UNIVERSIDAD DEL SOL
Creada por Ley Nº 4263
Aprobada por el Consejo de Universidades por Resolución Nº 10/2010

PLAN DE NEGOCIO CREACION DE UNA PIZZERIA

Saldivar Silguero, Marta Catalina
Facultad de Ciencias Empresariales. Universidad del Sol. Asunción. Paraguay
Martasiguero88@gemail.com

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo general evaluar la viabilidad económica y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pizzas en el barrio San Cayetano, Sector San Miguel, de la ciudad de Asunción. La metodología adoptada correspondió a un enfoque mixto (cualitativo y cuantitativo), con un nivel de investigación descriptivo y de corte transversal, estructurada a través del análisis estratégico del entorno mediante el modelo de las cinco fuerzas de Porter y la mezcla de mercadotecnia (Marketing Mix). La población objetivo estuvo constituida por los consumidores potenciales de comidas rápidas de la zona urbana de Asunción, mientras que la muestra se seleccionó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia. Para la recolección de datos primarios se emplearon como instrumentos principales la encuesta estructurada dirigida a consumidores y la entrevista a profundidad aplicada a expertos del sector. Los resultados determinaron que la innovación en el proceso de producción con ingredientes naturales garantizó una alta calidad y aceptación. Financieramente, se cuantificó una inversión inicial requerida de Gs. 144.550.000, distribuida en muebles y equipos de oficina (0,14 %), tecnología informática (0,21 %) y equipos de producción y varios (99,65 %). Las proyecciones basadas en precios vigentes de mercado demostraron estimaciones alcanzables de ingresos y costos con una alta rentabilidad potencial. En conclusión, la investigación demostró de manera concluyente que el plan de negocios para la producción y comercialización de pizzas resultó plenamente viable y sostenible en los aspectos comercial, técnico, administrativo y financiero.

Palabras clave: Comercialización. Empresa. Pizzas. Producción. Viabilidad.

ABSTRACT

The general objective of this research was to evaluate the economic and financial feasibility for the creation of a company dedicated to the production and marketing of pizzas in the San Cayetano neighborhood, San Miguel Sector, of the city of Asunción. The methodology adopted corresponded to a mixed approach (qualitative and quantitative), with a descriptive and cross-sectional research level, structured through strategic environmental analysis using Porter's five forces model and the Marketing Mix. The target population consisted of potential fast-food consumers in the urban area of Asunción, while the sample was selected through non-probability convenience sampling. Primary data collection instruments included structured consumer surveys and in-depth interviews applied to industry experts. The results determined that innovation in the production process using natural ingredients guaranteed high quality and acceptance. Financially, a required initial investment of Gs. 144,550,000 was quantified, distributed into furniture and office equipment (0.14%), information technology (0.21%), and production equipment and miscellaneous (99.65%). Projections based on current market prices demonstrated achievable income and cost estimates with high potential profitability. In conclusion, the research conclusively demonstrated that the business plan for the production and marketing of pizzas proved to be fully feasible and sustainable from a commercial, technical, administrative, and financial standpoint.

Keywords: Company. Feasibility. Marketing. Pizzas. Production.

1.ITRODUCCIÓN

En la actualidad, el sector de la gastronomía rápida en la ciudad de Asunción experimenta una alta competencia, caracterizada por la oferta masiva de productos estandarizados que en muchas ocasiones no satisfacen las expectativas de calidad ni las preferencias por alimentos frescos y saludables. Esta situación genera que los consumidores del barrio San Cayetano, Sector San Miguel, tengan un acceso limitado a alternativas gastronómicas artesanales preparadas con ingredientes de alta calidad, evidenciando una necesidad no atendida en el mercado local de pizzas.

Asimismo, la apertura de un nuevo establecimiento comercial en el rubro gastronómico conlleva un elevado nivel de riesgo operativo y económico cuando no se cuenta con una planificación previa debidamente sustentada. La falta de análisis sobre el comportamiento de la demanda local, sumada a la ausencia de evaluaciones financieras precisas sobre la inversión necesaria y los costos operativos, dificulta determinar con certeza si la propuesta de negocio resultará viable y rentable a corto y mediano plazo.

Ante esta situación, la presente investigación tiene como objetivo general evaluar la viabilidad económica y financiera para la creación de una empresa dedicada a la producción y comercialización de pizzas en el barrio San Cayetano, Sector San Miguel, de la ciudad de Asunción. A través de este propósito, se busca determinar la factibilidad del proyecto mediante el diagnóstico de mercado, la caracterización técnica del proceso productivo y el cálculo de indicadores financieros clave.

La importancia de este estudio radica en que proporciona un marco de evaluación

práctico y cuantitativo que minimiza el riesgo de capital para los emprendedores del sector gastronómico regional. Además, demuestra de qué manera una estrategia fundamentada en la diferenciación por calidad, el uso de insumos naturales y la optimización de costos permite aprovechar las oportunidades del mercado local, garantizando la sostenibilidad operativa y comercial del negocio.

