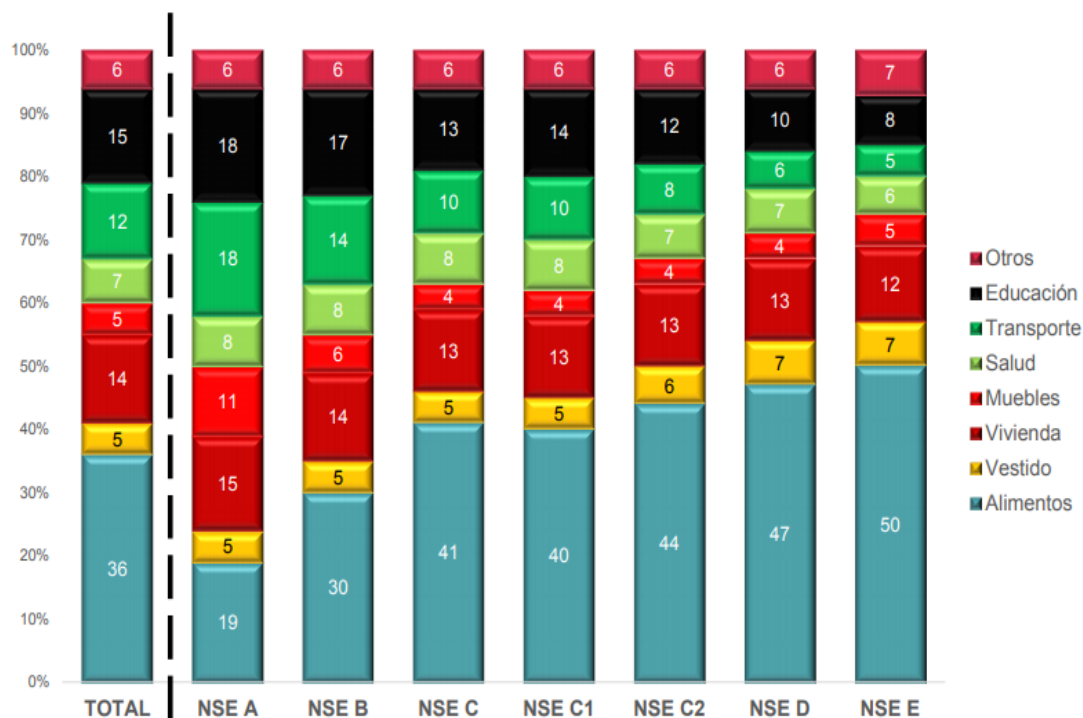
El mercado Objetivo de la empresa está representado por el nivel socioeconómico B y C que conforman los distritos de: Chorrillos, Barranco y Surquillo cuya población está entre los 18 y 39 años los cuales representan 11 466 Personas. Este sería nuestra población potencial.

El mercado de pizzas se encuentra en aumento en el Perú es por ello se ha convertido en un producto que ha aglomerado a varias marcas internacionales y locales, según datos de Euromonitor International este mercado mueve un aproximado de S/ 1,658.5 millones al año. Asimismo, las diversas marcas existentes se ubican en su gran mayoría en Lima Metropolitana, por lo que si dichas marcas se posicionaran también en otras provincias al interior del país esto les permitirían consolidarse como primeras ya que el consumo per cápita es de S/.51.6 siendo el sexto lugar de Latinoamérica. Además, se realizó un estimado a 5 años mostrando un incremento en la cifra, por lo que alcanzaría S/1.836,7 millones.

Estudios han mostrado cifras del consumo dentro de local, el boleto de venta media es de veinte seis soles, con una rotación de 20 a 40 minutos, esto va a depender del número de clientes. Los negocios de los Food trucks en lima tiene un mercado con mucho crecimiento por dos razones, la primera la demanda de comida rápida está en crecimiento y según entrevistas a expertos es una tendencia la comida en “food trucks”.

En el Perú Existen más de 7,500 locales de pizzería en el país.

### DISTRIBUCIÓN DEL GASTO SEGÚN NSE 2018 - LIMA METROPOLITANA



Fuente: APEIM (Asociación Peruana de Empresas de investigación de mercados)

Tabla 4 Gasto promedio en alimentos de los diferentes niveles socioeconómicos en Lima Metropolitana

Grupo 1:	TOTAL	NSC						
		A	B	C	C1	C2	D	E
Alimentos								
2016	S/ 688	S/ 997	S/ 787	S/ 692	S/ 709	S/ 662	S/ 582	S/ 467
2015	S/ 673	S/ 975	S/ 803	S/ 689	S/ 718	S/ 643	S/ 548	S/ 468
Variación	2,2%	2,3%	-2,0%	0,4%	-1,3%	3,0%	6,2%	-0,2%

Elaboración: Apeim, 2015; Apeim, 2016.

#### 4.4 Tendencias en el mercado

Según Euromonitor “La pizza con el paso de los años ha aumentado su consumo en el mercado peruano pero que sin embargo más allá de los esfuerzos establecidos no le ganado en dicho rubro a otras comidas”.

“Las ventajas de las pizzas son la facilidad de entrega a domicilio, la relación precio/ producto y que se adapta a las preferencias de sabores y variedades, además que el consumidor se ve beneficiado por las promociones que las cadenas lanzan”. La pizza ya no es considerada únicamente como comida rápida ya que actualmente se puede encontrar en diversos restaurantes inclusive en restaurantes de comida saludable.

“La pizza también tiene espacio para opciones saludables, que algunos restaurantes empiezan a incorporar, que pueden adaptar mejor los restaurantes”, explica Vanesa Ochoa.

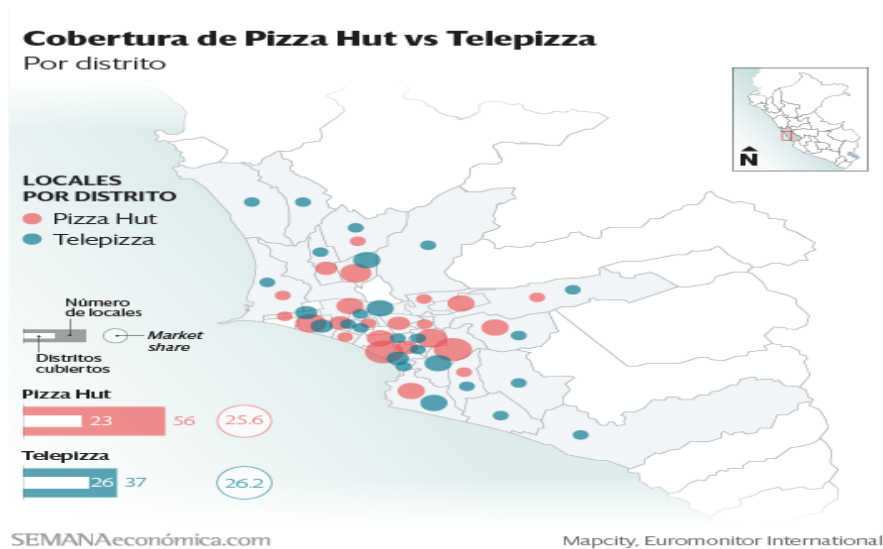
Otros formatos que han ido apareciendo en este modelo de negocio son los free standing los cuales son establecimientos con estacionamiento propio utilizados en gran medida por la empresa transnacional pizza hut, los in line que se ubican en una zona comercial y los food court.

#### 4.5 Análisis de competencia (Debe estar alineado con 5 fuerzas de Porter)

En el Perú diversas marcas se encuentran en una competencia constante por abarcar mayor participación de mercado. Entre las principales pizzerías se encuentran:

“En primer lugar se encuentra la cadena española Telepizza cuyo ingreso al país fue hace unos ocho años, lidera el mercado con un 8.3% de participación, seguida de la antes líder Pizza Hut con 7.6% y Pizza Raúl (enfocada como cadena de barrio) con un 6.8%”

Asimismo, se encuentra diversas marcas como: Papa John’s, Dinno’s Pizza, Presto, Domino’s Pizza, Antica Pizzeria, y Little Caesars, entre otros.



Si nos referimos a la Pizza la marca más posicionada en el país es Pizza hut, que se encuentra en el mercado hace 40 años, franquicia adquirida por el grupo Delosi. La empresa implementa una estrategia de innovación y por el cual puede ofrecer a sus comensales distintas experiencias, es por ello que ha introducido un nuevo concepto: “Fast Casual”, cuyos enfoques principales son la rapidez, simplicidad y transparencia.

Los clientes podrán visualizar la elaboración del producto en todas sus etapas, con la finalidad de ver lo que van a consumir, lo que la marca conoce como “Food Theater”. Pizza Hut cubre 23 locales, según un reporte de MapCity. De los 56 locales que tiene la cadena del grupo Delosi, están en distritos donde están presentes los NSE A y B.

Telepizza comenzó sus actividades en el país en el 2011. Actualmente es una marca que cuenta con más de 40 locales entre propios y franquicias. Telepizza, en los mismos distritos, cuenta con ocho locales y tuvo una apuesta en lugares como Ventanilla, Puente Piedra, Villa María del Triunfo y Villa El Salvador, donde su competidor no cuenta con ninguno.

Telepizza implementa una estrategia agresiva de precios, ofreciendo un 2x1 en su variedad de pizzas a través de sus tres canales de ventas (redes sociales, vía telefónica y locales), por lo cual ha desplazado a Pizza Hut en volumen de ventas.

Otra pizzería que comparte el Market share es la famosa Papa John's, inicio sus operaciones en el año 2004, esta franquicia está a cargo del Corporación Peruana de Restaurantes.

Por otro lado, las empresas que destacan en el sector de retails son los establecimientos Tambo+ ya que ofrecen también comida rápida y debido a su ubicación y alta demanda de clientes les da la facilidad de poder crear una marca propia.

