



**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN
RESTAURANTE DE COMIDA RÁPIDA CON ESTILO MEJICANO
DISEÑADO PARA ESTUDIANTES EN LA CIUDAD DE QUITO**

Tutor: Ing. Alex Vinueza

Carolina Zurita

Abril, 2012



DETERMINACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

JUSTIFICACIÓN

- Es muy común encontrar estudiantes secundarios y universitarios, así como ciertos ejecutivos en la zona de las avenidas 12 de Octubre, 6 de Diciembre y Colón, consumiendo en locales que ofrecen comida rápida. Justamente esa es la razón por la que nace la idea de este proyecto.

OBJETIVO GENERAL

- Conocer la factibilidad para la creación de un restaurante de comida rápida con estilo mejicano en la ciudad de Quito.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

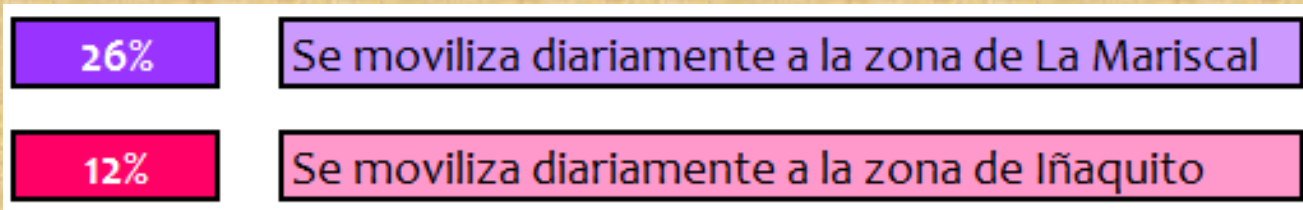
- Estudiar las tendencias y preferencias de los potenciales clientes con el fin de tener datos más puntuales sobre cuál sería la aceptación de este proyecto en el mercado.
- Conocer gustos y exigencias de la población al momento de elegir a un restaurante de comida rápida.
- Determinar si el estilo del servicio que se desea plantear son de aceptación de la población (objetivo).
- Confirmar si el proyecto planteado constituye una nueva alternativa dentro de la gastronomía y servicio en la población de Quito.
- Obtener ingresos que cubran costos, gastos y generen utilidades.
- Generar la rentabilidad de inversión en el flujo.



DIAGNÓSTICO SITUACIONAL

ANÁLISIS EXTERNO

- Un análisis realizado por la **Revista Centralidades Urbanas del 2008 del Distrito Metropolitano de Quito**, señala:



MICRO - AMBIENTE

- Poder de negociación de los Compradores o Clientes.
- Poder de negociación de los Proveedores o Vendedores.
- Amenaza de nuevos entrantes.
- Amenaza de productos sustitutivos.
- Rivalidad entre los competidores.

ANALISIS FODA

FORTALEZAS

- Conocimiento de ubicación y acceso al nicho a atacar.
- Experiencia en administración y manejo de restaurantes.
- Carácter servicial, solidario, efectivo hacia otras personas.
- Conocimiento claro de los requerimientos de los potenciales clientes.

OPORTUNIDADES

- No existe ningún establecimiento que ofrezca puramente productos y servicios similares.
- Buen nivel de demanda no satisfecha en el sector.
- Obtención inmediata de certificados y documentos de legalización.

ANALISIS FODA

DEBILIDADES

- Escaso conocimiento de recetas muy auténticas de Méjico
- Chefs y cocineros con mínimo conocimiento de recetas de burritos y tacos.
- Ningún nivel de posicionamiento de la marca ni el producto en el mercado.
- Falta de estacionamiento para clientes.

AMENAZAS

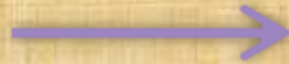
- Gran número de locales ofertando otros productos muy bien posicionados en los moradores.
- Precios bajos de productos sustitutos en los establecimientos alrededor.
- Variación constante en los precios de la materia prima.
- Inseguridad permanente del sector.



ESTUDIO DE MERCADO

DEFINICIÓN DEL SERVICIO

- **Restaurante**



Establecimiento o comercio en el cual se provee a los clientes con un servicio alimenticio de diverso tipo.

- **Comida Rápida/ Fast Food**



El alimento se prepara y sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados o al pie de calle

Ausencia de camareros que sirven a la mesa, y la comida se sirve sin cubiertos.

CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO

- El concepto de este proyecto es comida casual y rápida dentro de un lugar con un ambiente, por un lado, muy cómodo y agradable con decoración mejico-americana, música americana de ritmos exclusivos, y por otro lado con una barra exclusiva para clientes que desean comprar comida para llevar. Con una entrada y recorrido exclusivo para ellos y una salida inmediata.



PEPPER
Mexican Grill

CARACTERIZACIÓN DEL SERVICIO

- El sistema de servicio es de categoría "Quickservice", mismo que trata de un tipo de restaurante específico caracterizado tanto por su cocina de comida rápida como mínimo servicio a la mesa. Además, se prepara en grandes cantidades por adelantado y se debe mantener caliente con el fin de armar y empaquetar de inmediato, de tal forma que esté disponible y listo para llevar



PEPPER
Mexican Grill.

CARACTERIZACIÓN DEL PRODUCTOS

- Burritos



- Fajitas



- Tacos



- Bebidas gaseosas y agua mineral



PEPPER
Mexican Grill.

INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- **SEGMENTACIÓN GEOGRÁFICA**

Este proyecto está siendo realizado para clientes dentro de la provincia de Pichincha, Cantón Quito, Sectores La Floresta y La Mariscal entre las calles; Avenida 12 de Octubre, Avenida Colón, Avenida Patria.

- **SEGMENTACIÓN PSICOGRÁFICA**

- Dirigido a personas que acostumbran a tomar su almuerzo fuera de casa por razones de trabajo o estudio.
- Personas con capacidad de tomar un almuerzo de \$1.50 a \$2.50 diarios.
- Personas con escaso tiempo designado para tomar el almuerzo.
- Cliente con deseos de tomar alternativas de alimentos.



INVESTIGACIÓN DE MERCADO

- **SEGMENTACIÓN DEMOGRÁFICA**

- Segmentación por género: Hombres y Mujeres
- Segmentación por edad: jóvenes de 18 a adultos de 55 años.
- Segmentación por ingresos: Ingresos mínimos de \$1200 por familia.

