



Carrera de Tecnología Superior en Administración

Título: Estudio de factibilidad para la creación de un delicatessen en la Parroquia de La Mariscal

Trabajo de titulación, previo a la obtención del título de Tecnóloga en Administración

**Autor:
Molina Vasquez, Brithany Odaliz**

**Tutor:
Mgtr. Centeno Rodríguez Juan Carlos**

Quito, 2024

DERECHOS DE AUTOR

En calidad de autor del trabajo de titulación “Estudio de factibilidad para la creación de un delicatessen en la Parroquia de la Mariscal”, autorizo al Instituto Tecnológico Universitario Pichincha hacer uso de todos los contenidos que me pertenecen o parte de los que contiene este documento, con fines estrictamente académicos o de investigación.

Asimismo, doy el consentimiento para que realice la digitalización y publicación de este trabajo de titulación en el Repositorio Digital Institucional, de conformidad a lo dispuesto en el Art. 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior.

Firma:

Brithany Odaliz Molina Vásquez
CC 1724537145
brithany-molina.15@hotmail.com

CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Proyecto:

“Estudio de factibilidad para la creación de un delicatessen en la Parroquia de la Mariscal”
presentado por la Srta. Brithany Odaliz Molina Vásquez para optar por el Título de
Tecnóloga en Administración, considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos
suficientes para ser sometido a la presentación pública y evaluación por parte del tribunal
examinador que se designe.

En la ciudad de Quito a los 12 días del mes de febrero de 2024

FIRMA TUTOR
No. C.C. 1714806047

DEDICATORIA

A mis padres Silvia y
Christopher con todo mi
amor, a mis hermanos y a mi
tía Miriam por la paciencia y
el apoyo brindado

AGRADECIMIENTO

A Dios por derramar sus bendiciones en esta etapa de mi vida.

A mis padres por brindarme su apoyo incondicional.

A mi tía por siempre preocuparse por mí y motivarme a nunca rendirme a pesar de las dificultades.

A mis profesores Diego Andrade, Pio Rodríguez y Hanny Mancheno quienes con su apoyo en conocimientos, experiencias y amistad contribuyeron en mi formación profesional y personal.

A mi Tutor de titulación, quien es un profesional que me ha brindado su amistad, confianza para guiarme de la mejor manera y ha contribuido, en base a sus conocimientos el desarrollo de este proyecto.

A mis amigos que me brindaron su apoyo y amistad durante los estudios y en la actualidad.

ÍNDICE

DERECHOS DE AUTOR	ii
CONSTANCIA DE APROBACIÓN DEL TUTOR	iii
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
Planteamiento del problema	13
Justificación. –	14
Objetivos. –	15
General	15
Específicos	15
CAPÍTULO I	16
1. MARCO TEÓRICO	16
Proyecto	16
Estudio de Factibilidad	16
Elementos del Estudio de Factibilidad	16
Estudio Técnico	17
Empresa	17
Delicatessen	18
2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL	18
Organización	18
Planeación:	18
Inversión:	18
Ventas:	18
Viabilidad:	18
VAN:	19
TIR:	19
Delicatessen:	19
Zona de bebidas:	19
Zona circulación del cliente:	19
Encuesta:	19
Investigación de mercado:	19
Evaluación financiera de proyectos:	19
Servicio:	19

	7
Cliente:	19
3.- Marco legal	19
Los pasos para crear una empresa en Ecuador son los siguientes	19
Derechos de Propiedad Intelectual	20
CAPÍTULO II	22
DIAGNÓSTICO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN	22
DISEÑO METODOLÓGICO	22
SEGMENTOS DE MERCADO	23
CAPÍTULO III	39
DISEÑO TECNICO	39
Macro localización	39
Micro localización	39
DISEÑO DE LAS AREAS DEL NEGOCIO	40
DESCRIPCIÓN DEL PROCESO	40
DETALLE DE LAS MAQUINARIAS Y EQUIPOS	41
DISEÑO ADMINISTRATIVO	42
ORGANIGRAMA	42
DISEÑO BASICO DE LOS CARGOS Y LAS FUNCIONES	42
PROPUESTA	43
SEGMENTOS DE MERCADO	44
ESTUDIO FINANCIERO	44
PROYECCION DE VENTAS	45
COSTOS	46
INVERSIONES	48
REMUNERACIONES	49
4.5. GASTOS	50
BALANCE DE RESULTADOS	51
FLUJO DE CAJA	52
VAN	54
TIR	54
CONCLUSIONES	56
Recomendaciones	57
WEBGRAFÍA	58
ANEXOS	59

Índice de Tablas

Tabla 1	Rango de edad.....	27
Tabla 2	¿Consume algún tipo de bocaditos o sandwiches gourmet?	28
Tabla 3	¿Consume algún tipo de bocaditos o sandwiches gourmet?	29
Tabla 4	¿Utiliza el servicio de entrega a domicilio para comprar sandwiches?	30
Tabla 5	¿Con qué frecuencia consume ese tipo de productos?	31
Tabla 6	¿El tipo de pan que prefiere para los sandwiches es?	32
Tabla 7	¿El precio que usted considera justo por un sandwich como este es?	33
Tabla 8	¿Cuáles son los ingredientes preferidos para rellenar el sandwich? Escoja tres:	33
Tabla 9	¿Las salsas que prefieres como aderezo del sandwich son? Escoja dos:.....	35
Tabla 10	¿La bebida que prefiere para acompañar un sandwich es?	36
Tabla 11	¿Estaría dispuesto a comprar nuestro producto en un futuro?	36
Tabla 12	Detalle maquinarias y equipos	41
Tabla 13	Proyección de ventas delicatessen Britnay	45
Tabla 14	Precio de los ingredientes por producto	46
Tabla 15	Proyección de compras	47
Tabla 16	Valoración de la inversión	48
Tabla 17	Valoración de la decoración interna	48
Tabla 18	Valoración sillas y mesas	48
Tabla 19	Remuneraciones	49
Tabla 20	Detalles de gastos del proyecto	50
Tabla 21	Detalles de gastos administrativos	51
Tabla 22	Balance de resultados	51
Tabla 23	Detalles de gastos de producción	52
Tabla 24	Detalles flujo de ventas	53
Tabla 25	Detalle VAN	54
Tabla 26	Detalle TIR	55

Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Administraciones Zonales del Distrito Metropolitano de Quito	24
Ilustración 2 Mapa Turístico	24
Ilustración 3 Mapa de la Mariscal y Alrededores	25
Ilustración 4 Mapa del sector	39
Ilustración 5 Micro localización	39
Ilustración 6 Áreas del negocio.....	40
Ilustración 7 Diagrama del proceso de compra del producto	41
Ilustración 8 Estructura organizacional de la empresa	42
Ilustración 9 Perfil profesional de los puestos	42
Ilustración 10 CÓDIGO QR ENCUESTA.....	59
Ilustración 11 FORMATO DE ENCUESTA	59
Ilustración 12 EJEMPLO MENÚ	63
Ilustración 13 SLOGAN.....	64
Ilustración 14 FORMATO REDES SOCIALES.....	64
Ilustración 15 MODELO DELICATESSEN	66
Ilustración 16 Características de los equipos y maquinarias	66

Índice de Gráficos

Grafico 1 Arbol de problemas	13
Grafico 2 Elementos del estudio de factibilidad	17
Grafico 3 Rango de edad.....	27
Grafico 4 Consumo de bocaditos o sandwiches gourmet	28
Grafico 5 Lugar del consumo	29
Grafico 6 Nivel de consumo a domicilio.....	30
Grafico 7 Nivel de consumo de los productos	31
Grafico 8 Preferencia del pan en el producto	32
Grafico 9 Preferencia del precio sobre el producto	33
Grafico 10 Preferencia del precio sobre el producto.....	34
Grafico 11 Preferencia del precio sobre el producto.....	35
Grafico 12 Preferencia del precio sobre el producto.....	36
Grafico 13 Preferencia al momento de comprar el producto	37

RESUMEN

El presente estudio de factibilidad tiene como propósito analizar la viabilidad y sentar las bases para la creación de un establecimiento de alimentos gourmet. El proyecto tiene como objetivo satisfacer la creciente demanda local de productos de alta calidad, brindando una experiencia culinaria única con productos exclusivos.

Se inicia destacando la tendencia creciente de los consumidores hacia alimentos de calidad superior y la escasez de opciones de delicatessen en la zona. La idea es establecer un negocio que ofrezca una amplia variedad de productos exclusivos, desde quesos artesanales hasta embutidos selectos y otras delicias gourmet.

Los objetivos principales abarcan la determinación de la demanda en el mercado local, la evaluación financiera del proyecto, la identificación de proveedores confiables de productos gourmet y de marketing efectivas para atraer clientes.

La metodología utilizada incluye encuestas a consumidores potenciales y análisis financiero.

Se realiza un análisis financiero detallado que aborda estimaciones de costos iniciales, proyecciones de ingresos y gastos operativos, evaluando la rentabilidad del negocio a corto y largo plazo.

Con base en los resultados obtenidos, se concluye que la creación de un delicatessen es viable y ofrece oportunidades de crecimiento y rentabilidad. Se resaltan las fortalezas del proyecto y se proponen ajustes potenciales para maximizar su rendimiento.

Palabras claves: *Estudio, Delicatessen, calidad, producto, emprendedor*

ABSTRACT

The purpose of this feasibility study is to analyze the viability and lay the foundations for the creation of a gourmet food establishment. The project aims to satisfy the growing local demand for high-quality products, providing a unique culinary experience with exclusive products.

It begins by highlighting the growing consumer trend towards higher quality foods and the scarcity of delicatessen options in the area. The idea is to establish a business that offers a wide variety of exclusive products, from artisanal cheeses to select sausages and other gourmet delicacies.

The main objectives cover the determination of demand in the local market, the financial evaluation of the project, the identification of reliable suppliers of gourmet products and effective marketing to attract customers.

The methodology used includes surveys of potential consumers and financial analysis.

A detailed financial analysis is performed that addresses initial cost estimates, revenue projections and operating expenses, evaluating the profitability of the business in the short and long term.