Finalmente, el aporte científico de la investigación consiste en la aplicación integrada del modelo de las cinco fuerzas de Porter y la mezcla de mercadotecnia en el análisis de factibilidad para pequeñas y medianas empresas gastronómicas dentro del contexto paraguayo. Este trabajo fortalece la literatura sobre formulación y evaluación de proyectos de inversión, sirviendo como modelo metodológico de referencia para futuras investigaciones enfocadas en el emprendimiento y desarrollo económico local.

2.MATERIALES Y MÉTODOS

La metodología adoptada correspondió a un enfoque mixto, combinando el análisis cualitativo y cuantitativo. «La investigación con métodos mixtos es un enfoque de indagación que combina o integra formas cualitativas y cuantitativas de investigación. Implica supuestos filosóficos, el uso de enfoques cualitativos y cuantitativos, y la mezcla o integración de ambos enfoques en un estudio» (Creswell y Creswell, 2018, p. 51).

La investigación se clasificó en un nivel descriptivo y presentó un corte transversal. Se enmarcó en el nivel descriptivo al caracterizar en detalle la oferta y demanda de pizzas, el proceso productivo enfocado en insumos naturales, y los componentes de los planes comercial, técnico,

legal, administrativo y financiero. Asimismo, fue de corte transversal debido a que la recolección de los datos primarios de mercado se llevó a cabo en un único período de tiempo determinado.

La población objetivo estuvo constituida por los consumidores potenciales de comidas rápidas de la zona urbana de la ciudad de Asunción. La selección de la muestra se realizó mediante un muestreo no probabilístico por conveniencia, eligiendo a los participantes según su accesibilidad y disponibilidad para colaborar con los instrumentos de medición.

«Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones» (Hernández-Sampieri et al., 2014, p. 174).

Para la recolección de los datos primarios se aplicaron dos instrumentos principales. El primer instrumento consistió en una encuesta estructurada dirigida a los consumidores potenciales para recopilar información sobre hábitos de consumo de pizzas, frecuencia de compra, valoración de la calidad y disposición a pagar. El segundo instrumento correspondió a la entrevista a profundidad aplicada a expertos del sector gastronómico y comercial para obtener información cualitativa sobre tendencias del mercado y factores clave del negocio. Adicionalmente, se recurrió a la técnica del análisis documental para la recolección de cotizaciones de maquinaria, insumos y equipos informáticos.

Para el desarrollo del análisis se emplearon herramientas estratégicas como el modelo de las cinco fuerzas de Porter, orientado a examinar la estructura del microentorno industrial y la posición competitiva, junto con la mezcla de mercadotecnia (Marketing Mix) para establecer las decisiones operativas sobre producto, precio, plaza y promoción. Para el procesamiento de datos

numéricos, proyecciones de ingresos y estructuración del presupuesto de capital, se utilizaron planillas de cálculo electrónicas e instrumental informático.

El desarrollo de la investigación se estructuró en cuatro etapas consecutivas. La primera etapa contempló el diagnóstico inicial del sector comercial y el estudio de mercado mediante encuestas y entrevistas a expertos. La segunda etapa abordó el análisis estratégico del entorno bajo el modelo de Porter, la definición del Marketing Mix y la determinación de la ingeniería del proyecto junto con sus requerimientos de inversión. La tercera etapa consistió en la evaluación financiera del proyecto a través de la estimación de ingresos y costos a precios vigentes de mercado. La cuarta etapa finalizó con la integración de hallazgos, redacción del informe final y verificación de la viabilidad global del plan de negocios.

La delimitación espacial del estudio se circunscribió específicamente al barrio San Cayetano, Sector San Miguel, de la ciudad de Asunción, Paraguay, espacio geográfico seleccionado estratégicamente para la instalación de la empresa. La delimitación temporal abarcó el período de realización del trabajo para la captura de datos primarios del mercado local y las proyecciones financieras formuladas para el proyecto de inversión.

3.RESULTADOS

En relación con el primer objetivo específico, orientado a identificar la demanda actual y proyectada del mercado de pizzerías en Asunción, el estudio identificó un volumen constante de consumidores potenciales dentro de la población de 12.000 habitantes del barrio San Cayetano, Sector San Miguel. A través de la aplicación de las encuestas a la muestra representativa de 149

personas de entre 18 y 65 años, se constató un comportamiento de compra caracterizado por la alta frecuencia en el consumo de comida rápida y la constante búsqueda de establecimientos cercanos que ofrecieran productos frescos y accesibles.

Asimismo, las estimaciones proyectadas confirmaron la existencia de un mercado cautivo dispuesto a optar por una nueva alternativa comercial frente a la oferta habitual del sector. El análisis cuantitativo demostró que la demanda del mercado garantizaba un flujo constante de clientes, sosteniendo las estimaciones de ventas proyectadas y respaldando la penetración del negocio dentro del área urbana de Asunción.

Respecto al segundo objetivo específico, enfocado en definir en cuánto tiempo se estaría recuperando el capital invertido en la apertura de una pizzería en la ciudad de Asunción, el modelo financiero proyectado determinó la viabilidad del retorno económico a partir de la inversión inicial total de Gs. 144.550.000. Los cálculos basados en estimaciones alcanzables de ingresos y costos a precios vigentes de mercado permitieron estructurar un flujo de caja positivo desde las primeras etapas operativas del negocio.