CARACTERIZACIÓN DEL MERCADO META

El significado de Mercado Meta se relaciona con las necesidades que tienen las empresas de seleccionar de un segmento de mercado, la población o grupo de consumidores a los cuales se quiere llegar.

- ☞ Alrededores Avenida 12 de Octubre, frente a PUCE, UPS, EPN.
- ☞ Hombres y Mujeres estrato económico medio.
- ☞ Hombres y Mujeres de 18 a 55 años de edad.
- ☞ Estudiantes, oficinistas, ejecutivos, profesionales.

MUESTREO

Herramienta de la investigación científica. Su función básica es determinar que parte de una realidad en estudio (población o universo) debe examinarse con la finalidad de hacer inferencias sobre dicha población.

MARCO MUESTRAL DE LA POBLACION EN ESTUDIO

PARROQUIAS

Número de habitantes

MARISCAL SUCRE	8.322
BELISARIO QUEVEDO	25.922
IÑAQUITO	26.239
RUMIPAMBA	19.117
CONCEPCIÓN	21.036
ITCHIMBIA	17.900
TOTAL POBLACIÓN	118.536

TAMAÑO DE LA MUESTRA

Para calcular el tamaño de la muestra (n) se va a emplear la siguiente fórmula.

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

n= Muestra

N=Universo

K=Nivel de confianza (95% de confianza)

p=número de casos positivos (61,12%)

q=número de casos negativos (38,88%)

e=error (5% de error)

TAMAÑO DE LA MUESTRA

$$n = \frac{(0,95)^2 * 0,6112 * 0,3888 * 118536}{(0,05)^2 * 118536 + (0,95)^2 * 0,6112 * 0,3888}$$

$$n = \frac{25421,84}{296,33 + 0,444}$$

$$n = \frac{25421,84}{296,54}$$

$$n = 85,72$$

INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Método de observación

- El Método de investigación a usar será el de Observación

Investigación de Campo

- Se trabaja en el ambiente natural en que conviven las personas y las fuentes consultadas, de las que obtendrán los datos más relevantes a ser analizados, son individuos, grupos y representaciones de las organizaciones científicas no experimentales dirigidas a descubrir relaciones e interacciones entre variables sociológicas, psicológicas y educativas en estructuras sociales reales y cotidianas.

Investigación por encuestas

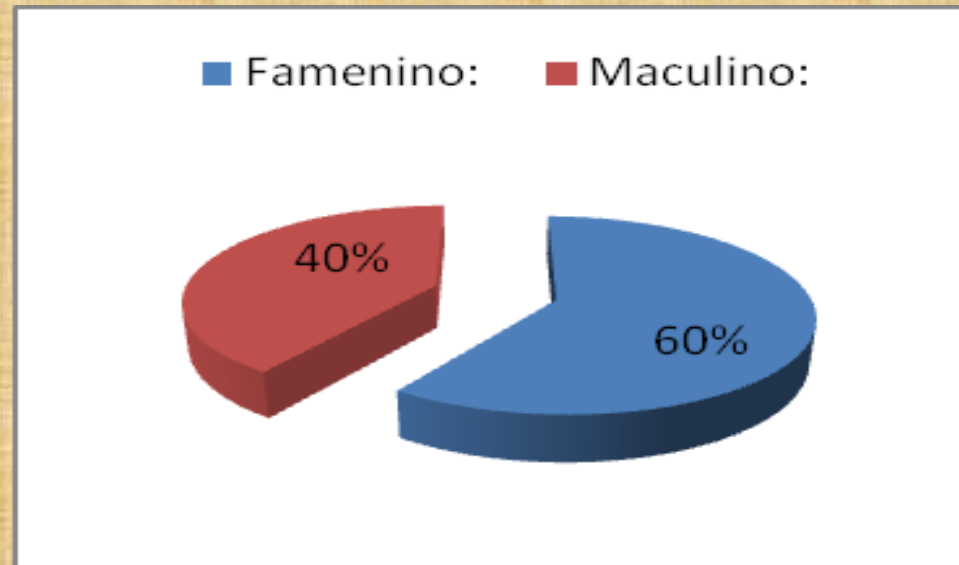
- Se utiliza para estudiar poblaciones mediante el análisis de muestras representativas a fin de explicar las variables de estudio y su frecuencia