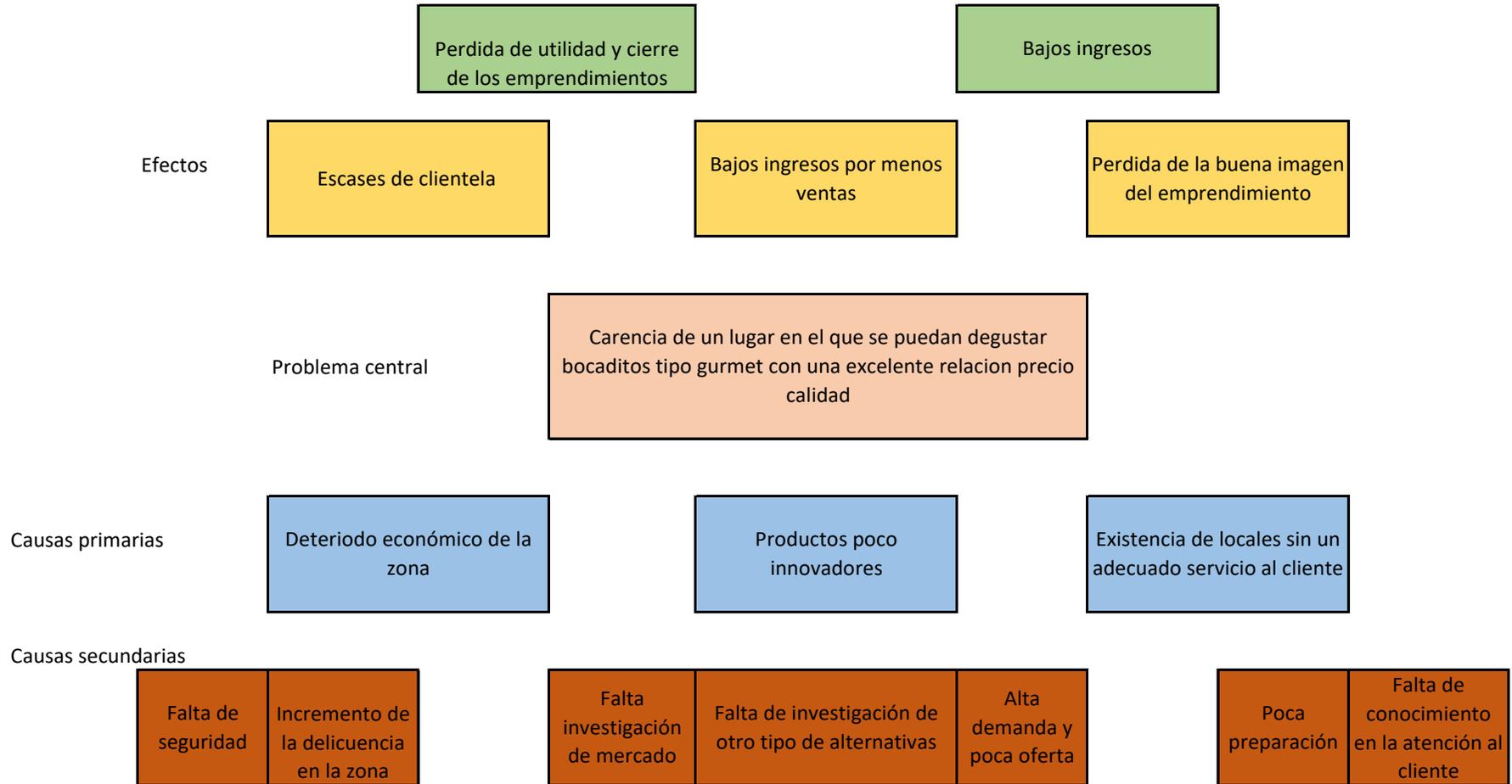
Based on the results obtained, it is concluded that the creation of a delicatessen is viable and offers opportunities for growth and profitability. The project's strengths are highlighted and potential adjustments are proposed to maximize its performance.

Keywords: Study, Delicatessen, quality, product, entrepreneur

Planteamiento del problema

Gráfico 1 Árbol de problemas

ARBOL DE PROBLEMAS



Fuente: Andrade, (2023)

Elaborado por: La Autora

Justificación. –

El propósito fundamental de este estudio de factibilidad es evitar pérdidas financieras innecesarias que podrían desmotivar a los emprendedores y obstaculizar el logro de sus metas. En este caso, la meta principal es la creación de un emprendimiento que no solo proporcione estabilidad económica a sus creadores, sino que también contribuya positivamente al entorno empresarial y social.

La importancia de este enfoque preventivo radica en la necesidad de establecer un negocio que no solo sea rentable a nivel individual, sino que también tenga un impacto positivo en la comunidad y el sector en general. La creación de empresas exitosas no solo implica el beneficio personal, sino también la capacidad de influir de manera positiva en el entorno.

En este contexto, un emprendimiento exitoso puede desempeñar un papel crucial en la reducción de la delincuencia al proporcionar oportunidades de empleo y estabilidad económica a la comunidad. Asimismo, la generación de empleo no solo beneficia a los individuos directamente involucrados, sino que también contribuye al crecimiento económico general.

Además, el emprendimiento puede ser un catalizador para el ahorro de tiempo, ya que los consumidores no tendrían que desplazarse largas distancias para acceder a productos de alta calidad. La ubicuidad y accesibilidad de productos de primera categoría en el mercado local no solo ahorran tiempo a los consumidores, sino que también estimulan la economía local al fomentar la preferencia por productos y servicios locales.

En resumen, el desarrollo de un estudio de factibilidad no solo es una práctica prudente para mitigar riesgos financieros, sino también una estrategia esencial para la creación de emprendimientos que no solo buscan la estabilidad económica individual, sino que también aspiran a contribuir al bienestar de la comunidad y al crecimiento económico general.

Seleccioné este tema debido a mi experiencia en la gestión de negocios relacionados con la comida. Durante toda mi vida, he estado inmerso en este entorno laboral, gracias a la dedicación de mi madre, quien ha dirigido negocios de comida, principalmente enfocados en la comida rápida, desde mi más tierna infancia. Esta elección no solo refleja mi familiaridad con el ámbito, sino que también representa una excelente oportunidad para establecer una sólida fuente de ingresos.

Objetivos. –

General

- Llevar a cabo un estudio de factibilidad detallado con el propósito de evaluar la viabilidad y la factibilidad de establecer con éxito un negocio de delicatessen en la parroquia de la Mariscal, garantizando así una toma de decisiones informada y respaldada por datos sólidos.

Específicos

- Realizar una revisión de fuentes bibliográficas y académicas con el objetivo de fortalecer y respaldar teóricamente el estudio de factibilidad.
- Llevar a cabo un análisis detallado y una evaluación financiera con el propósito de determinar con precisión la viabilidad económica y la rentabilidad del proyecto.
- Conducir un estudio de mercado focalizado en la parroquia de la Mariscal mediante la implementación de encuestas sectoriales, con el fin de obtener percepciones y opiniones valiosas de la audiencia objetivo, enriqueciendo así la comprensión del mercado local.
- Establecer la demanda con precisión para establecer un criterio sólido sobre el nivel de inversión requerido, garantizando así una asignación de recursos estratégica y adecuada al mercado.
- Realizar un análisis exhaustivo de los costos de los insumos con el objetivo de implementar un eficiente control financiero en la empresa, asegurando una gestión adecuada de los recursos y una toma de decisiones informada.

CAPÍTULO I

1. MARCO TEÓRICO

Proyecto

Según Urbina G. (2013), un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema, la cual tiende a resolver una necesidad humana. En este sentido puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distinto, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.

Es decir que es una idea que busca desarrollarse para lograr un objetivo en específico que logre resolver un problema o satisfacer una necesidad.

Estudio de Factibilidad

Flores, Juan (2015) en su obra proyectos de inversión para pyme opina que:

“El estudio de factibilidad debe conducir a la identificación precisa del plan de negocio a través del estudio de mercado, tamaño, localización, ingeniería del proyecto, diseño del modelo administrativo, estimación del nivel de inversiones y su cronología, así como los costos de operación y el cálculo de los ingresos, identificación plena de las fuentes de financiación, aplicación de criterios de evaluación financieros, económicos, sociales y ambientales que permitan obtener argumentos para la realización del proyecto” (pág. 25).

Un estudio de factibilidad es una herramienta analítica que permite evaluar la viabilidad de un proyecto, así como la capacidad de una organización para su cumplimiento, es fundamental realizarlo si no se quiere hacer una inversión en un negocio; de acuerdo a lo que los autores citados afirman que un estudio de factibilidad requiere varios estudios.

Elementos del Estudio de Factibilidad



Grafico 2 Elementos del estudio de factibilidad

Elaborado por: La Autora

Estudio Técnico

Según MEZA, Johnny (2013) menciona que “con el estudio técnico se pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto, para determinar si es posible producir y vender 70 productos o servicios con l calidad, cantidad y costo requerido; para ellos es necesario identificar tecnologías, maquinarias y equipos, insumos, materias primas, procesos recursos humanos, etc.” (pág.26).

Esta sección analiza los requisitos técnicos del proyecto de inversión, tales como: ubicación, capacidad productiva y operativa, tecnología, equipamiento e insumos necesarios para que se utilice para identificar la inversión total para que la empresa puede iniciar operaciones y asegurar su viabilidad técnica requisitos presentados.

Empresa

Según el Art. 25 del Código de Comercio “Se entenderá por empresa toda actividad económica organizada para la producción, transformación, circulación, administración o custodia de bienes, o para la prestación de servicios. Dicha actividad se realizará a través de uno o más establecimientos de comercio”.

Una empresa puede definirse como una entidad organizada con la finalidad de alcanzar

objetivos específicos mediante la producción o prestación de bienes y servicios.

Delicatessen

Según Yabebiry, en un artículo de la revista El Gran Chef del 2007:

“ El término “delicatessen” hace referencia a algún tipo de tienda de comida. Es una palabra de origen alemán y su significado real es “delicadeza” (por la comida), aunque dependiendo del país en el que se la mencione tiene diferentes significados. ”

En palabras más simples, un delicatessen, o "deli", es un lugar especializado en ofrecer alimentos de alta calidad y gourmet. En este tipo de establecimiento, encuentras una variedad de productos selectos como quesos artesanales, embutidos de primera calidad, panes especiales, condimentos únicos y otros alimentos exclusivos. La idea principal es brindar a los clientes una experiencia culinaria única, donde la calidad y la singularidad de los productos son esenciales. Además de la venta de estos productos, algunos delicatessen también pueden ofrecer servicios adicionales como comidas ya preparadas, catering o eventos especiales para resaltar la excelencia de sus ofertas gastronómicas.

2. MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

Organización: son sistemas administrativos creados para lograr metas u objetivos con el apoyo de las propias personas, o con apoyo del talento humano, los recursos disponibles, entre otras.

Planeación: proceso de toma de decisiones para alcanzar un futuro deseado, teniendo en cuenta la situación actual y los factores internos y externos que pueden influir en el logro de los objetivos.

Inversión: el término inversión es un término con varias acepciones relacionadas como el ahorro, la ubicación de capital y la postergación del consumo. Aparece en gestión empresarial, en finanzas y en macroeconomía

Ventas: actividades realizadas para incentivar potenciales clientes a realizar una determinada compra.

Viabilidad: estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de

datos base de naturaleza empírica

VAN: el (Valor Actual Neto) es un indicador financiero utilizado en la evaluación de proyectos de inversión, calcula la rentabilidad de un proyecto al considerar el valor temporal del dinero.

TIR:(Tasa Interna de Retorno) es otro indicador financiero utilizado en la evaluación de proyectos de inversión, es la tasa de descuento que hace que el valor presente neto de los flujos de efectivo sea igual a la inversión inicial.

Delicatessen: se refiere a alimentos y productos culinarios de alta calidad y a establecimientos que los ofrecen, generalmente con un énfasis en la exquisitez y la singularidad de los sabores.

Zona de bebidas: se refiere a un área designada o segmento específico en un establecimiento, evento o espacio, dedicado a la preparación, servicio y consumo de bebidas.

Zona circulación del cliente: se refiere al área dentro de un establecimiento o espacio comercial que está diseñada y destinada para que los clientes se muevan, transiten o circulen. Este espacio se planifica estratégicamente para facilitar un flujo eficiente de clientes

Encuesta: Las encuestas son herramientas valiosas para la investigación social, de mercado, académica y empresarial, ya que proporcionan una forma estructurada y sistemática de obtener información directa de individuos o grupos.

Investigación de mercado: es un proceso sistemático de recopilación, análisis e interpretación de información sobre un mercado, incluidos los consumidores, competidores, productos y factores del entorno.

Evaluación financiera de proyectos: es un proceso sistemático que implica el análisis y evaluación de aspectos económicos y financieros para determinar la viabilidad y rentabilidad de una inversión.

Servicio: acción, desempeño o beneficio proporcionado por una entidad o persona a otra

Cliente: persona, organización o entidad que adquiere bienes o servicios de otra persona, empresa o entidad en un intercambio comercial.

3.- Marco legal

Los pasos para crear una empresa en Ecuador son los siguientes

Registro de la empresa: El primer paso es registrar la empresa ante el Ministerio de Producción, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca (MPCEIP) para obtener el Registro Único

de Contribuyentes (RUC).

Obtención de la licencia de funcionamiento: Se debe obtener una licencia de funcionamiento ante la municipalidad correspondiente donde se va a establecer la empresa.

Registro laboral: La empresa debe registrarse ante el Ministerio de Trabajo para obtener un número patronal y cumplir con las leyes laborales del país.