## 4.6 Mix de Marketing (4 P's de la mercadotecnia)

### 4.6.1 Precio

Los productos que ofrecerá Pizza Truck tendrá un costo que oscilará entre 5 y 8 soles, los cuales son precios promedio del mercado y la competencia. Esta estrategia de producto se basa en ofrecer el mayor valor para el cliente por lo que el precio está dado por el sabor sin importar el tamaño, en diferentes presentaciones de la pizza.

Para el cálculo de los precios se establecieron costos de cada presentación de pizza. Esto se logró determinando el costo de cada uno de los ingredientes requeridos para la elaboración de las pizzas. Los cuales se obtuvieron por medio de las cotizaciones dispuestas por los proveedores de materias primas e insumos.

Pizza truck cuenta con 2 combos para ofrecer a sus clientes. El primero consiste en una porción de pizza Pepperoni acompañada de un vaso de gaseosa y la segunda consiste en una porción de pizza Achorada acompañada de un vaso de gaseosa. Por consiguiente, al ser la pizza Achorada más costosa de elaborar que la pizza Pepperoni es por ello que el segundo combo cuesta más.



*Tabla 5 Precios del producto.*

Producto	Precio	Precio “Combo” (Incluye bebida)
Pizza Pepperoni	S/. 5	S/. 7.00
Pizza Achorada	S/. 7	S/. 9.00
Gaseosa	S/. 2	

#### 4.6.2 Plaza

La forma en que se comercializara el producto es sin intermediarios, ya que, ello será la base del modelo de negocio. El principal canal de distribución del producto, es por un formato food truck facilitando la disposición de los clientes para realizar la compra. Se trasladará desde un almacén hasta los 3 distritos (Chorrillos, Barranco y Surquillo), coordinando previamente con los respectivos municipios para temas de Permisos.

La venta al menoreo de los productos y/o combos se dará exclusivamente en un espacio de alta convocatoria de público, que permita el funcionamiento del food truck, por lo que estos espacios ayudan a definir la plaza. Es por ello que se debe saber decidir con cautela la localización será la más atractiva para las ventas. En Chorrillos nuestra ubicación será en la ubicación será en Av Nicolás de Piérola 134 y en el distrito de Surquillo nuestra ubicación será en la Calle Portocarrero 344.

Se dispondrá de una plaza online por medio de las redes sociales como: Instagram y Facebook . Por lo cual, se propone realizar presencia de marca y proporcionar información sobre el servicio de venta al público.

### 4.6.3 Producto

Los productos que se ofrecen al público contienen beneficios y características que las diferencia de las demás, con lo cual cubren las carencias del mercado local, buscando sobresalir de la competencia y apoyen al posicionamiento de la marca de pizza truck.

Las pizzas contarán con tres formas (Ver tabla)

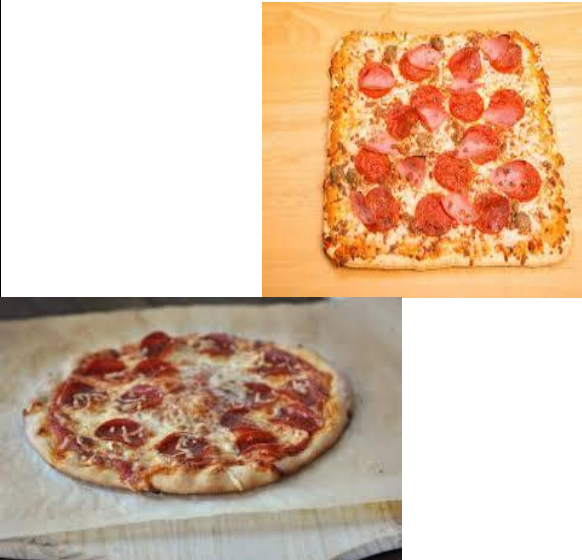
*Tabla 6 Forma de la pizza..*

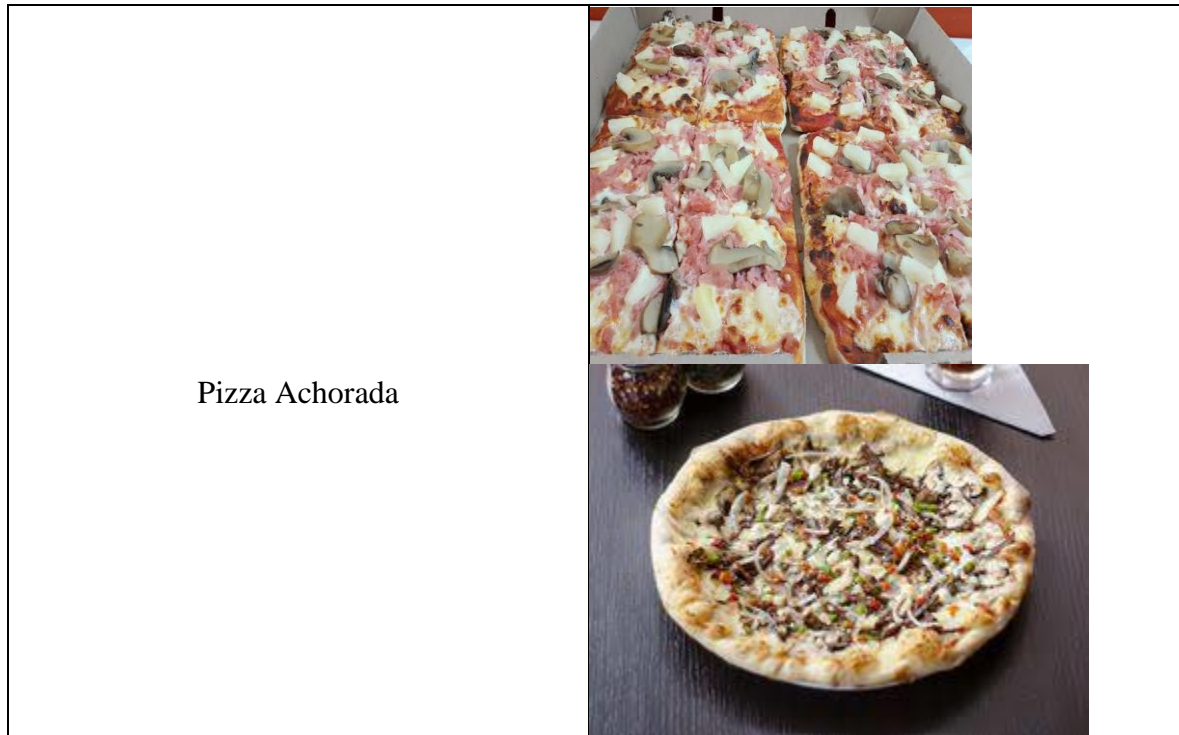
FORMA DE LA PIZZA.	DESCRIPCION
Pizza Cuadrada	Consta de una porción. Ideal para comerlo individualmente.
Pizza Circular	Consta de una porción. Ideal para comerlo individualmente.
Pizza Triangular	Consta de una porción. Ideal para comerlo individualmente.

Fuente: Elaboración propia 2019

Las 2 variedades de sabores a vender (Ver tabla)

*Tabla 7 Variedad de Sabores*

Variedad de Sabores	
Pizza Pepperoni	



Pizza Achorada

Fuente: Elaboración propia 2019

Esta propuesta de negocio sobresale por tener un servicio al paso cercana a centros de trabajo y escuelas por su alta convocatoria de personas.

Se ofertarán porciones personales de las pizzas de la casa ofrecidas al público en general. Estas pizzas personales tendrán una receta de ingredientes ya definida, sin alternativa de ser cambiada por los comensales. Es decir, no se ofertarán alimentos que mezclen los ingredientes disponibles a gusto del cliente.

Tabla 8 Combos.

Combo	Base	Acompañamiento	Espicias
1	Pizza Pepperoni	Pan al ajo	Oregano/Ají
2	Pizza Achorada	Pan al ajo	Oregano/Ají

#### 4.6.4. Promoción

Pizza Truck tendrá como principal objetivo ofrecer un servicio eficiente a cada uno de sus clientes y con ello buscar posicionar la marca en el mercado. Por lo cual, la promoción se realizara por medio del contenido que se suba a redes sociales ya que es la forma más económica y con mayor captación de clientes por otro lado mantiene informados sobre futuros cambios con respecto a ubicación, nuevos sabores, precios, etc.

También se realizarán actividades de BTL, que serán de mucha utilidad para la marca. Se desarrollarán actividades de merchandising que permitirá destacar la marca y fomentar la interacción con el cliente.

La promoción para Pizza truck es la siguiente:

- Se ofrecerán cupones de descuentos del 25% para fechas especiales
- Promoción “2x1” en pizzas Ahoradas todos los días miércoles
- Beneficios de descuentos a los clientes cada mes a través de las páginas de Facebook e Instagram

#### 4.7 Plan de Ventas y proyección de demanda (Debe estar alineado con 3.3)

“Pizza truck” estará ubicado en los distritos de Barranco, Chorrillos y Surquillo. La población en esos distritos según datos de la INEI en el año 2019 es de 485 000 personas a la cual mediante el método de progresión lineal hemos proyectado la población hasta el 2024 la cual asciende a unas 472500 personas. La población potencial son las personas pertenecientes a aquellos distritos de NSE B entre las edades de 18 a 39 años. De aquella población se va a delimitar a las personas cuyo gasto en alimentos corresponden a consumos en la calle (según datos brindados por la INEI corresponde a un 33%). Así mismo, un 40% de esa población consume pizza en la calle, teniendo esos datos a esa población la llamaremos población disponible. De la población anterior hallaremos nuestra población efectiva las cuáles serán

las personas que nosotros estimamos aceptaran nuestro producto cuyo porcentaje será de un 80%. Debido a ello, nuestro público objetivo será un 15% de la población ya antes mencionada. En el año 2020 nuestro público objetivo será de 2233 personas.