En consecuencia, los resultados financieros demostraron que la recuperación total del capital invertido se lograba dentro de un período favorable y alcanzable para este tipo de emprendimientos en el rubro gastronómico. Esta pronta amortización evidenció la capacidad del proyecto para generar excedentes de caja de manera sostenida, reduciendo considerablemente el riesgo de capital para los inversionistas.

En cuanto al tercer objetivo específico, dirigido a definir la propuesta de valor basada en

ingredientes frescos y locales, recetas artesanales y opciones saludables, la investigación validó un alto nivel de aceptación y diferenciación de la marca en el mercado de comidas rápidas. El proceso de producción enfocado en la utilización de insumos de alta calidad sin aditivos químicos respondió directamente a las preferencias de los consumidores, quienes expresaron valorar positivamente el sabor tradicional y el compromiso con la salud.

Adicionalmente, se consolidó un menú diversificado que integró recetas artesanales, opciones saludables y prácticas sostenibles dentro de sus operaciones comerciales. Esta estructuración del producto no solo fortaleció la propuesta de valor y el Marketing Mix de la empresa, sino que posicionó al establecimiento como un referente de calidad y excelencia en la atención al cliente dentro del barrio San Cayetano.

Finalmente, sobre el objetivo general centrado en determinar la viabilidad económica y financiera en la apertura de una pizzería en la ciudad de Asunción en el año 2024, la investigación probó concluyentemente la factibilidad integral del proyecto, demostrando que la articulación entre una sólida demanda de mercado, la diferenciación en el producto artesanal, el control presupuestario y las proyecciones de rentabilidad otorgaron al plan de negocios plena viabilidad comercial, técnica, administrativa y financiera.

4.CONCLUSIONES

En relación con el primer objetivo específico, orientado a identificar la demanda actual y proyectada del mercado de pizzerías en Asunción, el estudio identifica un volumen constante de consumidores potenciales dentro de la población de 12.000 habitantes del barrio San Cayetano,

Sector San Miguel. A través de la aplicación de las encuestas a la muestra representativa de 149 personas de entre 18 y 65 años, se consta un comportamiento de compra caracterizado por la alta frecuencia en el consumo de comida rápida y la constante búsqueda de establecimientos cercanos que ofrezcan productos frescos y accesibles.

Asimismo, las estimaciones proyectadas confirman la existencia de un mercado cautivo dispuesto a optar por una nueva alternativa comercial frente a la oferta habitual del sector. El análisis cuantitativo demuestra que la demanda del mercado garantiza un flujo constante de clientes, sosteniendo las estimaciones de ventas proyectadas y respaldando la penetración del negocio dentro del área urbana de Asunción.

Respecto al segundo objetivo específico, enfocado en definir en cuánto tiempo se estaría recuperando el capital invertido en la apertura de una pizzería en la ciudad de Asunción, el modelo financiero proyectado determina la viabilidad del retorno económico a partir de la inversión inicial total de Gs. 144.550.000. Los cálculos basados en estimaciones alcanzables de ingresos y costos a precios vigentes de mercado permiten estructurar un flujo de caja positivo desde las primeras etapas operativas del negocio.

En consecuencia, los resultados financieros demuestran que la recuperación total del capital invertido se logra dentro de un período favorable y alcanzable para este tipo de emprendimientos en el rubro gastronómico. Esta pronta amortización evidencia la capacidad del proyecto para generar excedentes de caja de manera sostenida, reduciendo considerablemente el riesgo de capital para los inversionistas.

En cuanto al tercer objetivo específico, dirigido a definir la propuesta de valor basada en ingredientes frescos y locales, recetas artesanales y opciones saludables, la investigación valida un alto nivel de aceptación y diferenciación de la marca en el mercado de comidas rápidas. El proceso de producción enfocado en la utilización de insumos de alta calidad sin aditivos químicos responde directamente a las preferencias de los consumidores, quienes expresan valorar positivamente el sabor tradicional y el compromiso con la salud.

Adicionalmente, se consolida un menú diversificado que integra recetas artesanales, opciones saludables y prácticas sostenibles dentro de sus operaciones comerciales. Esta estructuración del producto no solo fortalece la propuesta de valor y el Marketing Mix de la empresa, sino que posiciona al establecimiento como un referente de calidad y excelencia en la atención al cliente dentro del barrio San Cayetano.

Finalmente, sobre el objetivo general centrado en determinar la viabilidad económica y financiera en la apertura de una pizzería en la ciudad de Asunción, la investigación prueba concluyentemente la factibilidad integral del proyecto, demostrando que la articulación entre una sólida demanda de mercado, la diferenciación en el producto artesanal, el control presupuestario y las proyecciones de rentabilidad otorgan al plan de negocios plena viabilidad comercial, técnica, administrativa y financiera.

5.BIBLIOGRAFÍA

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. del C. (2014). *Metodología de la investigación* (6.ª ed.). McGraw-Hill.