Obtención de permisos especiales: En algunos casos, dependiendo del tipo de negocio, puede ser necesario obtener permisos especiales de otras instituciones gubernamentales, como el Ministerio de Salud o el Ministerio del Ambiente.

Apertura de una cuenta bancaria: La empresa debe abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa para realizar transacciones comerciales.

Inscripción en el sistema de seguridad social: La empresa debe inscribirse en el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS) para garantizar la protección social de sus trabajadores.

Inscripción en el sistema tributario: La empresa debe inscribirse en el Servicio de Rentas Internas (SRI) para cumplir con las obligaciones fiscales.

Registro de marcas y patentes: Si la empresa tiene una marca o patente registrada, debe registrarse en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) para proteger su propiedad intelectual.

Contratación de personal: Una vez que la empresa está registrada y cumple con los requisitos legales, puede contratar personal y comenzar sus actividades comerciales.

Derechos de Propiedad Intelectual

Los derechos intelectuales se refieren a las creaciones de la mente, tales como obras literarias, artísticas, invenciones científicas e industriales, así como los símbolos, nombres e imágenes utilizadas en el comercio.

La Propiedad Intelectual otorga al autor, creador e inventor el derecho de ser reconocido como titular de su creación o invento y, por consiguiente, ser beneficiario del mismo.

Los Estados son los responsables de garantizar una legislación clara para precautelar este bien común. En Ecuador, el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI) es el organismo encargado de proteger, fomentar, divulgar y conducir el buen uso de la Propiedad Intelectual desde el enfoque de tres áreas distintas: propiedad industrial, derecho de autor y derechos conexos y obtenciones vegetales y conocimientos tradicionales.

La Propiedad Industrial se refiere a la protección que tiene toda persona natural o jurídica sobre sus invenciones, diseños industriales, circuitos integrados, marcas, signos distintivos, lemas comerciales y otros elementos relacionados con el mercado, la industria y el comercio.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO DE MERCADO Y COMERCIALIZACIÓN

DISEÑO METODOLÓGICO

Tipo de la Investigación

Se realizará una investigación aplicada de campo, por medio de la investigación exploratoria.

Se realizará un diagnóstico de mercado para obtener información acerca de la viabilidad.

Métodos de la Investigación

Se aplicará el método deductivo: se aplicará para conocer los entornos en los cuales se han manejado estudios de este producto y obtener conclusiones.

Se aplicará el método inductivo: determinara las conclusiones del proyecto en base a los datos previamente obtenidos a través de las técnicas de investigación que se aplicaron en dicho proceso.

Técnicas de Investigación

Se utilizará la técnica de encuesta, la misma que será aplicada a 186 personas en la parroquia de la Mariscal.

Instrumento

Cuestionario Estructurado

Como instrumento para la presente investigación, se utilizará una encuesta de diez preguntas, que servirán para el respectivo análisis de aceptación con los consumidores de Delicatesen Britnay en el Sector de la Mariscal, el cual servirá para evaluar si es factible la creación del emprendimiento.

Unidad de Análisis

En la realización de este proyecto, durante la evaluación y comprensión de los resultados

obtenidos, identificamos cuatro categorías de variables: la oferta, la demanda, el precio y las estrategias de comercialización.

SEGMENTOS DE MERCADO

- Geográfica. - el proyecto fue enfocado a los habitantes de la parroquia de La Mariscal que se encuentra en el centro norte del Distrito Metropolitano de Quito, a cargo de la Administración Eugenio Espejo, sin embargo, debido a la gran densidad poblacional que tiene este sector, la investigación tuvo como lugar estratégico La Zona Turística de la Mariscal.

- Demográfica. – Para la presente investigación se ha considerado a hombres y mujeres que oscilan entre las edades de 10 años en adelante.

Revisada la información que disponemos se ha establecido dentro de la población a la cual se efectuó esta investigación y según el diagnóstico de mercado realizado se ha establecido de que existe una alta demanda en adquirir el producto que se va a comercializar que da un porcentaje del 88%, esto en base a los datos arrojados de la encuesta efectuada a la muestra de la población.

Recolección y Procesamiento de Datos

Población y Muestra

Con el propósito de poder cumplir con los objetivos del presente estudio de factibilidad, nos hemos enfocado en la población que pueda consumir cualquier tipo de alimentos, considerando la edad de entre los 5 años en adelante en una de las parroquias más emblemáticas que es la parroquia de la Mariscal, que se encuentra ubicada en la Administración Zonal Eugenio Espejo del Distrito Metropolitano de Quito:

Ilustración 1
Zonales del
Metropolitano



Administraciones
Distrito
de Quito

Fuente: (Yunda Machado, Chalá Reinoso, & Martínez Reinoso, 2020)

De acuerdo con la información proporcionada por el INEC en 2018, la parroquia de la Mariscal se destaca por tener una alta densidad y un crecimiento poblacional significativo. Según las estimaciones, la población total de la parroquia alcanza aproximadamente los 100.000 habitantes.

Ilustración 2 Mapa Turístico



Fuente: Municipio de Quito, 2023

Razón por la cual el presente trabajo investigativo se enfocó en la Zona Turística La Mariscal que se encuentra ubicado en el sector centro de La Mariscal, interceptando entre las calles 10 de agosto, Francisco de Orellana y Diego de Almagro.

Ilustración 3 Mapa de la Mariscal y Alrededores



Fuente: Municipio de Quito, 2023

Este sector es uno de los lugares de mayor concentración de pobladores, razón por la cual, y en base a esta información se utilizó un total de población de 15,841 habitantes que residen el sector según el censo del 2010 y se aplicó la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra, tomando un margen de error del 8% y un nivel de confianza del 95%, para lo cual:

n = Tamaño de la Muestra

$PQ = 0.25$

$E2$ = Margen de Error

$K = 2 = 4$

N = Universo poblacional

Dando como resultado la Siguiete Fórmula:

$$n = \frac{PQ * N}{N - 1 \left(\frac{E^2}{K^2} \right) + PQ}$$

Utilizando los siguientes datos:

n = Tamaño de la Muestra

$PQ =$ Cuartil 0.25

$E2 =$ Margen de Error (0.08)

$K = 2 = 4$

N= Universo poblacional (20.000)

$$n = \frac{0,25 * 15841}{15841 - 1 \left(\frac{0,08^2}{2^2} \right) + 0.25}$$

$$n = \frac{3960,25}{15840 \left(\frac{0,08^2}{2^2} \right) + 0.25}$$

$$n = \frac{3960,25}{15840 \left(\frac{0,0064}{4} \right) + 0.25}$$

$$n = \frac{3960,25}{15840 \left(\frac{0,0064}{4} \right) + 0.25}$$

$$n = \frac{3960,25}{15840(0,0016) + 0.25}$$

$$n = \frac{3960,25}{15840(0,0016) + 0.25}$$

$$n = \frac{3960,25}{25.344 + 0.25}$$

$$n = \frac{3960,25}{25.594}$$

$$n = 154,733531$$

La muestra sugerida que aplicada al siguiente trabajo investigativo será de 155 personas que visiten el sector de La Mariscal, en la parroquia de La Mariscal, sin embargo, se tomaron 186 encuestas. (Anexo 1).

Análisis e Interpretación de Resultados

En este punto de la investigación se analizarán las preguntas básicas que servirán como guía para determinar si existen una aceptación a este modelo de negocio.

Técnicas y modelos a utilizarse

Como técnica se utilizará la tabulación por medio de técnicas estadísticas, con la transformación de datos a porcentajes en Excel.

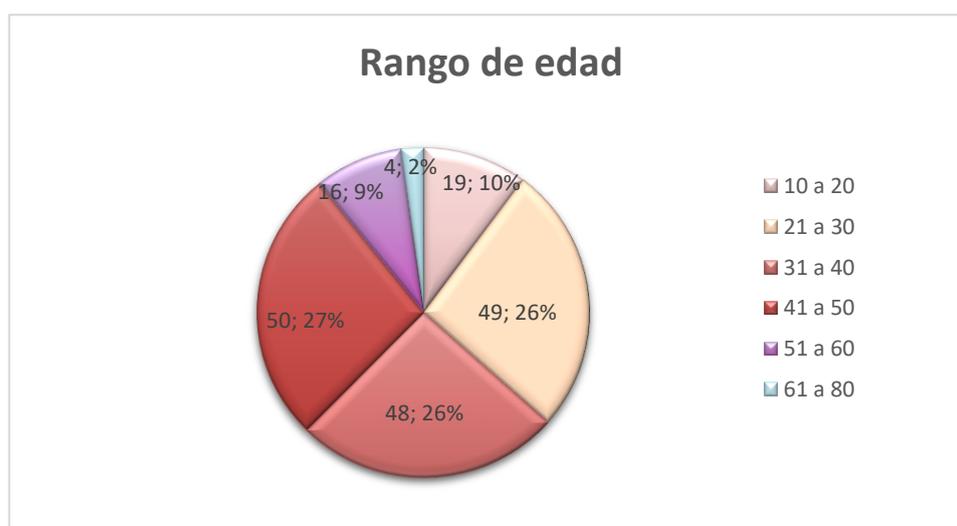
Tabla 1 Rango de edad

EDAD	RANGO	%
10 a 20	19	10%
21 a 30	49	26%
31 a 40	48	26%
41 a 50	50	27%
51 a 60	16	9%
61 a 80	4	2%
TOTAL	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 3 Rango de edad



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

En las respuestas se identificó que el 50.27% es el rango más alto de personas las cuales fueron encuestadas.

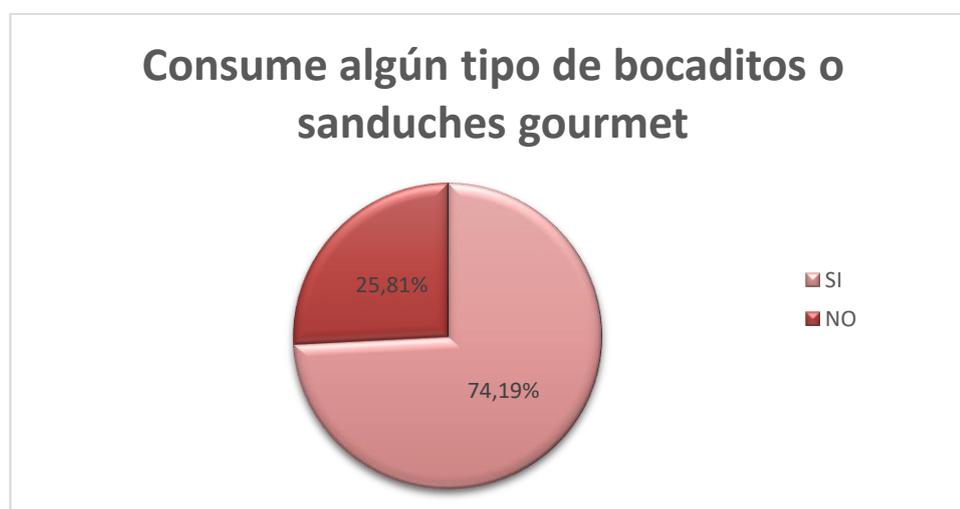
Tabla 2 ¿Consumes algún tipo de bocaditos o sandwiches gourmet?

DETALLE	FRECUENCIA	%
SI	138	74,19%
NO	48	25,81%
Total:	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 4 Consumo de bocaditos o sandwiches gourmet



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e Interpretación

En las respuestas se identificó que el 74.19% si consumen bocaditos o sandwiches gourmet, mientras el 25.81% no. Un gran número de personas del sector van a consumir nuestros productos ecuatorianos, los cuales se encuentran caracterizándose por sus sabores y variedad, con diferentes ingredientes y tamaños. Como resultado, nuestros productos si les gusta a las personas del sector de La Mariscal.