Se obtuvo que la frecuencia de consumo promedio al año de los clientes sea de 45 veces año la cual nos permitirá tener unas ventas de 100281 pizzas en el año 2020. De las cuales 300842 corresponden a la pizza Pepperoni y 280786 corresponden a la pizza Achorada.

*Tabla 9 Ventas anuales de pizza*

Programa de ventas		2020	2021	2022	2023	2024
Ventas(uni)		100281	136283	173572	212149	432024
Achorada	40%	40112	54513	69429	84860	172809
Pepperoni	60%	60168	81770	104143	127290	259214

## 5. Plan de Operaciones

### 5.1. Diseño y especificaciones del producto

Para la elaboración de las pizzas se necesita ciertos ingredientes que a continuación se detallaran, Para elaborar la masa de la pizza se necesita los siguientes ingredientes:

- 60 ml de aceite de oliva
- 660 ml de agua
- 810 gramos de harina preparada
- 1 cucharada de sal
- 1 cucharada de levadura fresca

Salsa y Relleno:


- ½ taza de tomate en salsa hecho para pizzas
- 15 trozos de pepperoni en rodajas

- 200 gr de queso mozzarella rallado
- ½ cucharada de aceite de oliva
- ½ cucharada de sillao
- ½ cucharada de sal de ajo
- 1 cucharada de queso parmesano rayado

El producto se servirá en platos descartables de cartón y la presentación que tendrá la bebida será también de material a base de cartón que no incluirá sorbete ni tapa.

**FICHA TECNICA:**

*Tabla 10 Ficha técnica*

<p>Descripción: La pizza truck es una pizza con forma cuadrada que presenta las características tradicionales, en cuanto a textura, color, olor y sabor.</p>	
<p style="text-align: center;"><b>Ingredientes</b></p>	<p>Masa: 660 ml de agua; cucharada y media de levadura seca; cucharada y media de sal, 60 ml de aceite de oliva y 810 gr de harina.</p> <p>Salsa: 1/2 taza de tomate en salsa hecho para pizza, media cucharada de sillao, media cucharada de aceite de oliva, 1 rodaja pequeña de ajo.</p> <p>Relleno: 15 trozos de pepperoni en rodajas, 200 gr de queso mozzarella</p>

	rallado, 1 cucharada de queso parmesano rallado.
<p>Elaboración: La elaboración de esta pizza se realiza siguiendo los siguientes procesos: Preparación de masa &gt;&gt; Horneado&gt;&gt; aplicar la salsa&gt;&gt; agregar ingredientes &gt;&gt; Horneado &gt;&gt; Cortado según formas.</p>	
Durabilidad	1 día Aproximadamente.

## 5.2. Diseño de instalaciones

Dentro del food truck con la ayuda de adecuados implementos y un eficiente personal se busca optimizar el proceso de despacho al cliente por ello parte del proceso se realiza en un centro de producción distinto al food truck. El equipamiento a utilizar es el siguiente:

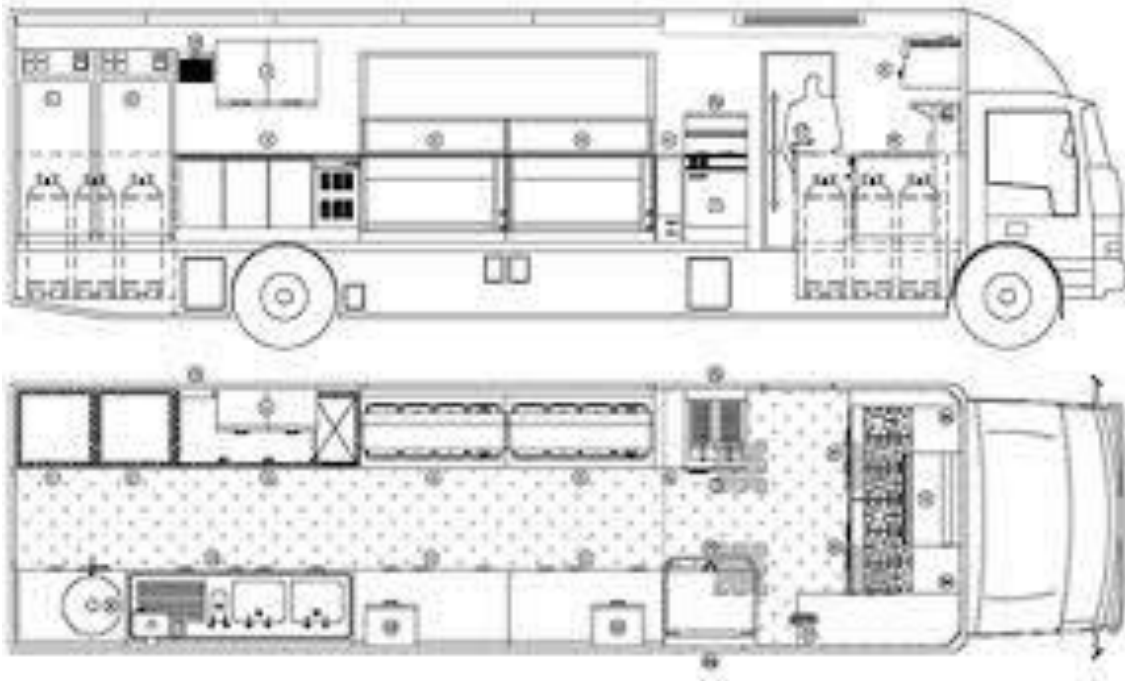
- Horno de alto rendimiento
- Cocina caliente: campana extractora.
- Repisas de acero.
- Caja registradora.
- Balón de gas.
- Mesa de trabajo
- Lavadero de 2 pozas.
- Ductos de ventilación.

Para el diseño del Food Truck se tomó en cuenta los equipos mencionados en la lista anterior, es necesario tener un truck de mediano tamaño para instalar los componentes claves que se

requieren para la operatividad del negocio, tomando en cuenta estos aspectos, se buscó el diseño que a continuación se mostrara:

Diseño y distribución del food truck.

Fuente: Internet.



### 5.3. Proceso de producción.

De acuerdo con el módulo de operaciones en el cual se especificará el desarrollo de la producción, con detenimiento explicando el proceso con el que se cuenta para la preparación de las pizzas personales.

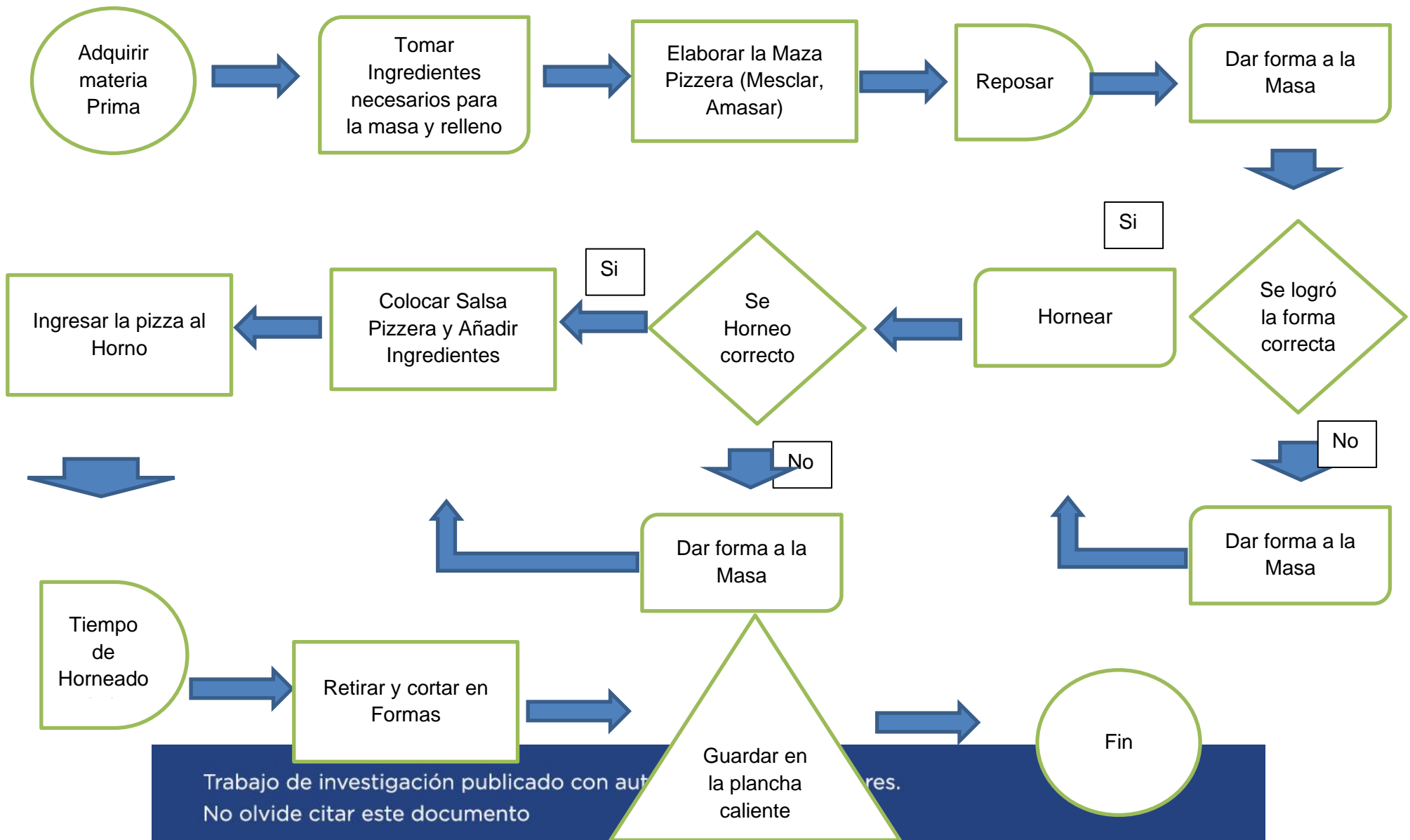
Pizza truck enfocará todos sus esfuerzos en la preparación general de las pizzas como proceso Clave, considerando que la aceptación por parte de los clientes hacia el producto dependerá mucho de este proceso. Para la preparación de los productos se tendrá un food



truck amoblado con todos los equipos y utensilios requeridos para la producción de las pizzas en sus diferentes presentaciones. Gracias a ello facilitarán el despacho de los alimentos para así brindar un servicio rápido, Flexible y cómodo.