ANÁLISIS DE RESULTADOS

1. Género :

Femenino 50

Masculino 36



ANÁLISIS DE RESULTADOS

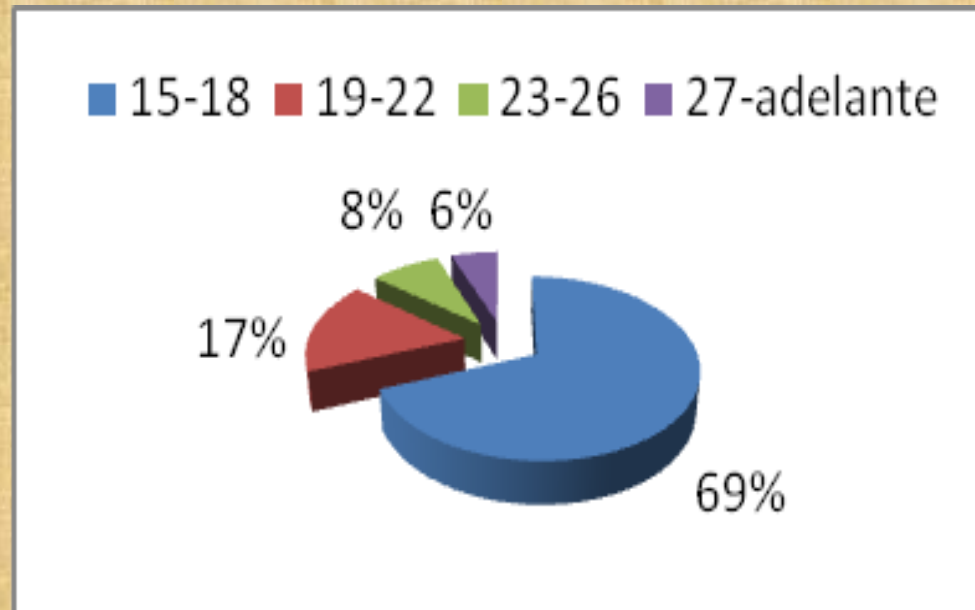
2. Rango de Edad

15 – 18

23 – 26

19 – 22

27 - adelante



ANÁLISIS DE RESULTADOS

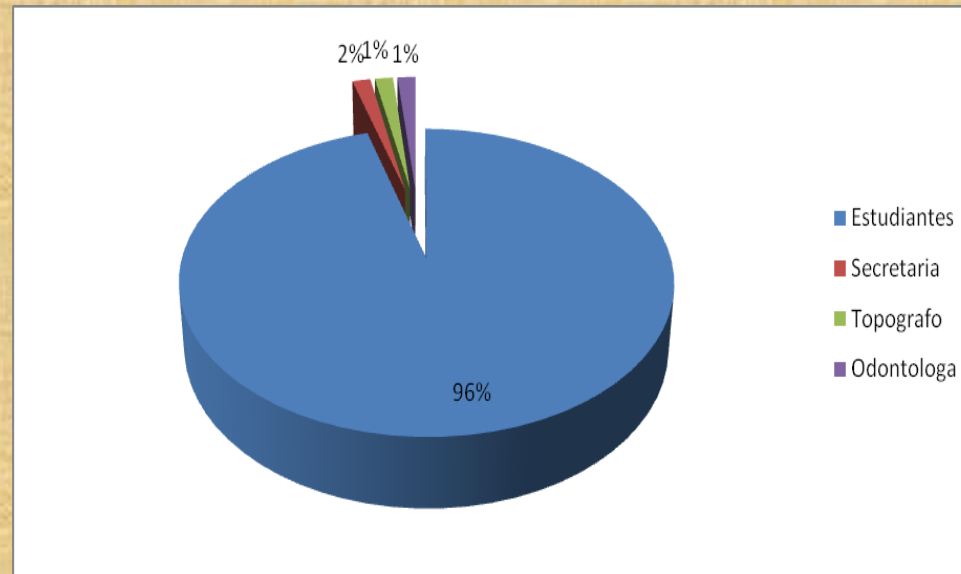
3. Ocupación

Estudiantes 83

Secretaria 1

Topografía 1

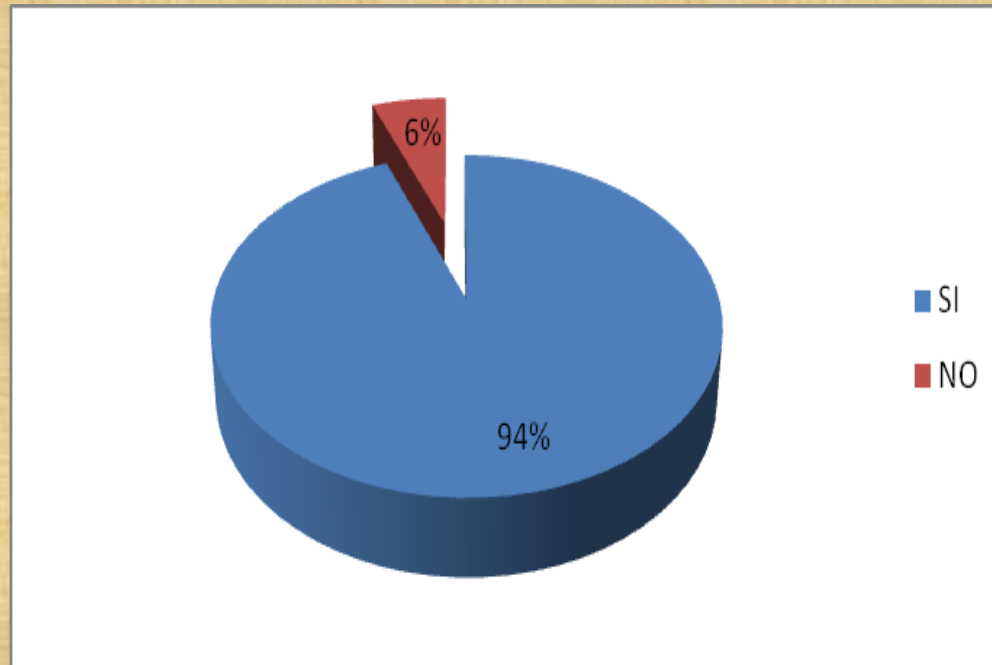
Odontólogo 1



ANÁLISIS DE RESULTADOS

4. Toma refrigerio o almuerzo fuera?

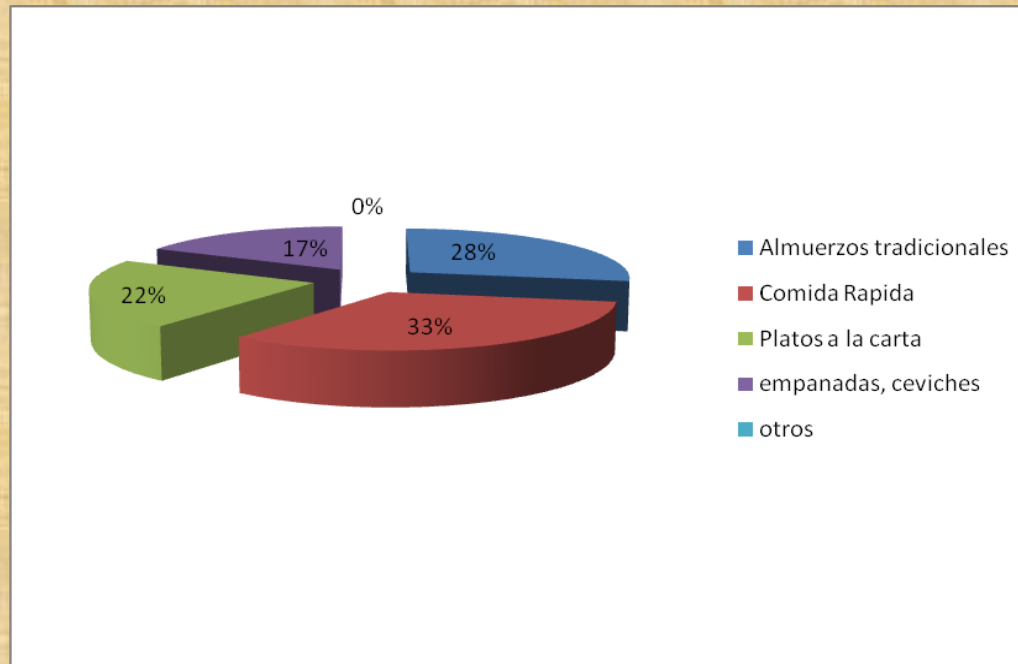
Si 80 No 6



ANÁLISIS DE RESULTADOS

5. Que consume fuera de casa?

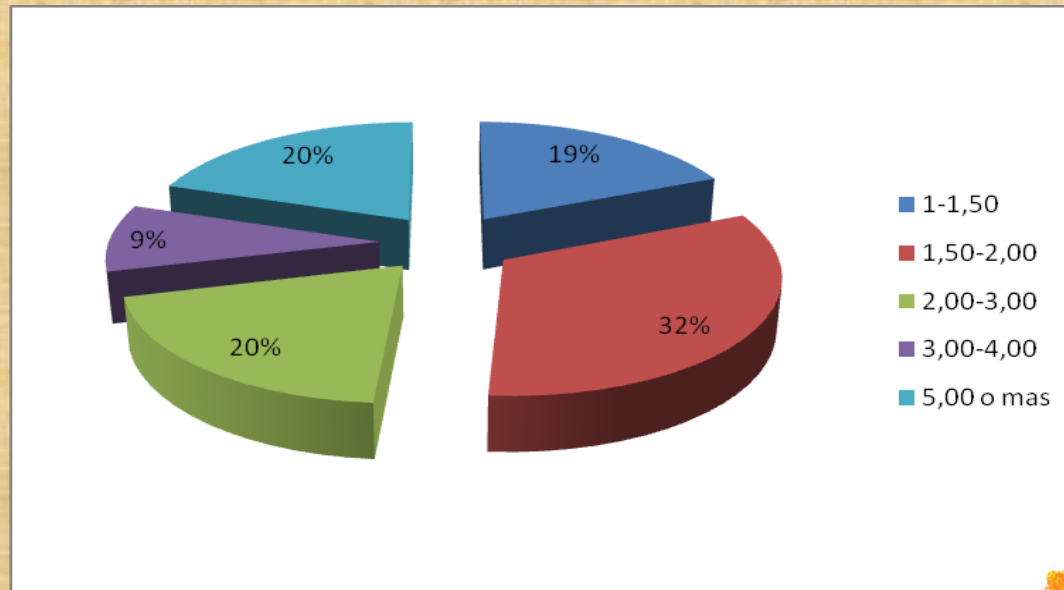
Almuerzo tradicional	24	Comida Rápida	28
Platos a la Carta	19	Empanadas, ceviches,	15



ANÁLISIS DE RESULTADOS

6. Cuánto dinero está dispuesto a pagar por plato?