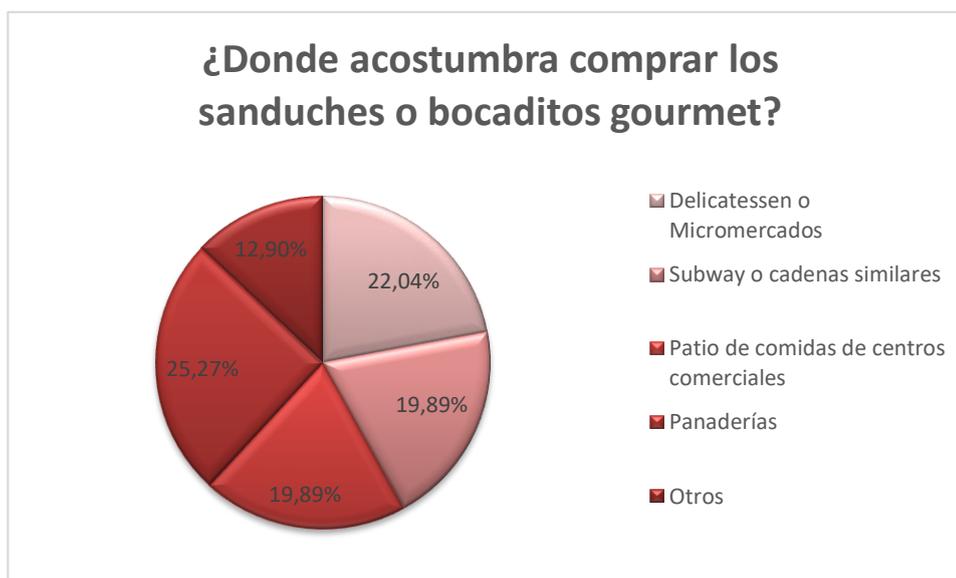
Tabla 3 ¿Consumes algún tipo de bocaditos o sandwiches gourmet?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Delicatessen o Micromercados	41	22,04%
Subway o cadenas similares	37	19,89%
Patio de comidas de centros comerciales	37	19,89%
Panaderías	47	25,27%
Otros	24	12,90%
Total	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 5 Lugar del consumo



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

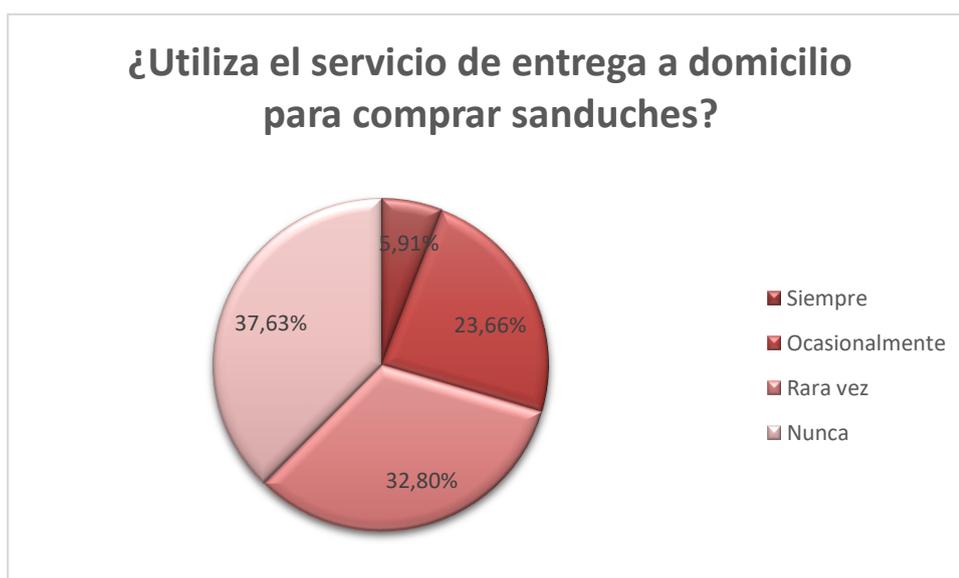
De acuerdo con el total de las personas encuestadas respondieron un 25.27% que les gusta adquirir más el producto en Panaderías, 22,04% dijo que en Delicatessen o Micromercados, 19.89% dijo que consumen en Subway o cadenas similares, el 19,89% en Patio de comidas en centros comerciales y un 12,90% en otros lugares.

Tabla 4 ¿Utiliza el servicio de entrega a domicilio para comprar sandwiches?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Siempre	11	5,91%
Ocasionalmente	44	23,66%
Rara vez	61	32,80%
Nunca	70	37,63%
Total	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 6 Nivel de consumo a domicilio

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

De acuerdo con el total de las personas encuestadas respondieron un 37.63% no suelen solicitar nunca servicio a domicilio, el 32,80% dijo que lo solicitaban rara vez, 23.66% dijo que ocasionalmente y un 5,91% siempre.

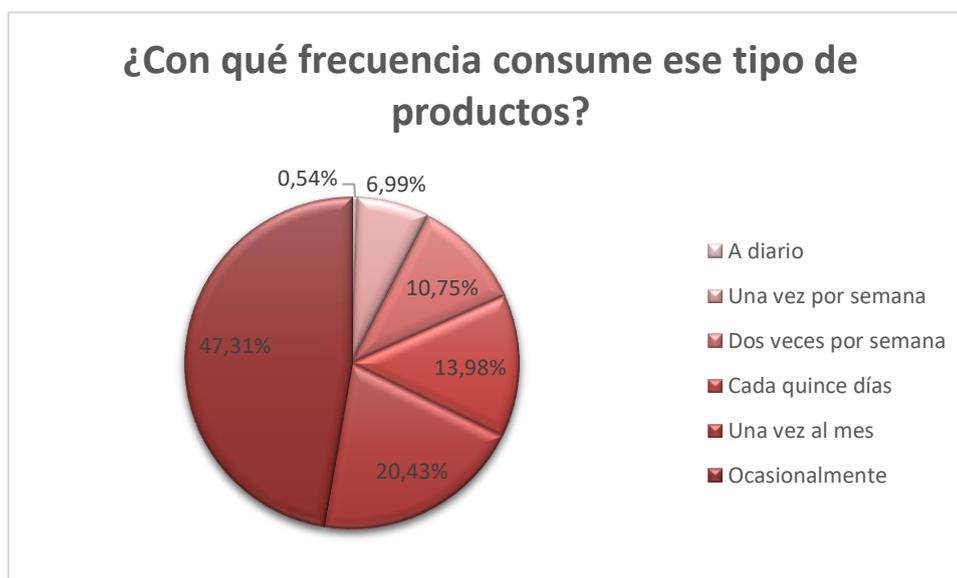
Tabla 5 ¿Con qué frecuencia consume ese tipo de productos?

DETALLE	FRECUENCIA	%
A diario	1	0,54%
Una vez por semana	13	6,99%
Dos veces por semana	20	10,75%
Cada quince días	26	13,98%
Una vez al mes	38	20,43%
Ocasionalmente	88	47,31%
Total	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 7 Nivel de consumo de los productos



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

El 47.31% de los encuestados consumen estos productos ocasionalmente, 20.43% lo consumen una vez por mes, 13.98% dijo que los consumen cada quince días, el 10,75% dos veces por semana, el 6.99% lo consumen una vez por semana y el 0.54% siempre. Nos podemos dar cuenta que tuvimos un buen resultado por las personas que consumen por lo menos una vez al mes.

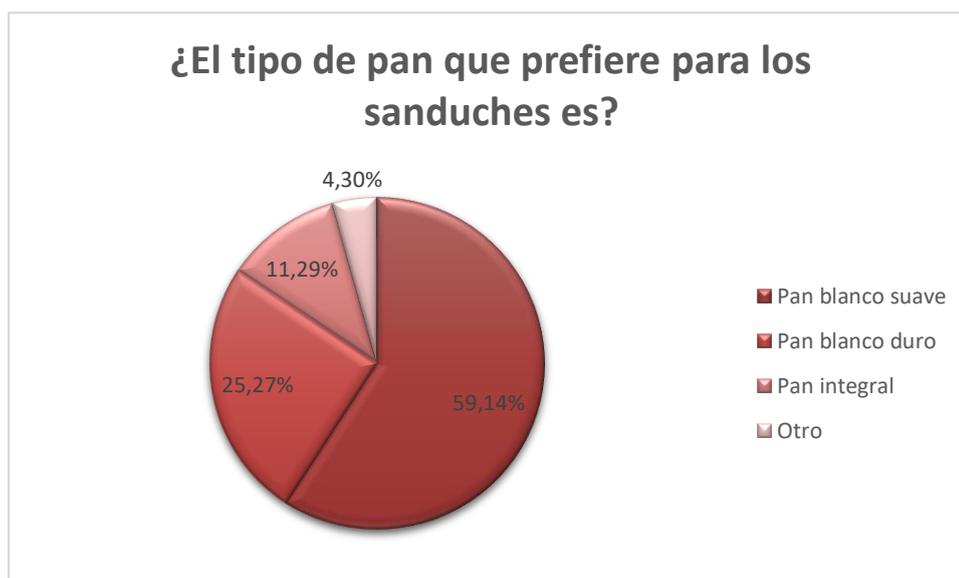
Tabla 6 ¿El tipo de pan que prefiere para los sandwiches es?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Pan blanco suave	110	59,14%
Pan blanco duro	47	25,27%
Pan integral	21	11,29%
Otro	8	4,30%
Total	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 8 Preferencia del pan en el producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

El 59.14% de los encuestados prefieren el su sandwich en pan blanco suave, 25.27% lo consumen en un pan blanco duro, el 11.29% dijo que lo prefieren en pan integral y el 4.30% en otro tipo de pan. Nos podemos dar cuenta que tuvimos un buen resultado por las personas que lo prefieren en pan blanco suave.

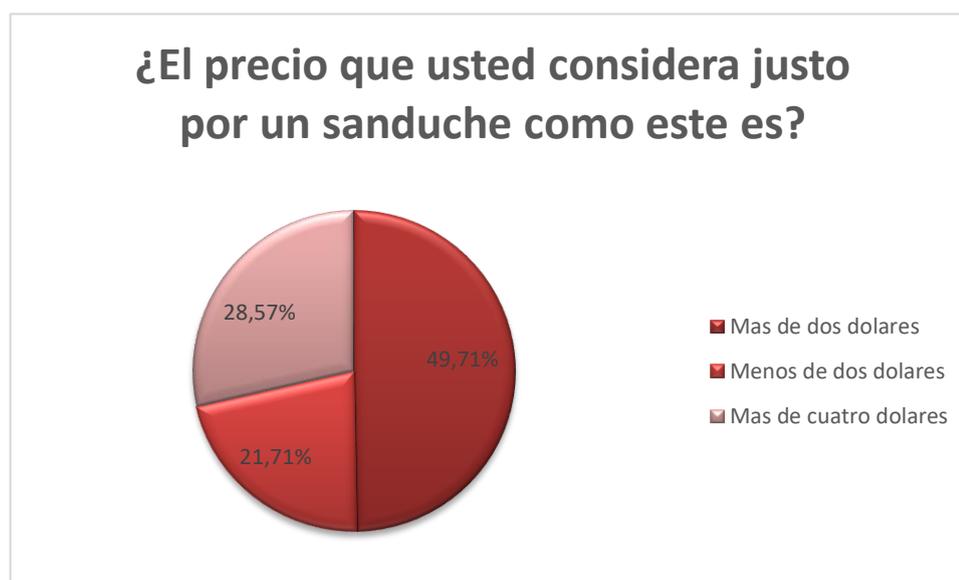
Tabla 7 ¿El precio que usted considera justo por un sandwich como este es?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mas de dos dolares	87	0,46774194
Menos de dos dolares	38	0,20430108
Mas de cuatro dolares	50	0,2688172
Total	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 9 Preferencia del precio sobre el producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Los encuestados dijeron que el 49,71% pagaría más de 2\$ por nuestro producto, 21,71% de las demás personas dijeron que pagarían menos de 2\$ por nuestro producto y un 28,57% dijo que pagaría más de un 4\$ por el producto. Podemos ver que tenemos un resultado bueno que las personas pagarían más de 2\$ por adquirir nuestros productos de calidad que van a ser encontrados en norte de quito en el sector de La Mariscal.