5.3.1. Flujo de producción

El Flujo de procesos de Pizza truck se ha realizado con el fin de ejemplificar las tareas y el procedimiento a seguir.



## 5.3.2 Estándares de calidad

Tabla 11 Estándares de calidad de la empresa

<p style="text-align: center;"><b>Proveedores</b></p>	<p>Se hará una revisión al momento de comprar los productos necesarios para constatar que no haya ningún problema al momento de elaborar las pizzas.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Tiempo de entrega</b></p>	<p>Con la finalidad de reducir el tiempo en los trabajos a realizar en el food truck, se tendrá previamente preparado lo siguiente: salsas, vegetales y guisos. Los cuáles serán probadas para luego ser llevadas a ser despachadas en el food truck.</p>
<p style="text-align: center;"><b>Preservación de insumos</b></p>	<p>Verificación de la cadena de frío en el food truck mínimo una vez cada mes.</p>
<p><b>Conservación de equipos y <i>food truck</i>.</b></p>	<p>Contar con un modelo de mantenimiento diario.</p>

## 5.4 Inventarios y gestión de proveedores

Por el tipo de modelo de Negocio que ofrece, no se contempla almacenes para los productos terminados, puesto que ofrece productos perecibles, El servicio que realiza es de manera directa al usuario, ofreciendo aquí la rapidez, calidad, seguridad y el agrado de disfrutar una pizza al paso.

Si bien es cierto no se contemplará un almacén para productos terminados, si se identificará los inventarios de **ACTIVOS** como enseres, equipos de cómputo, movilidad, electrodomésticos etc.

Dentro de las políticas de la empresa, se incluirán unos formatos estándar para poder llevar un mejor control de estos activos, aquí se detalle el modelo.

Por otro lado en el aspecto de ingredientes revisaremos semanalmente el nivel de stock de materia prima, de manera de poder programar las compras que se necesiten con carácter de urgencia, realizar semanalmente el inventario, manteniendo así el *stocks* de seguridad y así reducir el riesgo de desabastecimiento.

La administración se enfocará en la planificación, producción y la cancelación de facturas a socios comerciales y planilla, así también del desarrollo del negocio, aumentar la presencia de mercado del food truck haciéndola una marca llamativa para el consumidor.

A continuación, se aplicará el siguiente formato de Kardex para llevar un control de los inventarios (PEPS). Ver tabla 10.

Tabla 12 Modelo Kardex.

ITEM	FECHA	DOCUMENTO		DETALLE	ENTRADAS			SALIDAS			SALDOS		
		GUIA	FACTURA		CANT.	P.U.	P.T.	CANT.	P.U.	P.T.	CANT.	P.U.	P.T.
1	1-Ene	SALDO INICIAL AL MES DE ENERO 2020											
2													
3													
4													
5													
6													
7													
8													
9													
10													
11													
12													
13													
14													
15													
16													
17													
18													

<b>COMPROBACIÓN:</b>		<b>T-O-T-A-L-E-S</b>										
INV. INICIAL												
(+) COMPRAS												
(-) INV FINAL												
(=) COSTO DE VENTAS												

## 6. Estructura Organizacional y Recursos Humanos.

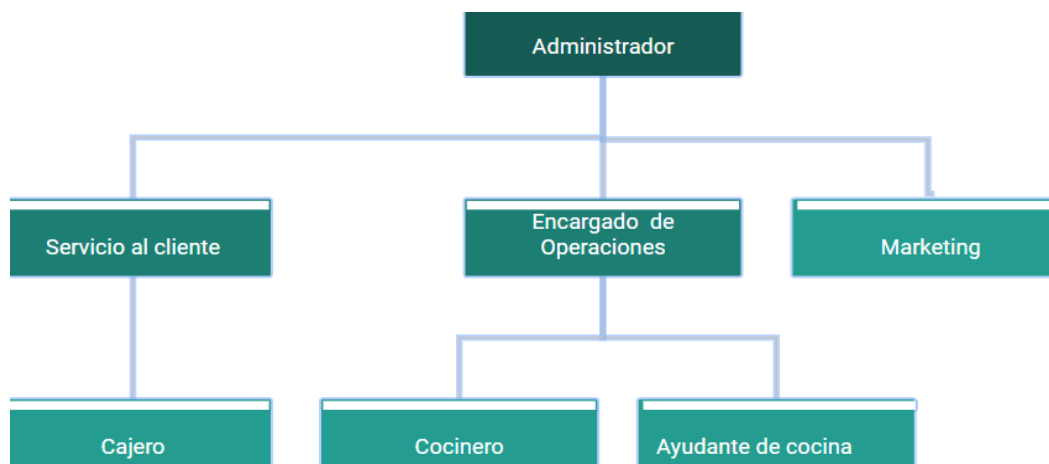
Este capítulo se enfocará en la estructura organizacional, las descripciones de los puestos de trabajo y especificaremos las asignaciones de tarea que conlleva cada puesto de trabajo. Tener una estructura definida nos ayuda a mejorar la comunicación interna, establecer, líneas jerárquicas y apoyo de las diversas áreas de la organización.

El organigrama que se defina o establezca para la organización, no debe tener complejidad, ni mucho menos debe demandar costos adicionales para la empresa.

### 6.1 Objetivos Organizacionales.

- Fomentar el buen clima laboral, haciendo que cada trabajador se sienta comprometido e identificado con nuestra empresa.
- Lograr una rotación controlada de un 5% de personal anualmente , a través de incentivos al personal con capacitación, línea de carrera, bonos de incentivos

### 6.2 Organigrama.



### 6.3 Descripción de puestos y plan de compensación

El objetivo de este enunciado es definir con claridad las funciones y competencias de los puestos a cubrir en la organización, este manual organizacional de funciones apoyara desde el inicio para detectar a los mejores perfiles profesionales como técnicos para cubrir los puestos que a su vez permitirá una mayor eficiencia.

#### **Administrador**

Nombre del puesto:	Administrador
Área	Administración
Reporta a:	Accionistas
Resumen del puesto	Responsable de toma de decisiones estratégicas para el negocio poder de Negociación con proveedores
Principales Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Supervisar el cumplimiento de la procesos y tareas diarias.</li> <li>• Realizar seguimiento a las órdenes de compra de proveedores.</li> <li>• Planificar las metas en el corto, mediano y largo tiempo.</li> </ul>
Formación	Bachiller en Administración de Empresas
Conocimientos	nivel Intermedio de Ingles Nivel avanzado de Excel
Competencias	Dirección y Liderazgo Comunicación Asertiva

	Desempeño en base a resultados
--	--------------------------------

Fuente: Elaboración propia 2019

### Encargado de operaciones

Nombre del puesto:	Encargado de Operaciones
Área	Operaciones
Reporta a:	Administrador
Resumen del puesto	Encargado de liderar todas las labores que se realicen en los interiores de la cocina central.  Lograr los niveles deseados de eficiencia productos.
Principales Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Establecer matrices de riesgo de las operaciones de la empresa.</li> <li>● Promover mejoras en los procesos.</li> <li>● Salvaguardar la Inocuidad de los alimentos.</li> </ul>
Formación	Bachiller en Industria Alimentaria.  técnico en Gastronomía.
Conocimientos	Ingles Básico  Excel Nivel Intermedio.  Outlook Nivel Intermedio.
Competencias	Trabajo en Equipo  Persona proactiva

Fuente: Elaboración propia 2019



**Jefe de marketing**

Nombre del puesto:	Encargado de Marketing
Área	Marketing
Reporta a:	Administrador
Resumen del puesto	Encargado de proponer estrategias de marketing para los canales online y offline de Pizza Truck.
Principales Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Elaborar estrategias para el incremento de las ventas</li> <li>● Desarrollar Contenido interactivo a través de redes sociales</li> <li>● Elaborar y efectuar campañas publicitarias.</li> </ul>
Formación	Bachiller en Marketing
Conocimientos	nivel Intermedio de Ingles Nivel avanzado de Excel
Competencias	Capacidad de comunicación oral y escrita. Creatividad. Habilidad de resolución de problemas.

Fuente: Elaboración propia 2019

**Cocinero**

Nombre del puesto:	Cocinero
Área	Operaciones
Reporta a:	Jefe de Operaciones.
Resumen del puesto	Dar ideas para la preparación de las diferentes pizzas a ofrecer en el food truck, solicitar los insumos necesarios para la pizza y saber preparar las pizzas.
Principales Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cumplir con los protocolos de salubridad y higiene</li> <li>● Elaboración de la pizza</li> <li>● Revisión de stock de insumos.</li> </ul>
Formación	Contar con 1 año o más de experiencia siendo cocinero en establecimientos de comida rápida.
Conocimientos	Ingles nivel básico.
Competencias	Energía, para realizar las diversas actividades.  Conocimientos de Operaciones.  Trabajo bajo presión-  Trabajo en Equipo.