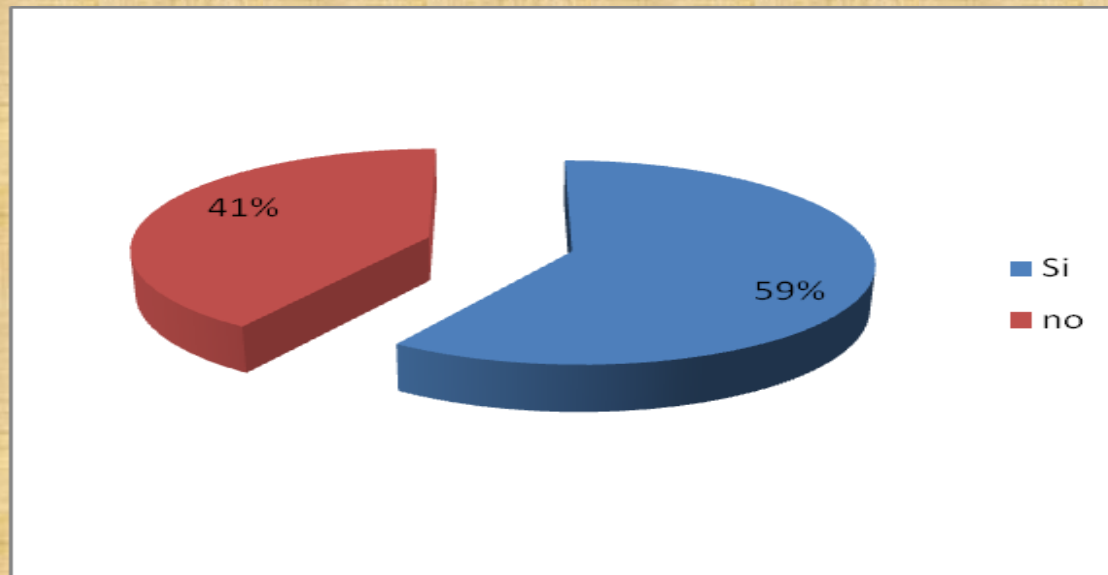
1 - 1,50	16	1,50 - 2,00	28
2,00 - 3,00	17	3,00 - 4,00	8
5,00 o mas	17		



ANÁLISIS DE RESULTADOS

7. Ha tenido alguna experiencia en consumir comida mejicana?

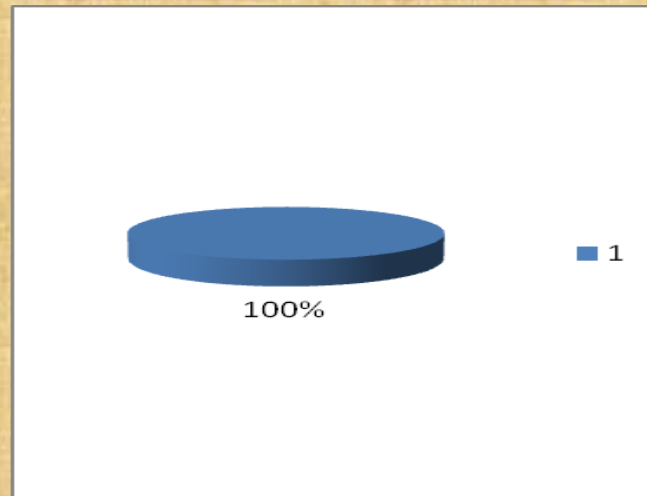
Si 51 No 35



ANÁLISIS DE RESULTADOS

- h. En el caso de existir un lugar de comida mejicana con precios accesibles acudiría?**

Si 86 No 0



ANÁLISIS DE LA DEMANDA

Según datos del Instituto Nacional de Estadística y Censos, los ecuatorianos de entre 18 y 64 años destinan, de lunes a viernes, un promedio de 3,5 horas para comer, seis para cocinar, 4,6 para ir al trabajo y 3,4 para compartir con la familia. Algunos tampoco tienen tiempo para desayunar en su hogar.