Tabla 8 ¿Cuáles son los ingredientes preferidos para rellenar el sandwich? Escoja tres:

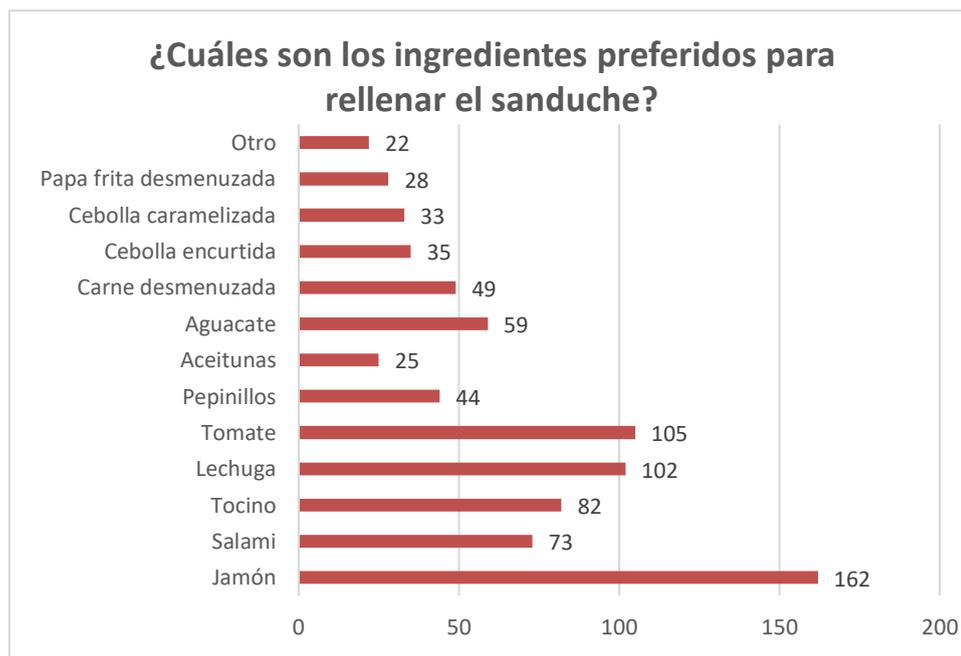
DETALLE	FRECUENCIA	%
Jamón	162	29,03%

Salami	73	13,08%
Tocino	82	14,70%
Lechuga	102	18,28%
Tomate	105	18,82%
Pepinillos	44	7,89%
Aceitunas	25	4,48%
Aguacate	59	10,57%
Carne desmenuzada	49	8,78%
Cebolla encurtida	35	6,27%
Cebolla caramelizada	33	5,91%
Papa frita desmenuzada	28	5,02%
Otro	22	3,94%
TOTAL	558	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 10 Preferencia del precio sobre el producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Nos podemos dar cuenta que los ingredientes preferidos 162 votos es el jamón, seguido

por el tomate con 105 votos y el tercer más votado es la lechuga.

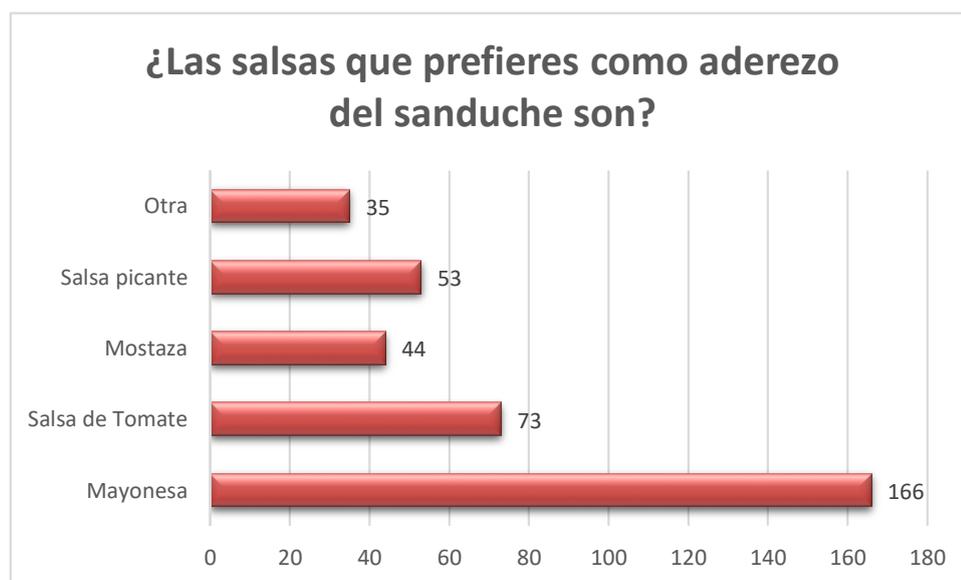
Tabla 9 ¿Las salsas que prefieres como aderezo del sanduche son? Escoja dos:

DETALLE	FRECUENCIA	%
Mayonesa	166	44,62%
Salsa de Tomate	73	19,62%
Mostaza	44	11,83%
Salsa picante	53	14,25%
Otra	35	9,41%
Total	372	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 11 Preferencia del precio sobre el producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

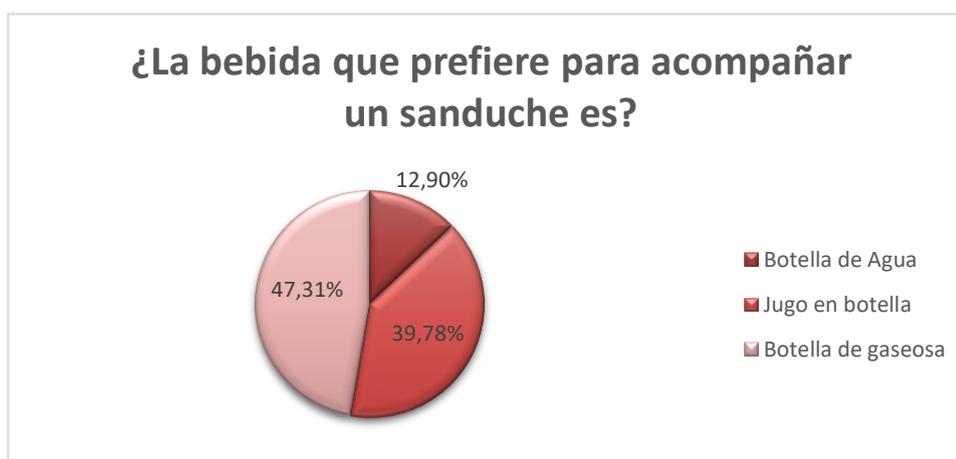
Nos podemos dar cuenta que los aderezos preferidos con 166 votos es la mayonesa, seguido por la salsa de tomate con 73 votos y el tercer más votado es la salsa picante con 53.

Tabla 10 ¿La bebida que prefiere para acompañar un sanduche es?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Botella de Agua	24	12,90%
Jugo en botella	74	39,78%
Botella de gaseosa	88	47,31%
Total	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 12 Preferencia del precio sobre el producto

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Según las respuestas de los encuestados, el 47,31% preferiría la botella con gaseosa con nuestros productos, con un 39.78% de los encuestados dijeron el jugo en botella les parece la mejor opción para acompañar nuestro producto y el 12,90% prefiere la botella de agua.

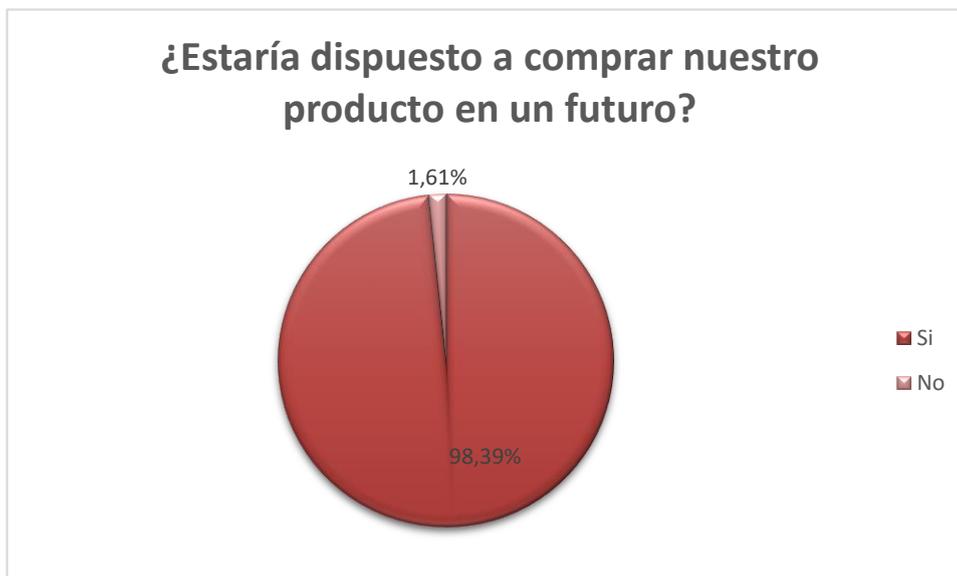
Tabla 11 ¿Estaría dispuesto a comprar nuestro producto en un futuro?

DETALLE	FRECUENCIA	%
Si	183	98,39%
No	3	1,61%
Total	186	100%

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Grafico 13 Preferencia al momento de comprar el producto



Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

Análisis e interpretación

Según las respuestas de los encuestados, está claro que el 98.39 % está dispuesto a comprar de nuestros productos en un futuro. Con un 1.61% de los encuestados dijeron que no estarían dispuestos a comprar nuestro producto, teniendo buenos resultados para que nuestro producto se conocido a nivel nacional.

Conclusión de la investigación de mercado

El proceso de los resultados se realizó utilizando herramientas ofimáticas que permitieron el análisis de variables donde se pudo identificar claramente las respuestas de las personas a la producción y comercialización de producto.

- El análisis de los resultados arrojó que el 98.39% de los encuestados en el sector de La Mariscal comprarían nuestro producto.
- El precio es aceptado por las características que tendría cada producto dependiendo de su ingrediente y tamaño.
- La investigación indica que existe una base sólida para la lealtad del cliente, ya que un número significativo de personas ha mostrado interés y disposición a respaldar el producto. La construcción de relaciones a largo plazo con estos clientes puede ser clave para el éxito continuo del negocio.
- La investigación revela una aceptación positiva del producto entre la

muestra de las personas. Este nivel de aceptación es esencial para el éxito a largo plazo en el mercado, ya que indica que el producto cumple con las expectativas y necesidades de los consumidores.

- La mayoría de los participantes de la encuesta prefieren disfrutar de bocadillos elaborados con pan blanco de textura suave, siendo el jamón su ingrediente favorito. Estos productos suelen adquirirse con mayor frecuencia en panaderías y tiendas de delicatessen.