Fuente: Elaboración propia 2019

**Ayudante de Cocina**

Nombre del puesto:	Ayudante de Cocina
Área	Operaciones
Reporta a:	Cocinero
Resumen del puesto	Las diversas tareas que realizara se las comunicara el cocinero a cargo de la cocina.
Principales Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Desinfectar y limpiar el espacio en donde se preparan las pizzas.</li> <li>● Facilitar los insumos e implementos al chef para la elaboración de la pizza.</li> </ul>
Formación	Estudiante de gastronomía.
Conocimientos	Ingles nivel basico.
Competencias	Energía, para realizar las diversas actividades.  Conocimientos de Operaciones.  Trabajo bajo presión.  Trabajo en Equipo.

Fuente: Elaboración propia 2019

**Cajero.**

Nombre del puesto:	Cajero
Área	Operaciones
Reporta a:	Administrador.
Resumen del puesto	Encargado de cobrar y registrar las ventas diarias Cuadra la caja diariamente al terminar la venta
Principales Funciones:	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Recepcionar los pedidos y pago a los clientes.</li> <li>● Requerir al personal de cocina el pedido del cliente</li> <li>● Comunicar a los clientes los diversos menús y/o ofertas que se encuentren disponibles.</li> <li>● Trato amable a los clientes.</li> </ul>
Formación	Experiencia de 1 año en puesto similares.
Conocimientos	Detectar billetes falsos.
Competencias	Trabajo bajo presión. Trabajo en Equipo. Orientacion al cliente.

Fuente: Elaboración propia 2019

## 7. Plan Financiero

En este apartado realizaremos un análisis del presupuesto necesario para poder empezar la actividad de nuestra empresa, así como manera en que vamos a poder financiar esta inversión.

### 7.1 Datos, supuestos y políticas económicas y financieras

En el mes de enero del 2020 se comenzaron las operaciones, el cual tuvo un periodo pre operativo con una duración de 2 meses correspondientes al año anterior.

La valoración del proyecto es por un periodo de 5 años. Además, se elaboraron los flujos hasta el año 5 para poder ver los resultados que se tendrá a un mediano plazo. En el año 5 se considera que las ventas aumenten en 332% con respecto al año 1. Así mismo, se prevé una estabilidad económica y tributaria para el tiempo en que es desarrollado este proyecto.

El público objetivo estimado será de un 15%,20%,25% 40% y 60% con respecto a la población efectivo para los años 2020, 2021,2022, 2023 y 2024 respectivamente.

La planilla será conformada por 5 miembros del staff, contará con los beneficios de acuerdo a ley: 14 sueldos, Essalud y gratificaciones.

Se asume un costo de oportunidad (COK) de los accionistas de: 5.98%

### 7.2 Plan de ventas (tomado de 4.7)

Siguiendo la información del plan de ventas el punto 4.7 del plan de marketing, en el año 2020 nuestro público objetivo será de 11 466 personas. Así mismo se calculó que para dicho año se venderán 100 281 pizzas de las cuales corresponden 60 168 a la pizza Pepperoni y 40 112 corresponden a la pizza Achorada. Así mismo, se estima vender 100 000 gaseosas. Dichos resultados se les multiplicara por su valor unitario, detallado en el capítulo 4 correspondiente plan de marketing específicamente en el precio.

A raíz de ello las ventas de la pizza Achorada, la pizza de Pepperoni y las gaseosas en el año 2020 será de S/.280 786, S/. 300 842 y S/. 100 000 respectivamente haciendo ambas un total de S/. 681 627.

Tabla 13 Total de ingresos por ventas

Ventas soles		2020	2021	2022	2023	2024
Achorada	S/7.00	S/. 280,786	S/. 381,591	S/. 486,002	S/. 594,018	S/. 1,209,666
Pepperoni	S/5.00	S/. 300,842	S/408,848	S/. 520,716	S/636,448	S/. 1,296,071
Total		S/. 581,627	S/. 790,439	S/. 1,006,718	S/. 1,230,465	S/. 2,505,737

ingresos de gaseosa	2020	2021	2022	2023	2024
gaseosa	100000	135901	173086	211556	430815
ventas(S/.)	200000	271802	346173	423111	861630

Total de ingresos	S/. 781,627	S/. 1,062,241	S/. 1,352,891	S/. 1,653,576	S/. 3,367,367
-------------------	-------------	---------------	---------------	---------------	---------------

### 7.3 Análisis de costos

En la siguiente tabla se detallará el costo fijo del proyecto en el cual se encuentran inmersos por un lado los gastos administrativos, de mano de obra, de servicios, de limpieza y publicitarios. Y por el otro, la depreciación y amortización anual debido a las maquinarias y equipos requeridos. Además del pago por el préstamo bancario y el combustible.

Tabla 13 total de Costo fijos

RESUMEN	COSTOS FIJOS S/. AÑO	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	S/.	42,480.00
GASTOS MANO DE OBRA	S/.	24,000.00
GASTOS DE SERVICIOS	S/.	960.00
GASTOS DE LIMPIEZA	S/.	2,400.00
GASTOS PUBLICITARIOS	S/.	720.00
DEPRECIACION y Amortizacion	S/.	6,931.00
PRÉSTAMO	S/.	39,457.49
combustible	S/.	7,200.00
<b>TOTAL RESUMEN DE COSTOS FIJOS S/.</b>	<b>S/.</b>	<b>124,148.49</b>

En la siguiente tabla se detallará el costo variable del proyecto correspondiente al costo de agua, luz y el costo de materias primas e insumos de los productos: Pizza Pepperoni, Pizza Achorada y las gaseosas.

*Tabla 14 Total de Costo variables*

<b>COSTOS VARIABLE</b>	<b>Total</b>
Materias Primas e Insumos	S/. 357,984.00
Luz	S/. 2,080.11
Agua	S/. 597.58
<b>Total Costo Variable</b>	<b>S/. 360,661.69</b>

El costo total de producción obtenido sumando el costo fijo y el costo variable es de S/.484 810.18

#### 7.4 Punto de equilibrio

Pizza truck cuenta con 2 pizzas las cuales son: La Pepperoni y la Achorada. Asimismo, considerando el margen de contribución y el precio de cada uno se tiene el punto de equilibrio de estos productos expresados en la siguiente tabla.

*Tabla 15 Punto de equilibrio "Pizza Pepperoni"*

<b>Pizza Peperoni</b>	
	S/. Anual
<b>COSTO TOTAL FIJO</b>	124006.99
<b>PRECIO</b>	5
<b>COSTO VARIABLE UNITARIO</b>	2.36
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO (Pizza Peperoni)</b>	
	Q= 46915

Se deberán producir 46915 porciones de pizza Pepperoni al año para lograr que el proyecto sea rentable.

Tabla 16 Punto de equilibrio "Pizza Pepperoni"

Pizza Ahorada	
	S/. Anual
COSTO TOTAL FIJO	124006.99
PRECIO	7
COSTO VARIABLE UNITARIO	3.59
PUNTO DE EQUILIBRIO (Pizza Peperoni)	
Q=	36333

Se deberán producir 36333 porciones de pizza Ahorada al año para lograr que el proyecto sea rentable.

### 7.5 Adquisición de materiales e insumos para la producción

El costo correspondiente a la producción y comercialización alcanzará un monto de inversión de S/. 357984 para el primer año de funcionamiento.

En la siguiente tabla se detalla la lista de materiales e insumos y los costos que generan al proyecto.

Tabla 17 Insumos de la Pizza Pepperoni

PRODUCTO: Pizza Peperoni						
DESCRIPCIÓN COSTO VAR.	Und.	CANT.	C.UNIT S/.	C.T X DIA S/	S/. T. MES	S/. T. AÑO
Harina de trigo	Kg	10	3	30	900	10800
Levadura	Kg	10	3	30	900	10800
Aceite de oliva	Lt	2	15	30	900	10800
Sal	Kg	3	1.3	3.9	117	1404
Huevos	kg	24	4.5	108	3240	38880
Ajo	kg	4	1	4	120	1440



Sillao	Lt	2	1	2	60	720
Salsa de tomate	kg	5	3	15	450	5400
Tomate	kg	15	1	15	450	5400
Peperoni	und	8	8	64	1920	23040
Queso mozzarella	Kg	3	9	27	810	9720
Queso parmesano	kg	5	3	15	450	5400
Jamón pizza	kg	5	3	15	450	5400
Mantequilla	kg	5	4	20	600	7200
Leche en polvo	Kg	5	3	15	450	5400
<b>SUB TOTAL INSUMOS DE Pizza</b>						
Pepperoni S/.				394	11817	141804

El costo de insumos anuales para la elaboración de Pizza Pepperoni es de S/. 141804.

Tabla 18 Insumos de la Pizza Achorada

<b>Producto: Pizza Achorada</b>						
<b>DESCRIPCIÓN COSTO VAR.</b>	<b>Und.</b>	<b>CANT.</b>	<b>C.UNIT S/.</b>	<b>C. X DÍA S/.</b>	<b>S/. T. MES</b>	<b>S/. T. AÑO</b>
Harina de trigo	Kg	20	4	80	2400	28800
Levadura	Kg	15	4	60	1800	21600
Aceite de oliva	Lt	2	15	30	900	10800
Sal	Kg	5	1.3	6.5	195	2340
Huevos	kg	25	4.5	112.5	3375	40500

Ajo	kg	5	1	5	150	1800
Sillao	Lt	2	1	2	60	720
Queso mozzarella	Kg	3	9	27	810	9720
Queso parmesano	kg	5	3	15	450	5400
Jamón pizza	kg	5	3	15	450	5400
Mantequilla	kg	8	3	24	720	8640
Leche en polvo	Kg	5	3	15	450	5400
Carne de res	Kg	5	15	75	2250	27000
Carne de cerdo	Kg	5	20	100	3000	36000
Champiñones	kg	3	5	15	450	5400
Pimientos verdes	unid	5	1.5	7.5	225	2700
Cebolla roja	kg	10	1	10	300	3600
<b>SUB TOTAL INSUMOS DE Pizza</b>						
<b>Ahorada S/.</b>				<b>600</b>	<b>17985</b>	<b>215820</b>

El costo de insumos anuales para la elaboración de Pizza Ahorada es de S/. 141804.