DEMANDA ACTUAL DEL SERVICIO

- Tomando el resultado de la pregunta 4, en donde nos muestra que un 94% de personas consumen permanentemente alimentos preparados fuera de casa, se deduce que existe la cantidad suficiente de demanda posible a adquirir el producto ofrecido.



PEPPER
Mexican Grill

ANÁLISIS DE LA OFERTA

- Existe una gran variedad en cuanto a la oferta gastronómica de la ciudad, además se conoce que la comida latinoamericana ha tenido gran acogida, pero contamos solamente con restaurantes especializados en comida de determinado país, hablamos por ejemplo de restaurantes de comida mexicana, colombiana, argentina, etc.

NÚMERO DE COMPETIDORES

- En la observación realizada en el sector de la Avenida 12 de octubre entre las Avenidas Colon y Patria, se puede ver la presencia de locales de comida rápida ofreciendo productos tradicionales como hamburguesas, pizza, ceviches, papas fritas en todas sus variaciones, y restaurantes ofreciendo un menú de almuerzo diario diferente.
- Este proyecto ofrece un producto diferente así como servicio de atención diferente, mismos que no se encuentran en los establecimientos mencionados.

IDENTIFICACIÓN DE PRODUCTOS Y SERVICIOS SUSTITUTOS.

Es importante mencionar que siempre cadenas fuertes de comida rápidas son consideradas como competencia por el tiempo de permanencia y posicionamiento en la mente de los consumidores.

- McDonalds
- KFC
- Jimmy Hubber
- Poliburguers
- Otros: entre cafeterías, kioskos, restaurantes y bares.





ESTUDIO TÉCNICO

FACTORES DETERMINANTES DEL PROYECTO



MERCADO

- Se considera importante el **tamaño del mercado consumidor** es decir el **numero de consumidores** determinara nuestra **capacidad de producción.**



DISPONIBILIDAD DE MANO DE OBRA, MATERIA PRIMA E INSUMOS

- Se requiere **chefs con requisitos necesarios** para **satisfacer a nuestra demanda.**
- Es necesario de **ingredientes naturales y frescos.**



TECNOLOGÍA

- Con respecto a la tecnología a usar, será necesario de **artefactos eléctricos no muy complejo**, al contrario, un tanto **domésticos**



DISPONIBILIDAD DE RECURSOS FINANCIEROS

- El **financiamiento** tiene **dos fuentes: préstamo bancario y recursos propios de accionistas.**

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

Capacidad es la tasa de producción máxima de una instalación. Dependiendo del tipo de proceso la capacidad puede medirse en función del producto (salida) o de los insumos (entradas)

La decisión de capacidad no solamente está en función de la demanda actual, también dependerá de la demanda futura.

Para el caso de este proyecto, se realizó una observación en restaurantes de comida rápida y se determinó que se medirá en función a la salida, es decir a cuánto se produce al día.

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

LOCAL	Producto estrella	Total % del prod. Estrella	Ordenes entre semana	Ordenes fin de semana	% de venta Por Factura	Venta Semanal	Tiempo de entrega	Producto tradicional	Nombre Administrador
Hora pico de consumo									
			12:00 a 15:00	12:00 a 17:00					
La Tablita del Tártaro	Parrillada individual	50%	350	670	10 a 14 usd	20000 usd	10 min	hamburguesas 3%	Sr. Edgar Aviles
KFC	Big Box	60%	290	390	6,20 usd	15000 a 16000 usd	7 min	hamburguesas 8% al 10%	Sra. Soledad Cedeño
Ceviches	Ceviches	70%	170 a 200	380	12 usd	16250 usd	7 min		Sr. Segundo Quishpe

DETERMINACIÓN DE LA CAPACIDAD DE PRODUCCIÓN

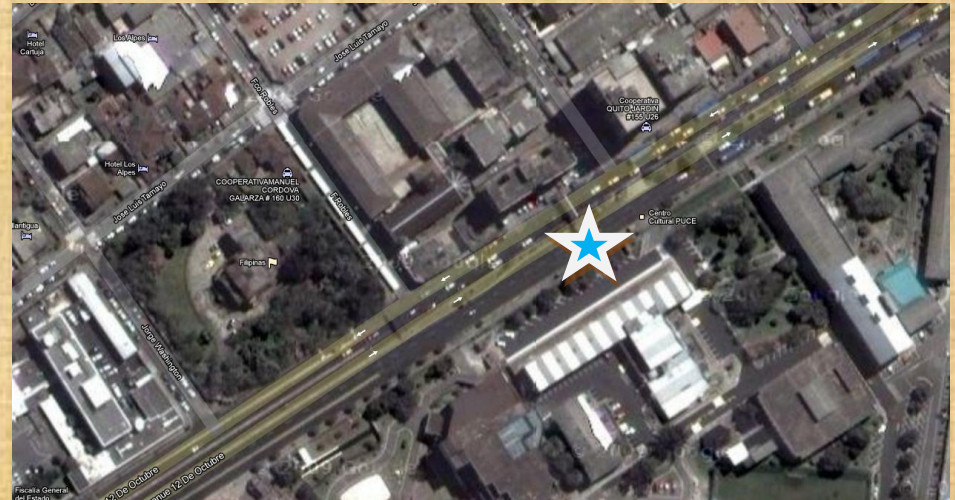
- Para este proyecto se manejaría de esta manera:

De Lunes a Viernes			Fines de Semana		
	Duración	No. de Órdenes		Duración	No. de Órdenes
hora pico 12:00- 15:00	1 hora	47/ día	hora pico 12:00- 17:00	1 hora	22/ día
	3 horas	140/ día		5 horas	110/ día
Horario regular 9:00- 12:00 y 15:00-21:00	1 hora	32/día	Horario regular 9:00- 12:00 y 17:00-21:00	1 hora	14/ día
	9 horas	280 /día		7 horas	95/ día

LOCALIZACIÓN DEL PROYECTO

En las empresas de servicios los factores tienen que ver con la maximización de ingresos, por ello es necesario localizar al proyecto de acuerdo a los siguientes puntos:

- Proximidad del cliente
- Costos del transporte
- Localización de competidores
- Densidad residencial
- Flujo de tráfico
- Visibilidad del local
- Poder adquisitivo de la zona.



TIPO DE SERVICIO



CARACTERÍSTICAS DE OPERACIÓN

Se desea cumplir con la demanda por ello, la apertura del local será a las 9:00 am y el cierre a las 21:00 pm, esto significa que se trabajara en dos turnos, que salida del personal matutino a las 15:00 pm e ingreso del personal vespertino.