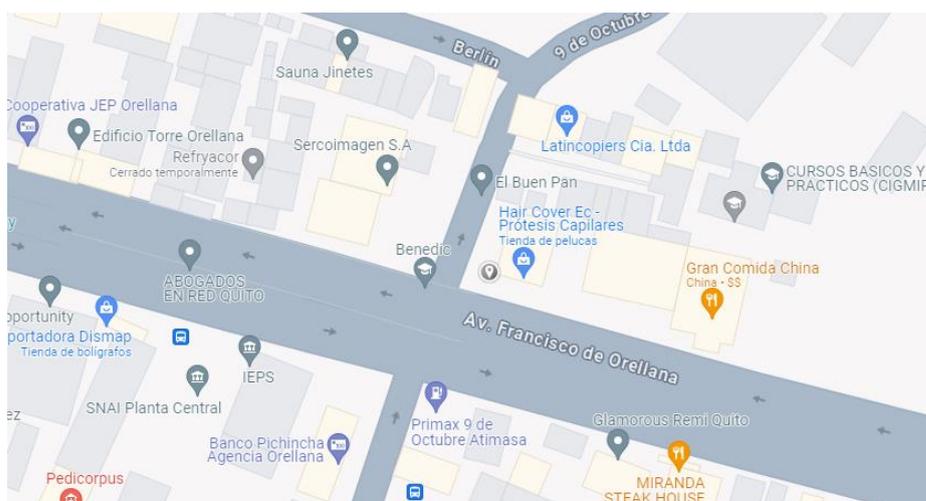
CAPÍTULO III

DISEÑO TECNICO

Macro localización

El negocio estará ubicado en la Avenida Francisco Orellana y 9 de octubre, en un edificio esquinero donde se alquilan locales comerciales. Enfrente se encuentra la gasolinera Primax, y en las cercanías se halla el colegio Dilon, una sucursal del Banco Pichincha, una cooperativa Jeep, la empresa de vehículos Nissan, entre otros establecimientos comerciales que atraen un flujo constante de personas.

Ilustración 4 Mapa del sector

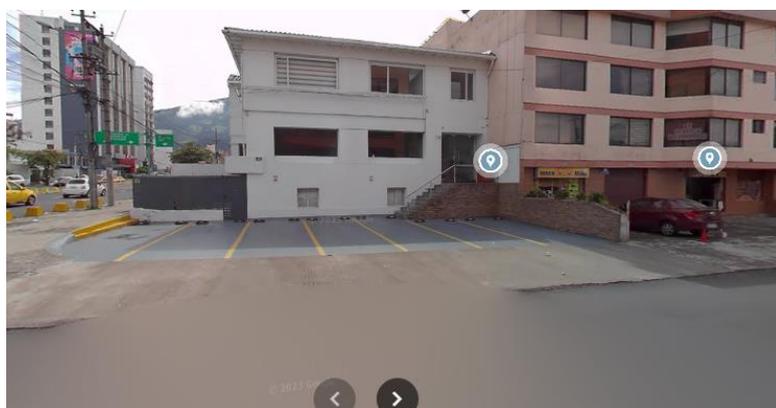


Fuente: Google Maps

Micro localización

El lugar presenta una fachada de color blanco y dispone de estacionamiento. Está situado en una zona muy buena, con infraestructura adecuada para futuras expansiones. Además, se beneficia de su excelente ubicación en la zona.

Ilustración 5 Micro localización



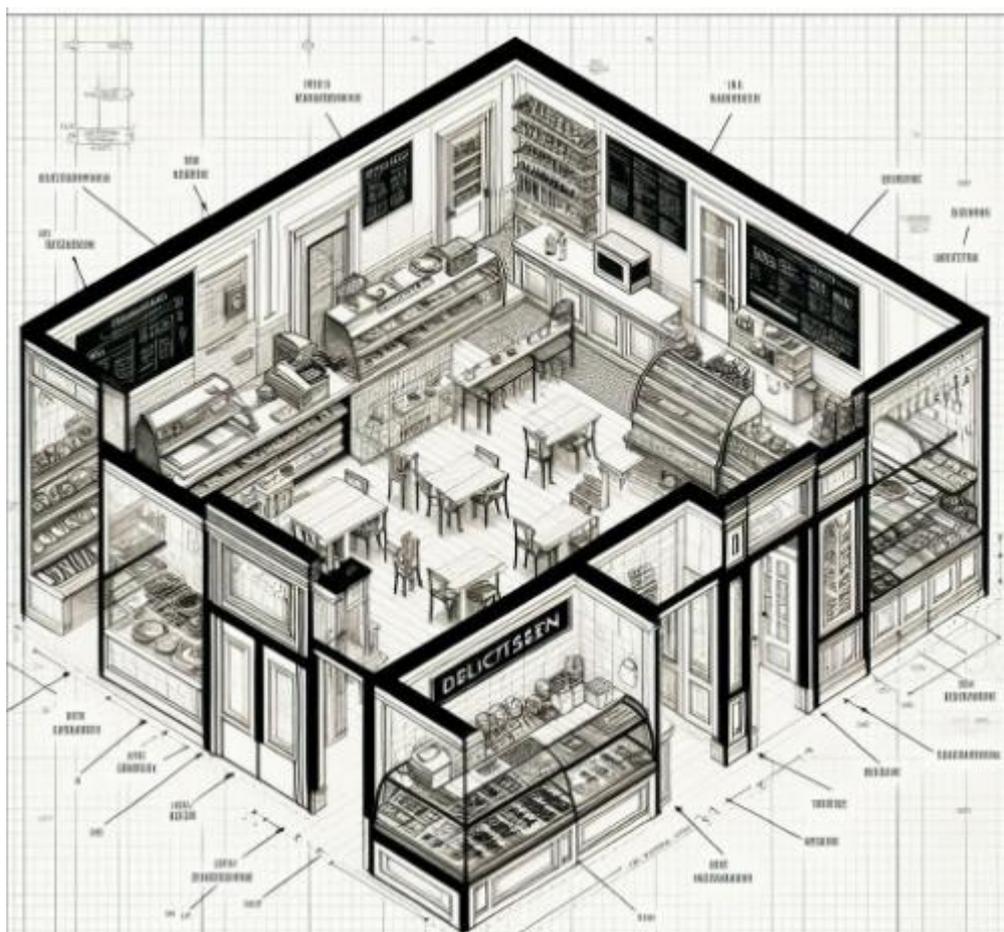
Fuente: Google Maps

DISEÑO DE LAS AREAS DEL NEGOCIO

El diseño del espacio comprende un área de atención al cliente, mesas para disfrutar de los alimentos, vitrinas y refrigeradores estratégicamente ubicados para optimizar el espacio, así como tres puertas: dos para el acceso del público y una para la entrada a la cocina. Los productos están distribuidos por áreas específicas.

En el área derecha se encuentran los alimentos refrigerados, mientras que en el lado izquierdo se disponen los panes y alimentos envasados. En una esquina se sitúa la sección de bebidas junto al lugar destinado para calentar los alimentos, y en el centro se distribuyen las mesas. Desde estas, se tiene vista a las puertas de acceso y a la caja, donde también se exhiben más productos.

Ilustración 6 Áreas del negocio



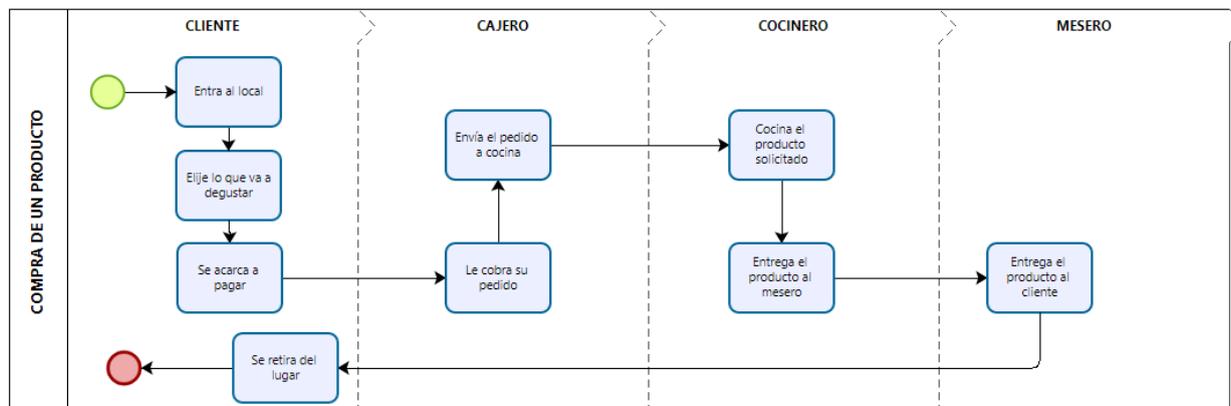
Elaborado por: La Autora

DESCRIPCIÓN DEL PROCESO

1. El cliente entra por la puerta principal.
2. Observa los productos exhibidos.
3. Selecciona el artículo de su interés para consumir o comprar.

4. Se acerca al mostrador para realizar su pedido, si se trata de algún producto que requiere preparación.
5. Realiza el pago de su compra.
6. Recibe su pedido y procede a degustarlo.
7. Finalmente, se retira del establecimiento.

Ilustración 7 Diagrama del proceso de compra del producto



Elaborado por: La Autora

DETALLE DE LAS MAQUINARIAS Y EQUIPOS

Tabla 12 Detalle maquinarias y equipos

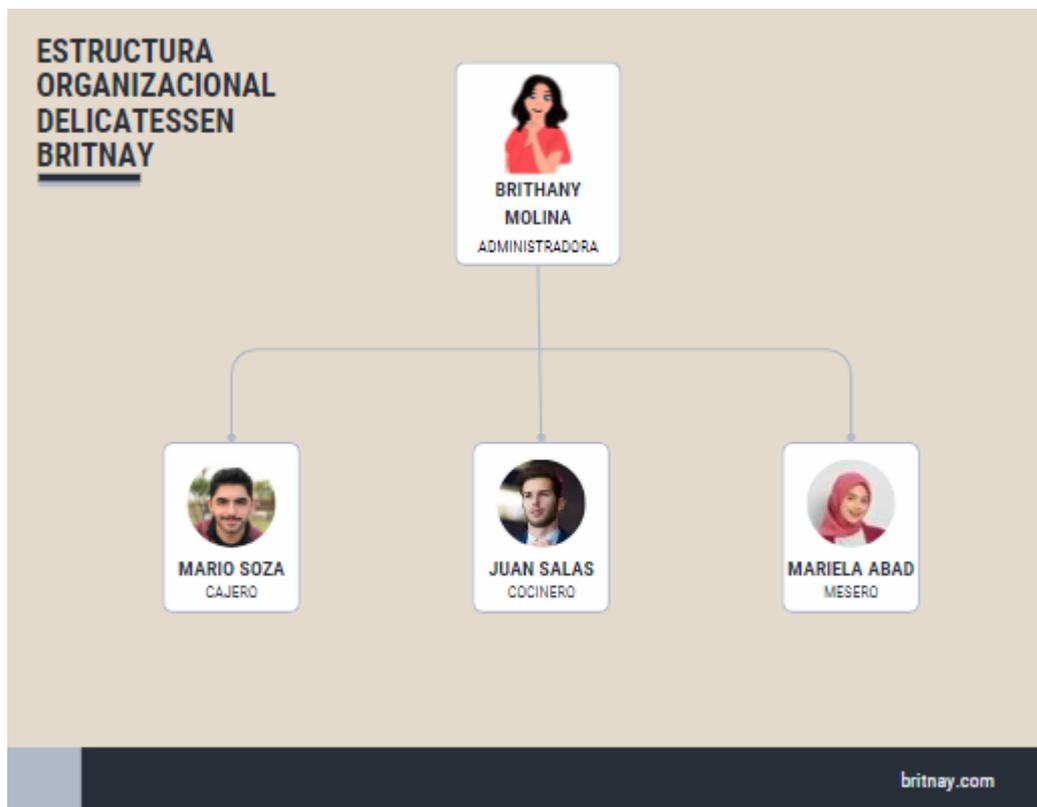
DETALLE	STOCK	PRECIO
Cocinas	1	3000
Sistema de sonido	2	500
Caja y sistema de facturación	1	1200
Equipos de computo	2	1500
Camaras de seguridad	2	500
Frigoríficos	4	2600
Estanterías	4	540
Excibidores	4	190

Elaborado por: La Autora

DISEÑO ADMINISTRATIVO

ORGANIGRAMA

Ilustración 8 Estructura organizacional de la empresa



Elaborado por: La Autora

DISEÑO BASICO DE LOS CARGOS Y LAS FUNCIONES

Ilustración 9 Perfil profesional de los puestos



Fuente: Contreras, (2024)

Elaborado por: La Autora

PROPUESTA

La elaboración y comercialización de estos productos, con fines principalmente alimenticios. Entre estos productos se pueden encontrar sandwiches, bandejas, bebidas, combos y muchos productos más. La comida gourmet ha ganado fama en el mundo alimenticio en los últimos años. Su facilidad de acceso, costos competitivos y potencial creativo hacen de un delicatessen un negocio altamente rentable.