## 7.6 Inversión inicial

En las siguientes tablas se detallará el monto con respecto a: los activos tangibles, los activos intangibles y el capital de trabajo correspondientes a la inversión inicial del proyecto.

Tabla 19 Inversión Tangible

INVERSION TANGIBLE			
<b>Maquinaria y equipos</b>	<b>CANT.</b>	<b>S/.</b>	<b>TOTAL</b>
Truck	1	20000	20000
Horno	1	2500	2500
Equipo electrogeno yamaha	1	800	800
Dispensador de gaseosa	1	1500	1500
Congeladora	1	1000	1000
Plancha de Caliente	1	1200	1200
campana extractora	1	2000	2000

Laptop	1	1200	1200
Repisa de acero	2	250	500
<b>UTENSILIOS DE COCINA</b>			
Extintor	1	80	80
Tablas de Picar	3	20	60
Servilletas	24	1.5	36
Cooler	2	400	800
Set de cuchillos (4 piezas)	1	29.9	29.9
Pack de secadores	1	35	35
cortador de pizza	1	50	50
sillas	4	200	800
<b>TOTAL Inversion Fija Tangible</b>			<b>S/. 32,590.90</b>

La inversión fija tangible tendrá un monto de S/. 32590.9

*Tabla 20 Inversión Intangible*

<b>INVERSION INTANGIBLE</b>			
<b>Gastos Pre Operativos</b>	<b>Cant.</b>	<b>S/.Uni.</b>	<b>S/.Total</b>
Gastos de Constitución legal de la empresa (Minuta, búsqueda de nombre y rereva del	1	800	800
Lincencia de funcionamiento	1	250	250
Patente de la marca	1	600	600
Registo de indecopi	1	600	600
Permiso municipal	1	100	100
<b>TOTAL DE INVERSION INTANGIBLE</b>			<b>2350</b>

<b>PUBLICIDAD Y MARKETING</b>	
Diseño página web	950
Banners	100
<b>TOTAL</b>	<b>1050</b>

*Tabla 21 Total de inversión*

<b>Total Inversión</b>	
Inversión Fija Tangible	32590.9
Inversión en intangibles	3400
Capital de Trabajo	S/ 103,429.44
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 139,420.34</b>

El total de la inversión comprendido entre la inversión fija tangible, la inversión en intangibles y capital de trabajo tendrá un monto total de S/. 139 420.34.

### 7.7 Capital de trabajo

El capital de trabajo será equivalente al monto de los primeros 3 meses de del total de costos y gastos operativos el cual equivale a S/. 103429.44

### 7.8 Fuentes de financiamiento

El proyecto “Pizza Truck” tendrá un financiamiento por Caja Arequipa equivalente al 60% del total de la inversión el cual haciende a unos S/. 83 652.2 el cual se lograra mediante una alcabala de otro negocio del mismo rubro que nos garantizara el respaldo del crédito. En la siguiente tabla se presenta la estructura del capital y el monto correspondiente al préstamo bancario.

*Tabla 22 Estructura del capital*

Estructura de Capital		
Préstamo Bancario	S/ 83,652.20	60% Wd
Aporte del accionista	S/ 55,768.14	40% We
<b>TOTAL</b>	<b>S/. 139,420.34</b>	

### 7.9 Flujo de caja

Se desarrollará el flujo de caja para el periodo de 5 años que corresponde al tiempo evaluado para el proyecto.

El flujo de caja económico para el año 1 es de S/. 241 209.62, para el año 2 es de S/. 341 768.95, para el año 3 es de S/. 445,421.34, para el año 4 es S/. 549 719.87, para el año 5 es de S/. 1 117 338.45

El Flujo de Caja financiero para el año 1 es de S/. 201 752.12, para el año 2 es de S/. 302 311.46, para el año 3 es de S/. 405 963.85, para el año 4 es S/. 549 719.87, para el año 5 es de S/. 1 117 338.45. En la siguiente tabla se podrá constatar estos montos más a detalle.

Tabla 23 Flujo de Caja

FLUJO DE CAJA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos		S/. 781,627.50	S/. 1,062,241.42	S/. 1,352,891.05	S/. 1,653,576.39	S/. 3,367,367.05
(-) Costo de Venta		S/. 371,221.69	S/. 504,494.85	S/. 642,534.33	S/. 785,340.10	S/. 1,599,278.02
Utilidad Bruta		S/. 410,405.81	S/. 557,746.56	S/. 710,356.72	S/. 868,236.29	S/. 1,768,089.03
(-) Gastos Administrativos		S/. 42,480.00	S/. 57,730.84	S/. 73,527.11	S/. 89,868.80	S/. 183,010.13
(-) Gastos de venta y distribución		S/. 720.00	S/. 978.49	S/. 1,246.22	S/. 1,523.20	S/. 3,101.87
Utilidad Operativa (EBITDA)		S/. 367,205.81	S/. 499,037.23	S/. 635,583.39	S/. 776,844.29	S/. 1,581,977.03
(-) Depreciación y Amortización		S/. 6,931.00	S/. 6,931.00	S/. 6,931.00	S/. 6,931.00	S/. 6,931.00
EBIT		S/. 360,274.81	S/. 492,106.23	S/. 628,652.39	S/. 769,913.29	S/. 1,575,046.03
(-) Gastos Financiero		S/. 17,913.75	S/. 12,096.94	S/. 4,709.59		
(-) Impuesto a la Renta (30%)		S/. 108,082.44	S/. 145,171.34	S/. 185,452.45	S/. 227,124.42	S/. 464,638.58
Utilidad Neta		S/. 234,278.62	S/. 334,837.95	S/. 438,490.34	S/. 542,788.87	S/. 1,110,407.45
(+) Escudo Fiscal		S/. 6,931.00	S/. 6,931.00	S/. 6,931.00	S/. 6,931.00	S/. 6,931.00
Inversión Inicial	S/. 139,420.34					
Devolución de Capital de Trabajo						S/. 103,429.44
Valor Residual						
Flujo de Caja económico	S/. -139,420.34	S/. 241,209.62	S/. 341,768.95	S/. 445,421.34	S/. 549,719.87	S/. 1,117,338.45
Prestamo	S/. 83,652.20					
Amortización		S/. 21,543.74	S/. 27,360.55	S/. 34,747.90		
interés		S/. 17,913.75	S/. 12,096.94	S/. 4,709.59		
Flujo de Caja financiero	S/. -55,768.14	S/. 201,752.12	S/. 302,311.46	S/. 405,963.85	S/. 549,719.87	S/. 1,117,338.45

## 7.10 Análisis de rentabilidad

El Valor actual neto económico del proyecto (VANE) proyectado a 5 años según los datos del flujo de caja económico y del WACC de 13.81% da como resultado S/. 1 551 115.9.

El Valor actual neto financiero del proyecto (VANF) proyectado a 5 años según los datos del flujo de caja financiero y del COK (Ke) de 5.98% da como resultado S/. 2 015 973.14.

La tasa interna de retorno económico (TIRE) proyectado a 5 años según los datos del flujo de caja económico es de 208.39% y la tasa interna de retorno financiero (TIRF) es de 407% y al ser este último mayor al costo de oportunidad del capital (5.98%). Por lo cual, se llega a concluir que el proyecto es factible y rentable.

En las siguientes tablas se encuentran expresados los datos anteriormente mencionados.

*Tabla 24 VAN y TIR*

WACC	13.81%
VANE	S/. 1,551,115.90
TIRE	208.39%

COK (Ke)	5.98%
VANF	S/. 2,015,973.14
TIRF	407%

## 7.11 Estado de pérdidas y ganancias

Se desarrollará dicho estado financiero para el periodo de 5 años que corresponde al tiempo evaluado para el proyecto.

En la siguiente tabla se podrán apreciar que desde el primer año se genera ganancias en el resultado manteniéndose así en los sucesivos años.

El pago del préstamo bancario anual mediante la utilización del método francés es de S/.39457.19. Por lo cual, la amortización e interés anual serán de S/21544 y S/17914 respectivamente en los primeros 3 años de las operaciones del negocio.