La cantidad a preparar será la misma, debido a que en la mañana y medio día, hay un gran número de personas que acuden a tomar refrigerio y almuerzo, así también en la tarde y noche. Esto se debe a que los horarios de los estudiantes universitarios, moradores a diario del sector, son irregulares.



REQUERIMIENTO DE INSUMOS

REQUERIMIENTO DE INSUMOS			
FRUTAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL
CEBOLLA	1LIBRAS	\$ 8,50	\$ 36,89
TOMATE	CAJA	\$ 10,00	\$ 43,40
PIMIENTO	CAJA	\$ 4,00	\$ 17,36
FREJOL NEGRO	QUINTAL	\$ 25,00	\$ 108,50
LECHUGA	20 LECHUGAS	\$ 7,00	\$ 30,38
AJI	CAJA	\$ 10,00	\$ 43,40
AGUACATES	100,00	\$ 30,00	\$ 130,20
PEPINILLOS	CAJA	\$ 6,00	\$ 26,04
ZANAHORIA	QUINTAL	\$ 15,00	\$ 65,10
LIMONES	100,00	\$ 12,00	\$ 52,08
VAINAS	CAJA	\$ 10,00	\$ 43,40
AJO	LIBRAS	\$ 1,00	\$ 4,34
PEREJIL	ATADO	\$ 7,00	\$ 30,38
APIO	ATADO	\$ 2,00	\$ 8,68

REQUERIMIENTO DE INSUMOS			
FRUTAS	UNIDAD DE MEDIDA	COSTO SEMANAL	COSTO MENSUAL
ARROZ	QUINTAL	\$ 45,00	\$ 195,30
CARNE RES	LIBRA	\$ 240,00	\$ 1.041,60
CARNE CERDO	LIBRA	\$ 240,00	\$ 1.041,60
CARNE POLLO	LIBRA	\$ 162,00	\$ 703,08
MAYONESA	GALON	\$ 740,00	\$ 3.211,60
SALSA DE TOMATE	GALON	\$ 2,30	\$ 9,98
MOSTAZA	2KL	\$ 3,10	\$ 13,45
CONDIMENTOS		\$ 10,00	\$ 43,40
SAL	BOLSA GRANDE	\$ 15,00	\$ 65,10
ACEITE	GALON	\$ 18,00	\$ 78,12
NACHOS	GRAMOS	\$ 54,72	\$ 237,48
TORTILLAS blandas	DOCENA	\$ 53,64	\$ 232,80
TORTILLAS Crujientes	DOCENA	\$ 200,40	\$ 869,74
TOTAL		\$ 1.923,16	\$ 8.346,51



PROPUESTA ESTRATÈGICA

PERSONALIDAD JURÍDICA DE LA EMPRESA

Se adoptará la figura jurídica de **Compañía de Responsabilidad Limitada** por las siguientes ventajas:

- Se adapta fácilmente a proyectos nuevos.
- Compañía Limitada presenta procedimientos y requisitos sencillos, por lo cual es menos onerosa su constitución y funcionamiento.
- La sociedad se mantiene aún después de la muerte de alguno de sus socios.

GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y GASTOS DE PUESTA EN MARCHA DE LA EMPRESA.

Detalle	V. Unitario	V. Total
Elevar escritura pública	77,80	77,80
Sentar razón social	44,20	44,20
Publicación Const. Cía.	80,00	80,00
Honorario Abogado	500,00	500,00
Inscripción de nombramientos	25,00	25,00
Patente municipal	60,00	60,00
Cuenta de integración	400,00	400,00
Afiliación a la cámara comercio	200,00	200,00
Obtención del Registro Unico de Contribuyentes	11,50	11,50
Permiso Cuerpo de Bomberos	1,00	1,00
Varios	10,00	10,00
Total		1409,50

NOMBRE O RAZON SOCIAL

La razón social es el nombre y firma por los cuales es conocida una compañía mercantil de forma colectiva, comanditaria o anónima.

Es, por lo tanto, el atributo legal que figura en la escritura o documento de constitución que permite identificar a una persona jurídica y demostrar su constitución legal.

Le daremos el nombre de "PEPPER, Mexican Grill"

PEPPER
Mexican Grill.

LOGOTIPO

Jörg Zintzmeyer afirma en su libro "Logo Design": El logo es una promesa. El logo no es en sí mismo una marca: es una forma de expresión de la misma o su imagen más condensada. (...) La marca ha de ofrecer lo que el logo promete.



BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

MISIÓN

PEPPER, Mexican Grill es un restaurante comprometido con la innovación y la creatividad no dejando a un lado sobrepasar las expectativas de nuestros clientes con una gama de comida mejico-americana.

Ofrecer conceptos únicos de integrales de alimentos, bebidas donde se sobrepasan las expectativas del cliente.



BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

VISIÓN

Posicionarse como un restaurante original, sólido y profesional, con calidad humana y principios éticos, que ofrece servicios y productos de excelencia. Lograr una empresa altamente productiva, innovadora, competitiva y dedicada para la satisfacción plena de nuestros clientes.

BASE FILOSÓFICA DE LA EMPRESA

OBJETIVO GENERAL

Ser la primera opción adecuada de alimentación y satisfacción en la ciudad de Quito, inicialmente.