SEGMENTOS DE MERCADO

- Geográfica. - el proyecto fue enfocado a los habitantes de la parroquia de La Mariscal que se encuentra en el centro norte del Distrito Metropolitano de Quito, a cargo de la Administración Eugenio Espejo, sin embargo, debido a la gran densidad poblacional que tiene este sector, la investigación tuvo como lugar estratégico La Zona Turística de la Mariscal.

- Demográfica. – Para la presente investigación se ha considerado a hombres y mujeres que oscilan entre las edades de 10 años en adelante.

Revisada la información que disponemos se ha establecido dentro de la población a la cual se efectuó esta investigación y según el diagnóstico de mercado realizado se ha establecido de que existe una alta demanda en adquirir el producto que se va a comercializar que da un porcentaje del 88%, esto en base a los datos arrojados de la encuesta efectuada a la muestra de la población.

ESTUDIO FINANCIERO

El estudio financiero es una herramienta fundamental en la planificación y evaluación de proyectos, ya que proporciona una visión detallada de la salud económica y la viabilidad de una iniciativa. Su estructura típicamente incluye análisis de costos, ingresos, flujos de efectivo y proyecciones financieras a lo largo del tiempo. Este análisis exhaustivo permite a los tomadores de decisiones comprender la magnitud de la inversión requerida, los posibles retornos y la sostenibilidad a largo plazo del proyecto.

La finalidad principal del estudio financiero es brindar información estratégica que respalde la toma de decisiones informadas. Proporciona a los inversionistas, gerentes y otros interesados una perspectiva clara sobre los riesgos financieros asociados con el proyecto, identificando oportunidades para mejorar la rentabilidad y mitigar posibles desafíos. Además, el estudio financiero facilita la identificación de fuentes de financiamiento y la estructuración de acuerdos financieros sólidos que respalden el desarrollo exitoso de la iniciativa.

La viabilidad del proyecto se evalúa mediante el estudio financiero al analizar la capacidad del proyecto para generar rendimientos positivos y cumplir con sus obligaciones financieras a lo largo del tiempo. Este análisis no solo se centra en la rentabilidad a corto plazo, sino que también considera la sostenibilidad a largo plazo, asegurando que el proyecto pueda mantenerse y crecer en condiciones económicas variables. En resumen, el estudio financiero es

una herramienta esencial que proporciona una base sólida para la toma de decisiones estratégicas y contribuye a la ejecución exitosa de proyectos.

PROYECCION DE VENTAS

Para determinar el precio de venta se tomó como punto de partida nuestros costos de producción que constan en el anexo respectivo. A estos costos de producción se le añade una utilidad razonable para generar ganancia, pero sin que exceda los precios a las que las cadenas ya establecidas han establecido para productos similares.

Tabla 13 Proyección de ventas delicatessen Britnay

PROYECTO DELICATESSEN BRITNAY
PROYECCION DE VENTAS

VENTAS					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Producto: Combo Sanduche de jamon-pernil-salami, queso , mortadela y aderezo más bebida					
Ventas semana Unidades	150	180	210	240	300
VENTAS año (Unidades)	7.800,00	9.360,00	10.920,00	12.480,00	15.600,00
PRECIO VENTA	\$4,50	\$4,57	\$4,64	\$4,71	\$4,78
Inflación proyectada *					
TOTAL VENTA en USD	\$35.100,00	\$42.768,65	\$50.665,17	\$58.794,75	\$74.625,24
Producto: Bandeja especial (Queso Variedad embutidos) Aceitunas Champiñones) más bebida					
Ventas semana Unidades	150	180	210	240	300
VENTAS año (Unidades)	7.800,00	9.360,00	10.920,00	12.480,00	15.600,00
PRECIO VENTA	\$8,00	\$8,12	\$8,25	\$8,38	\$8,50
TOTAL VENTA en USD	\$62.400,00	\$76.033,15	\$90.071,41	\$104.524,01	\$132.667,10
Producto: Combo mañanero (sanduche tradicional, snack , bebida, galleta)					
Ventas semana Unidades	115	130	180	200	225
VENTAS año (Unidades)	5.980,00	6.760,00	9.360,00	10.400,00	11.700,00
PRECIO VENTA	\$5,50	\$5,58	\$5,67	\$5,76	\$5,85
TOTAL VENTA en USD	\$32.890,00	\$37.752,57	\$53.077,79	\$59.883,55	\$68.406,47
Producto: empanada tradicional (Pollo o carne, Zanahoria, Arberja)					
Ventas semana Unidades	120	150	180	200	240
VENTAS año (Unidades)	6.240,00	7.800,00	9.360,00	10.400,00	12.480,00
PRECIO VENTA	\$1,50	\$1,52	\$1,55	\$1,57	\$1,59
TOTAL VENTA en USD	\$9.360,00	\$11.880,18	\$14.475,76	\$16.331,88	\$19.900,06

Otros productos	\$55.900,00	\$67.373,82	\$83.316,05	\$95.813,67	\$118.239,55
VENTAS TOTALES en USD AL AÑO	\$195.650,00	\$235.808,37	\$291.606,18	\$335.347,86	\$413.838,42

Fuente: Encuesta

Elaborado por: La Autora

COSTOS

Los costos del proyecto han sido meticulosamente calculados, considerando la selección de materias primas de alta calidad que serán utilizadas en la producción. Esta elección estratégica se fundamenta en la intención de competir con las reconocidas cadenas ya consolidadas en el mercado.

La calidad superior de las materias primas no solo contribuirá a la excelencia del producto final, sino que también posicionará a la iniciativa como una opción competitiva y atractiva para los consumidores. Asimismo, la consideración cuidadosa de la calidad de los insumos refleja un compromiso con la satisfacción del cliente y la creación de una propuesta de valor diferenciada.

Un detalle de los costos de producción por producto se presenta a continuación:

Tabla 14 Precio de los ingredientes por producto

Primer producto		Segundo producto		Tercer producto	
Pan	0,25	Quesos	1,1	Pan	0,25
Jamon/pernil /salami	0,6	Jamon	0,9	Jamon/pernil /salami	0,6
Queso	0,45	Jamon serrano	1,05	Queso	0,45
Mortadela	0,25	Aceitunas	0,5	Snack	0,45
Aderezo	0,25	Aderezo	0,15	Aderezo	0,25
Bebida	0,45	Bebida	0,3	Bebida	0,35
				Galleta	0,4
TOTAL:	2,25	TOTAL:	4	TOTAL:	2,75

Fuente: Proyección de compras

Elaborado por: La Autora

Tabla 15 Proyección de compras

**PROYECCION DE
COMPRAS**

COMPRAS					
DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Producto: Combo Sanduche de jamon-pernil-salami, queso , mortadela y aderezo más bebida					
Ventas semana Unidades	150	180	210	240	300
VENTAS año (Unidades)	7.800,00	9.360,00	10.920,00	12.480,00	15.600,00
Precio compra	\$ 2,25	\$ 2,28	\$ 2,32	\$ 2,36	\$ 2,39
Total compras	\$ 17.550,00	\$ 21.384,32	\$ 25.332,58	\$ 29.397,38	\$ 37.312,62
Producto: Bandeja especial (Queso Variedad embutidos) Aceitunas Champiñones) más bebida					
Ventas semana Unidades	150	180	210	240	300
VENTAS año (Unidades)	7.800,00	9360	10920	12480	15600
Precio compra	\$ 4,00	\$ 4,06	\$ 4,12	\$ 4,19	\$ 4,25
Total compras	\$ 31.200,00	\$ 38.016,58	\$ 45.035,70	\$ 52.262,00	\$ 66.333,55
Producto: Combo mañanero (sanduche tradicional, snack , bebida, galleta)					
Ventas semana Unidades	115,00	130,00	180,00	200,00	225,00
VENTAS año (Unidades)	5.980,00	6.760,00	9.360,00	10.400,00	11.700,00
Precio compra	\$ 2,75	\$ 2,79	\$ 2,84	\$ 2,88	\$ 2,92
Total compras	\$ 16.445,00	\$ 18.876,29	\$ 26.538,90	\$ 29.941,77	\$ 34.203,24
Producto: empanada tradicional (Pollo o carne, Zanahoria, Arberja)					
Ventas semana Unidades	120	150	180	200	240
VENTAS año (Unidades)	6240	7800	9360	10400	12480
Precio compra	\$ 0,75	\$ 0,76	\$ 0,77	\$ 0,79	\$ 0,80
Total compras	4.680,00	5.940,09	7.237,88	8.165,94	9.950,03
Compras otros	\$ 39.130,00	\$ 47.161,67	\$ 58.321,24	\$ 67.069,57	\$ 82.767,68
COMPRAS TOTALES	\$109.005,00	\$131.378,95	\$162.466,30	\$186.836,66	\$230.567,12

Elaborado por: La Autora

INVERSIONES

Tabla 16 Valoración de la inversión

ACTIVO	VALOR ORIGINAL
Local de 80 metros cuadrados Av. Orellana	120.000
Decoración interna	8.000
Cocinas	3.000
Sistema de sonido	500
Caja y sistema de facturación	1.200
Rótulo	500
Motos	4.000
Equipos de computo	1.500
Equipo de seguridad	500
Mesas y sillas	1.000
Frigoríficos	2.600
Estanterías	540
Excibidores	190
Sistema contable	500
Constitución y permisos	3.000
TOTALES	147.030,00
CAPITAL DE TRABAJO	10.000,00
TOTAL INVERSION	157.030,00

Elaborado por: La Autora

Tabla 17 Valoración de la decoración interna

Decoración Interna			
20	Manteles	150	AMAZON
15	Expositores	1290	RETIF
5	Mostardor de tienda	4000	EL BOSQUE
5	Gondola Crumb	1900	AMAZON
20	Luces	300	EL BOSQUE
9	Vinera	360	RETIF
Total		8000	

Elaborado por: La Autora

Tabla 18 Valoración sillas y mesas

Sillas y Mesas			
10	Mesas	200	Mercado Libre
40	Sillas	800	
Total		1000	

Elaborado por: La Autora

La tabla exhibe principalmente activos cuyos valores se han derivado de una exhaustiva investigación que abarca diversos sectores comerciales, tanto físicos en la ciudad como en el ámbito digital. Como, por ejemplo: Muebles El Bosque, Amazon, Mercado Libre, etc.

Estos activos son el resultado de un análisis minucioso de los diferentes negocios y su

valor intrínseco en el mercado actual. En el contexto de las operaciones físicas, se han considerado variables como ubicación, demanda local y competencia, mientras que, en el entorno digital, se ha evaluado la relevancia online, presencia en redes sociales y tendencias del mercado virtual.

El 100% de la inversión será financiado con aporte de los socios, puesto que se trata de una inversión un tanto grande que requiere el aporte de al menos tres socios cotizantes que estén en capacidad de aportar un 33.33% de la inversión que equivalen a 157.030,00 dólares.

REMUNERACIONES

El equipo inicial de trabajo se compone de un administrador, un cajero, un cocinero y un mesero, seleccionados de manera cuidadosa para asegurar la eficiencia operativa del negocio en sus primeras etapas. A medida que las ventas experimenten un crecimiento sustancial, se prevé realizar expansiones en la plantilla de personal.

Este proceso de expansión se llevará a cabo de manera escalonada y estratégica, ajustándose a las necesidades específicas del aumento de la demanda y garantizando un servicio óptimo. La adición de nuevos miembros al equipo se realizará de forma planificada, considerando las áreas críticas que requieren refuerzo para mantener la calidad del servicio y la satisfacción del cliente en constante evolución.