Tabla 25 Estado de resultados

<b>ESTADO de RESULTADOS</b>					
	<b>2020</b>	<b>2021</b>	<b>2022</b>	<b>2023</b>	<b>2024</b>
<b>INGRESOS</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>
Venta de Pizza Peperoni	300842	408847.73	520716.32	636447.56	1296071.08
Venta de Pizza Achoroda	280786	381591.22	486001.89	594017.72	1209666.34
venta de gaseosa	100000	135901.2346	203851.8519	305777.7778	458666.6667
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>681627.50</b>	<b>926340.18</b>	<b>1210570.06</b>	<b>1536243.06</b>	<b>2964404.09</b>
<b>EGRESOS</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>	<b>ANUAL S/.</b>
Costo de Venta	371,222	504,495	642,534	785,340	1,599,278
<b>TOTAL EGRESOS</b>	<b>371,222</b>	<b>504,495</b>	<b>642,534</b>	<b>785,340</b>	<b>1,599,278</b>
<b>Utilidad Bruta</b>	<b>310,406</b>	<b>421,845</b>	<b>568,036</b>	<b>750,903</b>	<b>1,365,126</b>
Gastos Administrativos	42,480	57,731	73,527	89,869	183,010
Gastos de venta y distribución	720	978	1,246	1,523	3,102
<b>Utilidad Operativa (EBITDA)</b>	<b>367,206</b>	<b>499,037</b>	<b>635,583</b>	<b>776,844</b>	<b>1,581,977</b>
Depreciación y Amortización	6,931	6,931	6,931	6,931	6,931
Amortización	21,544	27,361	34,748		
interes	17,914	12,097	4,710		
<b>Resultado antes de impuestos</b>	<b>320,817</b>	<b>452,649</b>	<b>589,195</b>	<b>769,913</b>	<b>1,575,046</b>
Impuesto a la Renta (30%)	96,245	135,795	176,758	230,974	472,514
<b>S/. UTIL. NETA</b>	<b>224572</b>	<b>316854</b>	<b>412436</b>	<b>538939</b>	<b>1102532</b>

## 7.12 Balance general

Se puede ver en la tabla 26 el estado de situación financiera, donde figuran las cuentas del activo, la principal es Insumos esto se da por la cantidad de ingredientes que se adquieren para la elaboración de las pizzas personales, además no hay una elevada inversión significativa del activo fijo, ya que, a comparación de otras industrias la implementación de este modelo de negocio no requiere de mucha inversión.

Tabla 26 Estado de Situación financiera

**BALANCE INICIAL AÑO 1**

<b>ACTIVO</b>	<b>2020</b>
<b>ACTIVOS CORRIENTES</b>	
CAJA/BANCO	124148
INSUMOS	357984
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	482132
<b>ACTIVOS NO CORRIENTES</b>	
INFRAESTRUCTURA	20,000
MAQUINARIAS Y EQUIPO	10700
UTENSILIOS	210.9
MUEBLES Y ENSERES	800
EQUIPOS COMPLEMENTARIOS	880
AUXILIARES DE SEGURIDAD	380
TOTAL DE ACT NO CORRIENTE	32,971
<b>TOTAL DE ACTIVOS S/</b>	<b>515103</b>
<b>PASIVO</b>	<b>2020</b>
<b>PASIVO CORRIENTE</b>	
TOTAL PASIVO CORRIENTE S/.	39457.49
TOTAL PASIVOS/.	39457.49
<b>Patrimonio</b>	
CAPITAL SOCIAL	475646
TOTAL PATRIMONIO S/.	475646
<b>TOTAL DE PAT. Y PAS. S/.</b>	<b>515103</b>

**7.13 Análisis de riesgos cualitativos del proyecto**

Los riesgos que se encuentran en el entorno y que pueden perjudicar al negocio son principalmente en que la idea de negocio es altamente copiable lo cual nos pone en desventaja frente a los competidores de la empresa y con el tiempo en un escenario no favorable perder ganancias. Por otro lado, si bien las pizzas no son un producto estacional donde sus ventas aumenten en gran manera en ciertos meses. Sin embargo, este negocio es propenso a no poder aumentar las ventas ya que en ciertas ocasiones no hay mucha afluencia de público. Así



mismos cambios climáticos como: bajas temperaturas, fuertes lluvias. Son perjudiciales para el negocio debido a su ubicación.

## 8. Conclusiones

La finalidad de este trabajo de investigación es elaborar un plan de negocio detallado que facilite su respectiva evaluación. Asimismo, determinar la viabilidad del proyecto de venta de Pizzas en el formato de Food Truck. Las siguientes conclusiones pretenden fijar si el proyecto realizado es viable o no.

- La venta de pizza se encuentra cada vez más en aumento debido al incremento en el consumo por parte de las personas. Según cifras de Euromitor en los próximos 4 años crecería a S/1.836,7 millones. En el estudio del micro entorno y macro entorno, se encontraron marcas posicionadas en el mercado que disputan la por tener mayor participación. Asimismo, se tomó en cuenta dichos factores lo que permitió generar resultados favorables para el proyecto.
- Para lograr la viabilidad del proyecto es primordial presentar la diferencia competitiva para los clientes a través de una oferta de valor del producto con atributos innovadores y creativos.
- La manera en la que opera todos los puestos del proyecto se encuentra alineado con los objetivos estratégicos a largo plazo. Desde un punto de vista macroeconómico, Pizza Truck busca aprovechar las oportunidades que les permitan operar de manera más eficiente.
- La Inversión total del proyecto es de S/139,420.34 el cual se divide en un 60% correspondiente a la contribución de socios y 40% correspondiente al préstamo con

la financiera Caja Arequipa. El VAN es S/670,174.00 y el TIR es 109.75% lo cual pone de manifiesto que el proyecto es rentable. El lapso de tiempo para recuperar la inversión total será de cinco años.

- Para finalizar, se logró armar y redactar un documento de Plan de Negocio para nuestro proyecto de empresa, que se presenta y justifica como una atractiva fuente de inversión

## 9. Recomendaciones

- Considerar una herramienta tecnológica más adecuada para la promoción y comunicación. Las campañas en redes sociales son sin duda, la mejor opción. Como hemos visto que, no solo es de gran familiaridad referente al público objetivo está dirigido el análisis, sino que, forma parte de su rutina diaria en lo que se refiere como motor de búsqueda de ofertas gastronómicas.
- Promocionar con los influencers del rubro, para llegar a mas publico ya que ellos cuentan con mas llegada usando las redes sociales. Asi mismo la marca Pizza Truck ganara mas seguidores en redes, será mas conocida en su entorno y tendrá posicionamiento de mercado en la localidad.
- Realizar encuestas periódicas de satisfacción con el objetivo de conocer el nivel de aprobación que presenta el producto hacia los clientes, esta data servirá para realizar un feedback que conllevará a mejorar el servicio y/o producto, obteniendo sugerencia de nuevos platillos.
- Considerar en el escenario pesimista, si los productos ofrecidos presentan una baja en comparación de lo proyectado, se evaluaría la opción de presentarse a ferias

gastronómicas, eventos o lugares de gran afluencia de público objetivo para elevar la venta de los productos objetivos y hacer conocida la marca.

## 10. Bibliografía, fuentes y Anexos

Asociación Peruana de Empresas de Investigación de Mercados (2018). “Niveles Socioeconómicos 2018”. APEIM. <http://apeim.com.pe/informes-nse-anteriores/>

Banco central de reserva del Peru (2018). “encuesta de expectativas macroeconómicas”. <http://www.bcrp.gob.pe/estadisticas/encuesta-de-expectativas-macroeconomicas.html>

Compañía peruana de estudios de mercado y opinión pública (2019). “Perú: Población 2019” CPI. [http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr\\_poblacional\\_peru\\_201905.pdf](http://cpi.pe/images/upload/paginaweb/archivo/26/mr_poblacional_peru_201905.pdf)

Diario Gestión (2014). “Siete pasos para constituir una empresa en 72 horas”. Diario Gestión. Consultado el 14 de setiembre de 2019. <https://gestion.pe/empleo-management/siete-pasos-constituir-empresa-72-horas-2099622/>

El Peruano. (2017). “Decreto supremo que aprueba el Reglamento de la Ley N° 30021, Ley de Promoción de la Alimentación Saludable.” <http://busquedas.elperuano.com.pe/download/url/decreto-supremo-que-aprueba-el-reglamento-de-la-ley-n-30021-decreto-supremo-n-017-2017-sa-1534348-4>

Gestión. (2016). “Domino’s contempla instalar food trucks y explora sabores locales.” Consultado el 26 de setiembre de 2019 <http://gestion.pe/empresas/dominos-contempla-instalar-food-trucks-y-explora-sabores-locales-2168776>

INEI (2010). Clasificación industrial internacional uniforme. En: INEI. Consultado el 16 de noviembre de 2015.

[https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones\\_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf](https://www.inei.gob.pe/media/MenuRecursivo/publicaciones_digitales/Est/Lib0883/Libro.pdf)

INEI (2015). “El 33% del gasto en alimentos de los peruanos son realizados fuera del hogar”.

INEI. Consultado el 16 de noviembre de 2015. <https://www.inei.gob.pe/prensa/noticias/el-33-del-gasto-en-alimentos-de-los-peruanos-son-realizados-fuera-del-hogar-8539/>

IPSOS. (2018). Perfiles zonales Lima Metropolitana. Lima: IPSOS.

Municipalidad distrital de Barranco, M. d. (14 de 12 de 2019). “Licencia de funcionamiento”.

Consultado el 9 de setiembre de 2019. <http://www.munibarranco.gob.pe/index.php/licencia-de-funcionamiento>

Perú Retail (2018). “Perú: Telepizza y Pizza Hut lideran el rubro de las pizzas”. Consultado

el 26 de setiembre de 2019 <https://www.peru-retail.com/peru-telepizza-pizza-hut-lideran-pizzas/>

## Anexos

### Anexo 1 Determinación de la población de la población de Chorrillos, Barranco y Surquillo

POBLACION DE SURQUILLO, BARRANCO Y CHORRILLOS

Año	x	Población	XY	X2
2015	-2	446900	-893800	4
2016	-1	454300	-454300	1
2017	0	461700	0	0
2018	1	469100	469100	1
2019	2	485000	970000	4
Total		2317000	91000	10

	2020	2021	2022	2024
Población	472500	481600	490700	508900

#### Población Potencial

	NSE B	EDAD 18-39	2020	2022	2023	2024
Población	29.1%	38.3%	52662	54690	55704	56718

	NSE C	EDAD 18-39	2020	2022	2023	2024
Población	48.8%	38.3%	88312	91714	93415	95115
total			140974	146404	149119	151834

#### Disponible

	Filtro 1	Filtro 2	2020	2022	2023	2024
Población	33%	40%	18609	19325	19684	20042
	Personas que salen a comer a fuera de sus casas	Personas que al salir a comer fuera de sus casas van a un food truck a comer.				