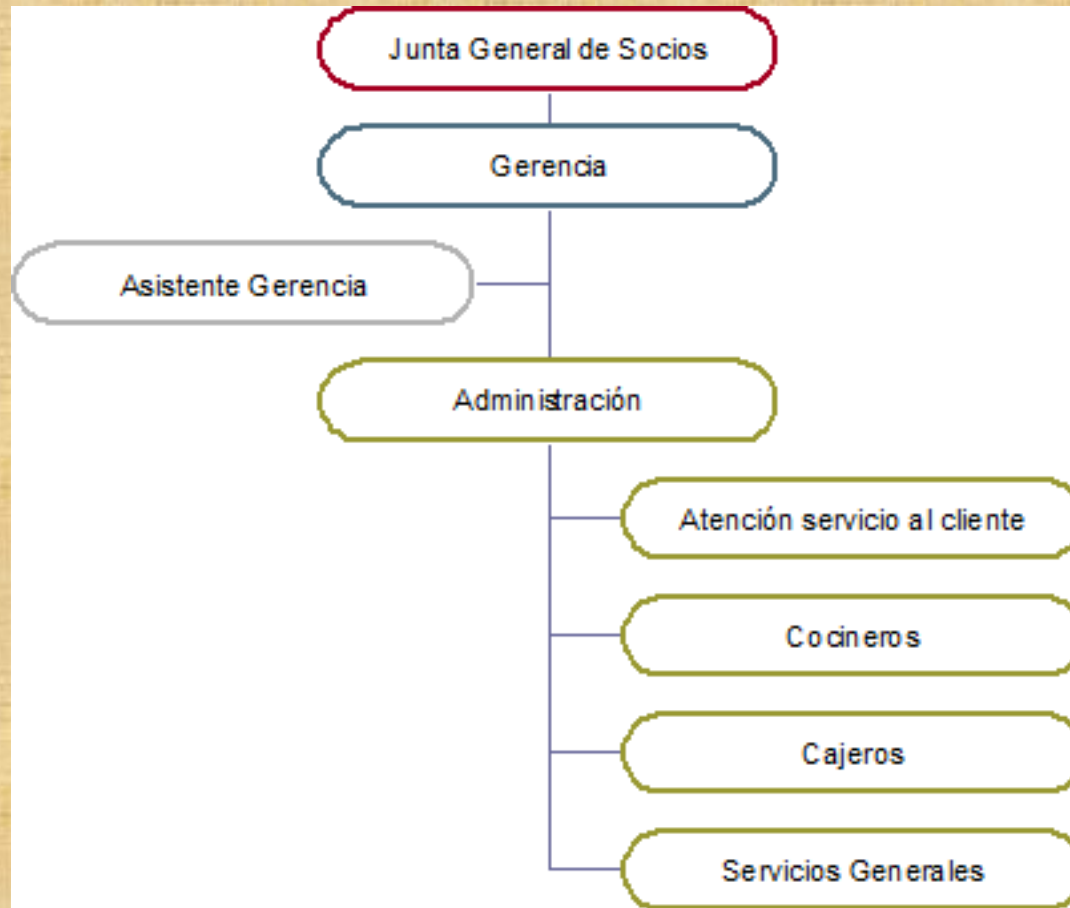
ESTRUCTURA DE FINANCIAMIENTO

INVERSIÓN INICIAL

ACTIVO FIJO	\$ 6.771,76	6%
ACTIVO DIFERIDO	\$ 3.651,50	3%
CAPITAL DE TRABAJO NETO	\$ 32.823,07	29%
CONSTRUCCIÓN Y ADECUACIONES	\$ 71.061,02	62%
TOTAL	\$ 114.307,35	100%

APORTE SOCIOS	\$ 74.146,41
PRÉSTAMO	\$ 40.160,94

ORGANIGRAMA



ESTRATEGIAS MERCADOLÓGICAS DE POSICIONAMIENTO

- El producto es seguro de consumir
- El producto está preparado bajo normas estrictas de limpieza.
- Es servicio es rápido y eficiente.

PRODUCTO

- Precio Promedio de Consumo

PRECIO

- Tiene un canal de distribución de cero niveles o también, canal de marketing directo.

PLAZA

- Crear demanda para una categoría de producto en general.

PROMOCIÓN



PEPPER
Mexican Grill.

ESTUDIO FINANCIERO

ACTIVOS FIJOS

Los activos fijos se definen como los bienes que una empresa utiliza de manera continua en el curso normal de sus operaciones; representan al conjunto de servicios que se recibirán en el futuro a lo largo de la vida útil de un bien adquirido

TOTAL EQ. COMPUTACIÓN	\$ 2.691,00
TOTAL MUEBLES Y EQ. OFICINA	\$ 1.094,00
TOTAL MAQ. Y EQUIPOS	\$ 1.949,08
TOTAL SUM. LIMPIEZA	\$ 517,24
TOTAL UTENS. COCINA	\$ 136,83
TOTAL ACTIVOS FIJOS	\$ 6.388,15

ACTIVOS INTANGIBLES

ACTIVOS DIFERIDOS	VALOR TOTAL	PORCENTAJE %
Estudio de Factibilidad	\$ 2.000,00	55%
Constitución y Puesta en Marcha	\$ 1.409,50	39%
Patente	\$ 242,00	7%
TOTAL ACT. DIFERIDOS	\$ 3.651,50	100%

CAPITAL DE TRABAJO

CAPITAL DE TRABAJO 3 MESES

DESCRIPCIÓN	VALOR TOTAL	PORCENTAJE %
COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 21.727,60	66%
GASTO ADMINISTRATIVO	\$ 10.805,46	33%
GASTOS DE VENTAS	\$ 290,00	1%
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	\$ 32.823,07	100%

COMPORTAMIENTO DE COSTOS

COSTOS MENSUALES

	UNID. MENS.	PORCENTAJE	INCIDENCIA	MOD	MPD	CIF	G.A.	G ventas	Dep	Amor	COSTO TOTAL
BURRITO DECEBRADO	3.500	24,00%	\$ 7.907,72	\$ 3.081,98	\$ 2.132,64	\$ 990,11	\$ 1.603,20	\$ 69,60	\$ 15,58	\$ 14,61	\$ 7.907,72
BURRITO CARNE BISTEC	3.500	25,00%	\$ 8.237,21	\$ 3.210,40	\$ 2.221,50	\$ 1.031,37	\$ 1.670,00	\$ 72,50	\$ 16,23	\$ 15,21	\$ 8.237,21
BURRITO POLLO A LA PARRILLA	3.500	18,80%	\$ 6.194,38	\$ 2.414,22	\$ 1.670,57	\$ 775,59	\$ 1.255,84	\$ 54,52	\$ 12,21	\$ 11,44	\$ 6.194,38
TACO CARNE BISTEC	2.500	18,00%	\$ 5.930,79	\$ 2.311,49	\$ 1.599,48	\$ 742,58	\$ 1.202,40	\$ 52,20	\$ 11,69	\$ 10,95	\$ 5.930,79
TACO POLLO BISTEC	2.000	14,20%	\$ 4.678,74	\$ 1.823,51	\$ 1.261,81	\$ 585,82	\$ 948,56	\$ 41,18	\$ 9,22	\$ 8,64	\$ 4.678,74
TOTAL	15.000	100%	\$ 32.948,85	\$ 12.841,60	\$ 8.886,00	\$ 4.125,46	\$ 6.680,00	\$ 290,00	\$ 64,93	\$ 60,86	\$ 32.948,85