Efectivo

	Filtro 1	2020	2021	2023	2024
Población	80.0%	14887	15174	15747	16034
	Personas que aceptarían mi producto.				

Objetivo

	Participación		
Población	15%	2233	2020
	20%	3035	2021
	25%	3865	2022
	30%	4724	2023
	60%	9620	2024

## Anexo 2 Estructura de la deuda

Estructura de Deuda

Método Francés

Periodo	Saldo	Amortización	Interés	Cuota	Portes	Cuota Final
0	S/ 83,652.20				S/ 30.00	
1	S/ 83,652.20	S/ 1,605.23	S/ 1,682.90	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
2	S/ 82,046.97	S/ 1,637.52	S/ 1,650.60	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
3	S/ 80,409.45	S/ 1,670.47	S/ 1,617.66	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
4	S/ 78,738.98	S/ 1,704.07	S/ 1,584.05	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
5	S/ 77,034.91	S/ 1,738.35	S/ 1,549.77	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
6	S/ 75,296.55	S/ 1,773.33	S/ 1,514.80	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
7	S/ 73,523.23	S/ 1,809.00	S/ 1,479.12	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
8	S/ 71,714.23	S/ 1,845.39	S/ 1,442.73	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
9	S/ 69,868.83	S/ 1,882.52	S/ 1,405.60	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
10	S/ 67,986.31	S/ 1,920.39	S/ 1,367.73	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
11	S/ 66,065.92	S/ 1,959.03	S/ 1,329.10	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12

12	S/ 64,106.89	S/ 1,998.44	S/ 1,289.69	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
13	S/ 62,108.46	S/ 2,038.64	S/ 1,249.48	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
14	S/ 60,069.82	S/ 2,079.65	S/ 1,208.47	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
15	S/ 57,990.16	S/ 2,121.49	S/ 1,166.63	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
16	S/ 55,868.67	S/ 2,164.17	S/ 1,123.95	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
17	S/ 53,704.50	S/ 2,207.71	S/ 1,080.41	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
18	S/ 51,496.79	S/ 2,252.12	S/ 1,036.00	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
19	S/ 49,244.66	S/ 2,297.43	S/ 990.69	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
20	S/ 46,947.23	S/ 2,343.65	S/ 944.47	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
21	S/ 44,603.58	S/ 2,390.80	S/ 897.32	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
22	S/ 42,212.78	S/ 2,438.90	S/ 849.23	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
23	S/ 39,773.88	S/ 2,487.96	S/ 800.16	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
24	S/ 37,285.92	S/ 2,538.02	S/ 750.11	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
25	S/ 34,747.90	S/ 2,589.07	S/ 699.05	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
26	S/ 32,158.83	S/ 2,641.16	S/ 646.96	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
27	S/ 29,517.67	S/ 2,694.30	S/ 593.83	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
28	S/ 26,823.37	S/ 2,748.50	S/ 539.63	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
29	S/ 24,074.87	S/ 2,803.79	S/ 484.33	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
30	S/ 21,271.08	S/ 2,860.20	S/ 427.93	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
31	S/ 18,410.88	S/ 2,917.74	S/ 370.39	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
32	S/ 15,493.15	S/ 2,976.44	S/ 311.69	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
33	S/ 12,516.71	S/ 3,036.32	S/ 251.81	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
34	S/ 9,480.39	S/ 3,097.40	S/ 190.72	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
35	S/ 6,382.99	S/ 3,159.71	S/ 128.41	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12
36	S/ 3,223.28	S/ 3,223.28	S/ 64.85	S/ 3,288.12	S/ 30.00	S/ 3,318.12

Total Intereses Año 1	S/ 17,913.75
Total Intereses Año 2	S/ 12,096.94
Total Intereses Año 3	S/ 4,709.59

TOTAL AMORTIZACION AÑO 1	S/ 21,543.74
TOTAL AMORTIZACION AÑO 2	S/ 27,360.55
TOTAL AMORTIZACION AÑO 3	S/ 34,747.90

### Anexo 3 Ubicación geográfica de los food trucks

#### Chorrillos

Calle Pardos 281





Barranco

Av Nicolás de Piérola 134




Surquillo

Calle Portocarrero 344.



Anexo 4 Documentación de los permisos municipales

	<b>FORMATO DE DECLARACION JURADA PARA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b> <small>(Ley N°28970 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones)</small>	Versión: 01	N° de Expediente:
		Página: 1 de 2	Fecha de recepción:
		N° de recibo de pago:	

I MODALIDAD DE TRAMITE QUE SOLICITA (marcar más de una alternativa si corresponde)			
Licencia de Funcionamiento <input type="checkbox"/> Indeterminada <input type="checkbox"/> Temporal  <input type="checkbox"/> Licencia de funcionamiento más autorización de anuncio Puntaje: _____ Tipo de anuncio (especificar) _____  <input type="checkbox"/> Licencia para cesionario <input type="checkbox"/> Licencias para mercado de abasto, galerías comerciales y centro comerciales	Cambios o modificaciones <input type="checkbox"/> Modificación de área  <input type="checkbox"/> Cambio de denominación o nombre comercial de la persona jurídica (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento _____ Indicar nueva denominación o nombre comercial _____  _____	Otros <input type="checkbox"/> Caso de actividades (Solo completar secciones I, II y III) N° de licencia de funcionamiento _____  <input type="checkbox"/> Transferencia de Licencia de Funcionamiento (Solo completar secciones I, II y III) contrato de transferencia N° de licencia de funcionamiento _____  <input type="checkbox"/> Otros (especificar) _____	

II DATOS DEL SOLICITANTE			
Apellidos y Nombre/ Razón Social			
N° DNI / N° C.E	N° RUC	N° Teléfono	Correo Electrónico
DIRECCION			
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz./LL/Otros	Urb./AA.HH/Otros	Distrito y Provincia


III DATOS DEL REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO		
Apellidos y Nombres	N° DNI / N° C.E	N° de partida electrónica y asiento de inscripción SUNAFSP (de corresponder)

IV DATOS DEL ESTABLECIMIENTO			
Nombre Comercial			
Código CIU *	Giro/s *	Actividad	Zonificación
Av./Jr./Ca./Pje./Otros	N°/Int./Mz./LL/Otros	Urb./AA.HH/Otros	Distrito y Provincia
Autorización Sectorial (de corresponder)			
Entidad que otorga autorización	Denominación de la autorización sectorial	Fecha de autorización	Número de autorización

Área total solicitada (m <sup>2</sup> )	Cargos									
	<table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 33%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 33%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="width: 33%; border: 1px solid black; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> </tr> <tr> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> <td style="border: 1px solid black; height: 20px;"></td> </tr> </table>									

	<p align="center"><b>FORMATO DE DECLARACION JURADA INFORMAR EL DESARROLLO DE ACTIVIDADES SIMULTANEAS Y ADICIONALES A LA LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO</b> (Ley N°28976 - Ley Marco de Licencia de Funcionamiento y Modificaciones)</p>	N° de Expediente:
		<p>Versión: 01</p> <p align="center">Fecha de recepción:</p>

Con Licencia de Funcionamiento N° \_\_\_\_\_ otorgada con fecha \_\_\_\_\_ se autorizó el desarrollo de la actividad \_\_\_\_\_ a \_\_\_\_\_  
(Nombres y Apellidos del titular o Razón Social) identificado(a) con DNI \_\_\_\_\_  
RUC N° \_\_\_\_\_.

**Declaro bajo juramento que:**

En mi calidad de titular/representante legal de la licencia de funcionamiento informo que:

- Se ha iniciado el desarrollo de la actividad simultánea y adicional de: \_\_\_\_\_
- Completar sólo en caso de cesionario 1:  
Esta actividad está siendo desarrollada por \_\_\_\_\_  
(Nombres y apellidos o Razón Social del cesionario)  
identificado(a) con DNI/ RUC N° \_\_\_\_\_
- La actividad a realizar está de acuerdo con lo establecido por el Ministerio de la Producción mediante Decreto Supremo N° .....-2017-PRODUCE y el suscrito garantiza, bajo responsabilidad, que no afecta las condiciones de seguridad del establecimiento.
- Tengo conocimiento que la presente Declaración Jurada está sujeta a la fiscalización posterior. En caso de haber proporcionado información que no corresponde a la verdad, se me aplicarán las sanciones administrativas y penales correspondientes, declarándose la nulidad o revocatoria de la licencia o autorización otorgada. Asimismo, brindaré las facilidades necesarias para las acciones de control de la autoridad municipal competente.

\_\_\_\_\_  
Firma del titular/ representante legal  
N° DNI: \_\_\_\_\_

Artículo 3° de la Ley N° 28976 Ley Marco de Licencia de Funcionamiento: No se requiere solicitar una modificación, ampliación o nueva licencia de funcionamiento, ni una licencia de funcionamiento para cesionarios, cuando el titular de una licencia de funcionamiento o un tercero cesionario, bajo responsabilidad de dicho titular, desarrolle alguna de las actividades simultáneas y adicionales que establezca el Ministerio de la Producción, siempre que no se afecten las condiciones de seguridad del establecimiento. Para ello, basta que el titular de la licencia de funcionamiento presente previamente a la Municipalidad una declaración jurada informando que se desarrollará dicha actividad y garantizando que no se afectarán las condiciones de seguridad en el establecimiento. En caso un tercero cesionario vaya a desarrollar dicha actividad, el titular de la licencia de funcionamiento asume la responsabilidad respecto de las condiciones de seguridad en la totalidad del establecimiento y, sólo con fines informativos, incluye en su declaración jurada los datos generales del tercero cesionario y, de existir un contrato escrito, copia de dicho contrato.