PRESUPUESTO DE VENTAS

PRESUPUESTOS DE INGRESOS ESPERADOS

	CANTIDAD MENSUAL	PRECIO UNIT.	INGRESO MENSUAL	INGRESO ANUAL
BURRITO DECEBRADO	3.500	2,37	8.303,11	99.637,33
BURRITO CARNE BISTEC	3.500	2,47	8.649,07	103.788,88
BURRITO POLLO A LA PARRILLA	3.500	2,03	7.101,24	85.214,91
TACO CARNE BISTEC	2.500	2,49	6.227,33	74.727,99
TACO POLLO BISTEC	2.000	2,46	4.912,67	58.952,08
TOTAL	15.000		35.193,43	422.321,20

DETERMINACIÓN DEL PRECIO DE VENTA

COMPARACIÓN DE PRECIOS CON LA COMPETENCIA O PRODUCTOS SUSTITUTOS

	<u>Producto Estrella</u>	<u>Precio promedio</u>	<u>Órdenes vendidas diarias</u>	<u>Tiempo de entrega</u>
TACO BELL	Burritos	3,5	72	7 min
KFC	Big Box	2,99	43	7 min
Pol-Burguer	Hamburguesa completa	2,5	56	9 min

BURRITOS DECEBRADO	0,61	0,88	0,28	0,49	5%	2,37
BURRITO CARNE BISTEC	0,63	0,92	0,29	0,51	5%	2,47
BURRITO POLLO A LA PARRILLA	0,64	0,69	0,22	0,38	5%	2,03
TACO CARNE BISTEC	0,64	0,92	0,30	0,51	5%	2,49
TACO POLLO BISTEC	0,63	0,91	0,29	0,50	5%	2,46

PUNTO DE EQUILIBRIO

$$Pe = \frac{CF}{1 - \frac{CV}{V}}$$

Costos Fijos	Costos Variables	Costo Total	Ingreso Anual
\$ 239.247,68	\$ 156.138,52	\$ 156.138,52	\$ 422.321,20

$$Pe = \frac{\$ 239.247,68}{\$ 0,63}$$

$$Pe = \$ 379.586,56$$

ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

PEPPER MEXICAN GRILL ESTADO DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos	422.321,20	458.218,50	\$ 495.877,29	\$ 538.026,86	\$ 583.759,14
Costos de Producción	\$ 260.731,20	\$ 275.071,42	\$ 290.200,34	\$ 306.161,36	\$ 323.000,24
Utilidad Bruta	\$ 161.590,00	\$ 183.147,08	\$ 205.676,95	\$ 231.865,50	\$ 260.758,90
Gastos de Ventas	\$ 3.480,00	\$ 3.671,40	\$ 3.873,33	\$ 4.086,36	\$ 4.311,11
Gastos Administrativos	\$ 80.160,00	\$ 84.568,80	\$ 89.220,08	\$ 94.127,19	\$ 99.304,18
Utilidad Operacional	\$ 77.950,00	\$ 94.906,88	\$ 112.583,54	\$ 133.651,95	\$ 157.143,61
Gastos Financieros	\$ 51.014,96	\$ 53.820,78	\$ 56.780,93	\$ 59.903,88	\$ 63.198,59
Utilidad Antes de Participación	\$ 26.935,04	\$ 41.086,10	\$ 55.802,61	\$ 73.748,07	\$ 93.945,02
15% Trabajadores	\$ 4.040,26	\$ 6.162,92	\$ 8.370,39	\$ 11.062,21	\$ 14.091,75
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 22.894,78	\$ 34.923,19	\$ 47.432,22	\$ 62.685,86	\$ 79.853,27
22,5% Impuesto a la Renta	\$ 5.151,33	\$ 7.857,72	\$ 10.672,25	\$ 14.104,32	\$ 17.966,99
UTILIDAD NETA	\$ 17.743,46	\$ 27.065,47	\$ 36.759,97	\$ 48.581,54	\$ 61.886,28

ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

PEPPER MEXICAN GRILL ESTADO DE SITUACIÓN INICIAL

ACTIVOS		PASIVOS	
BANCOS	\$ 32.823,07	PRÉSTAMO	\$ 40.160,94
ACTIVOS FIJOS	\$ 77.832,78		
ACTIVOS DIFERIDOS	3651,5	PATRIMONIO	\$ 74.146,41
		TOTAL PAS. + PATRIMONIO	\$ 114.307,35
TOTAL ACTIVOS	\$ 114.307,35		



TIR Y VAN

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
INGRESOS		\$ 422.321,20	458.218,50	\$ 495.877,29	\$ 538.026,86	\$ 583.759,14
EGRESOS		\$ 395.386,21	\$ 417.132,46	\$ 440.074,74	\$ 464.278,85	\$ 489.814,19
FLUJO NETO DE EFECTIVO	-114307,35	\$ 26.934,98	\$ 41.086,04	\$ 55.802,55	\$ 73.748,01	\$ 93.944,95

VAN \$ 46.158,73

TIR 33%

PEPPER

Mexican Grill.

**CONCLUSIONES Y
RECOMENDACIONES**

CONCLUSIONES

Gracias a la investigación y observación realizada, se encontró que efectivamente existe un segmento de personas dentro de la ciudad de Quito, que desean experimentar y saciar su necesidad de alimentación. Es decir, este segmento quiere algo diferente a probar.

Se encontró también, que al igual que en otras culturas, los quiteños valoran la cantidad y tamaño del producto a consumir.

Gracias al estudio financiero realizado, se concluye la rentabilidad real de este proyecto. Con un promedio de ventas mensuales de **\$35.193.43** una tasa interna de retorno del **33%**.

Este estudio de factibilidad ha sido una forma muy real y clara para aplicar muchas herramientas aprendidas durante toda la carrera. Es decir que se ha convertido en una forma de aplicar en la práctica el aprendizaje teórico revisado en las aulas.



RECOMENDACIONES

Conociendo el creciente mercado para productos como este, se recomienda desarrollar mejores estrategias de marketing y publicidad para darse a conocer.

Una vez puesto en marcha el proyecto, mantener sistemas de evaluación de procesos para conocer las falencias que permanentemente surgen y lograr brindar un producto y servicio de calidad.

Se deberá establecer recetas estandarizadas para evitar errores en los sabores.

Una vez visto y desarrollado el proyecto de factibilidad, mismo que arroja resultados positivos tanto en el estudio de mercado y estudio financiero, se recomienda poner en marcha el proyecto.



PEPPER

Mexican Grill.

Gracias su atención!