Tabla 19 Remuneraciones

ANEXO DE REMUNERACIONES

Año 1

CARGO	n° de personas	Sueldo mes	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
Administrador	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 11.930,40
Cajero	1	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 7.055,48
Cocinero	1	\$ 550,00	\$ 6.600,00	\$ 8.345,90
Meseros	1	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 7.055,48
			Total anual en USD	\$ 34.387,26

Años 2 a 5

CARGO	n° de personas	Sueldo mes	Sueldo anual	Sueldo anual con beneficios
Administrador	1	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 11.930,40
Cajero	1	\$ 460,00	\$ 5.520,00	\$ 7.055,48
Cocinero	2	\$ 550,00	\$ 13.200,00	\$ 16.691,80
Meseros	2	\$ 460,00	\$ 11.040,00	\$ 14.110,96
			Total anual en USD	\$ 49.788,64

Elaborado por: La Autora

Los salarios propuestos sirven como referencia y han sido establecidos considerando las prácticas salariales habituales en negocios en sus fases iniciales, con el objetivo de mantener la competitividad en el mercado.

Es importante destacar que estos sueldos están alineados con los estándares básicos establecidos por la legislación laboral vigente en Ecuador. De esta manera, la empresa busca no solo ser atractiva para potenciales empleados, sino también cumplir con las normativas y proporcionar un ambiente laboral que respeta y valora los derechos y beneficios fundamentales garantizados por la ley.

4.5. GASTOS

Los costos de producción son flexibles y dependen directamente de las unidades de producto que se planean vender a los clientes. Los pormenores de estos costos se encuentran detallados en la sección siguiente del cuadro de gastos, proporcionando una visión de los elementos que componen los gastos de producción.

Este enfoque detallado no solo permite una comprensión precisa de la estructura de costos, sino que también facilita la identificación de áreas donde se pueden implementar estrategias de optimización y eficiencia. En resumen, la transparencia en la presentación de los gastos de producción contribuye a una gestión financiera más informada y eficaz.

Tabla 20 Detalles de gastos del proyecto

DETALLE DE GASTOS DEL PROYECTO

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos de producción por unidad	\$0,50	\$ 0,51	\$ 0,52	\$ 0,52	\$ 0,53
Unidades producidas	7.800	9.360	10.920	12.480	15.600
Gastos de producción en USD	\$3.900,00	\$4.752,07	\$5.629,46	\$6.532,75	\$8.291,69
Arriendo	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00	\$0,00
TOTAL GASTOS DE PRODUCCION	\$3.900,00	\$4.752,07	\$5.629,46	\$6.532,75	\$8.291,69

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Gastos administrativos por año	\$2.580,00	\$2.619,73	\$2.660,08	\$2.701,04	\$2.742,64
TOTAL ADMINISTRACION	\$2.580,00	\$2.619,73	\$2.660,08	\$2.701,04	\$2.742,64

DETALLE	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
Publicidad anual	\$ 5.000,00	\$ 5.077,00	\$ 5.155,19	\$ 5.234,58	\$ 5.315,19
Otros	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000
TOTAL VENTAS	\$6.000,00	\$6.077,00	\$6.155,19	\$6.234,58	\$6.315,19
TOTAL	\$12.480,00	\$13.448,80	\$14.444,72	\$15.468,37	\$17.349,52

Tabla 21 Detalles de gastos administrativos

Gastos Administrativos anuales	
Luz	\$360,00
Agua	\$480,00
Teléfono	\$240,00
Contabilidad	\$1.500,00
Total	\$2.580,00

Elaborado por: La Autora

BALANCE DE RESULTADOS

La composición de los gastos de producción engloba una variedad de elementos esenciales para la creación y entrega de productos. Estos costos se dividen en varias categorías clave que reflejan la complejidad y diversidad de las operaciones de fabricación.

En primer lugar, se encuentran los costos de materia prima, que abarcan los recursos directos utilizados en la producción, como materias primas y componentes. Además, los costos de mano de obra comprenden los salarios y beneficios asociados al personal directamente involucrado en el proceso productivo.

Tabla 22 Balance de resultados

BALANCE DE RESULTADOS

CUENTAS	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
VENTAS	\$ 195.650,00	\$ 235.808,37	\$ 291.606,18	\$ 335.347,86	\$ 413.838,42
(-) MATERIA PRIMA	\$ 109.005,00	\$ 131.378,95	\$ 162.466,30	\$ 186.836,66	\$ 230.567,12
(=) UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 86.645,00	\$ 104.429,42	\$ 129.139,88	\$ 148.511,19	\$ 183.271,30
GASTOS OPERACIONALES	\$ 46.867,26	\$ 47.836,06	\$ 57.344,72	\$ 58.368,37	\$ 60.249,52
(-) REMUNERACIONES	\$ 34.387,26	\$ 34.387,26	\$ 42.900,00	\$ 42.900,00	\$ 42.900,00
(-) COSTOS Y GASTOS DE PRODUCCION	\$ 3.900,00	\$ 4.752,07	\$ 5.629,46	\$ 6.532,75	\$ 8.291,69
(-) GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 2.580,00	\$ 2.619,73	\$ 2.660,08	\$ 2.701,04	\$ 2.742,64
(-) GASTOS DE VENTAS	\$ 6.000,00	\$ 6.077,00	\$ 6.155,19	\$ 6.234,58	\$ 6.315,19
GASTOS NO OPERACIONALES	\$ 10.348,20	\$ 10.348,20	\$ 10.348,20	\$ 10.348,20	\$ 10.348,20
(-) INTERES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
(-) DEPRECIACION ANUAL	\$ 9.748,20	\$ 9.748,20	\$ 9.748,20	\$ 9.748,20	\$ 9.748,20
(-) AMORTIZACION	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00
(=) U.A.I.P	\$ 29.429,54	\$ 46.245,16	\$ 61.446,95	\$ 79.794,63	\$ 112.673,58
(-) IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES 37%	\$ 10.888,93	\$ 17.110,71	\$ 22.735,37	\$ 29.524,01	\$ 41.689,23

(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	\$ 18.540,61	\$ 29.134,45	\$ 38.711,58	\$ 50.270,61	\$ 70.984,36
--	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------	---------------------

Elaborado por: La Autora

Un detalle de los principales gastos de producción que están considerados para la evaluación financiera es la que se presenta a continuación:

Tabla 23 Detalles de gastos de producción

Gastos de Producción anuales	
Mantenimiento local	\$2.000,00
Gasolina	\$800,00
Gastos del personal	\$600,00
otros	\$500,00
Total	\$3.900,00

Elaborado por: La Autora

FLUJO DE CAJA

El flujo de caja de un proyecto es una representación dinámica y detallada de los ingresos y egresos de efectivo asociados con dicha iniciativa a lo largo de un período específico. Este indicador es esencial para evaluar la salud financiera del proyecto, ya que proporciona una visión clara de la liquidez y la capacidad para cumplir con obligaciones financieras.

Para este proyecto se ha considerado una proyección de flujo de caja a 5 años, por el lado de los ingresos considera las recuperaciones de ventas proyectadas de acuerdo de la proyección de ventas que consta en el anexo respectivo, también se registra en los ingresos el valor de recuperación de los activos y del capital de trabajo.

Por el lado de los egresos, el egreso más importante es la inversión que requiere el proyecto es de 157030 dólares que están explicados en el anexo de inversiones que consta en la tabla.

Por otro lado, los egresos correspondientes a costos y gastos de operación y administrativos del proyecto se obtienen de los respectivos anexos que constan en la tabla del presenta trabajo. Adicionalmente al ser una empresa privada se ha calculado los pagos sé que se tendría que hacer por Participación trabajadores e impuesto a la renta de tal manera que se refleje la utilidad que le queda al accionista.

Tabla 24 Detalles flujo de ventas

FLUJO DE CAJA EN USD

DESCRIPCION	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)
INGRESOS						
RECUPERACION DE VENTAS		\$ 195.650,00	\$ 235.808,37	\$ 291.606,18	\$ 335.347,86	\$ 413.838,42
VALOR DE RECUPERACION DE LOS ACTIVOS						\$ 99.555,40
RECUPERACION CAPITAL DE TRABAJO						\$ 10.000,00
CREDITO RECIBIDO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INGRESOS	\$ -	\$ 195.650,00	\$ 235.808,37	\$ 291.606,18	\$ 335.347,86	\$ 523.393,82
EGRESOS						
INVERSION FIJA Y DIFERIDA	\$ 147.030,00					
INVERSION EN CAPITAL DE TRABAJO	\$ 10.000,00					
PAGO COMPRAS		\$ 109.005,00	\$ 131.378,95	\$ 162.466,30	\$ 186.836,66	\$ 230.567,12
REMUNERACIONES		\$ 34.387,26	\$ 34.387,26	\$ 42.900,00	\$ 42.900,00	\$ 42.900,00
GASTOS DE PRODUCCION		\$ 3.900,00	\$ 4.752,07	\$ 5.629,46	\$ 6.532,75	\$ 8.291,69
GASTOS DE ADMINISTRACION		\$ 2.580,00	\$ 2.619,73	\$ 2.660,08	\$ 2.701,04	\$ 2.742,64
GASTOS DE VENTAS		\$ 6.000,00	\$ 6.077,00	\$ 6.155,19	\$ 6.234,58	\$ 6.315,19
IMPUESTOS Y PARTICIPACIONES		\$ 10.888,93	\$ 17.110,71	\$ 22.735,37	\$ 29.524,01	\$ 41.689,23
PAGOS DE INTERES Y CAPITAL		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL EGRESOS	\$ 157.030,00	\$ 166.761,19	\$ 196.325,72	\$ 242.546,40	\$ 274.729,04	\$ 332.505,86
FLUJO NETO DEL EFECTIVO	\$ - 157.030,00	\$ 28.888,81	\$ 39.482,65	\$ 49.059,78	\$ 60.618,81	\$ 190.887,96

Elaborado por: La Autora

VAN

El VAN del proyecto es positivo puesto que los ingresos esperados superan a los egresos esperados luego de realizar la actualización de los flujos de caja al 20%, tal como se muestra en el siguiente cuadro

Tabla 25 Detalle VAN

CALCULO DEL VAN

FACTOR DE DESCUENTO= $\frac{1}{(1 + 0,20)^n}$
--

AÑOS	FLUJO	FACTOR DESCUENTO	FLUJO DESCONTADO
0	\$ -157.030,00	1	\$ -157.030,00
1	\$ 28.888,81	0,833333333	\$ 24.074,01
2	\$ 39.482,65	0,694444444	\$ 27.418,51
3	\$ 49.059,78	0,578703704	\$ 28.391,08
4	\$ 60.618,81	0,482253086	\$ 29.233,61
5	\$ 190.887,96	0,401877572	\$ 76.713,59
TOTAL	\$ 211.908,01		\$ 28.800,79

Valor actual neto al 20 %

\$ 28.800,79

Elaborado por: La Autora

La TMAr del 20 % se justifica de la siguiente manera: el riesgo país se establece en un 5 % considerando la inflación existente en el Ecuador y la que se esperaría para los próximos años, por otro lado, el riesgo de mercado se ha calculado como 15 % considerando la rentabilidad promedio de empresas similares.

TIR

Los resultados del TIR (Tasa Interna de Retorno) obtenidos del proyecto son alentadores, ya que demuestran su rentabilidad al superar la TMAR (Tasa Mínima de Atracción de Recursos) establecida en un 20%. Este indicador es esencial en la evaluación de la viabilidad financiera, y al obtener una TIR que excede el umbral de la TMAR, se indica que el proyecto generará rendimientos superiores a la tasa mínima requerida para compensar el riesgo asociado.

Este logro respalda la toma de decisiones positivas, sugiriendo que el proyecto tiene el potencial de generar beneficios financieros sólidos y cumplir con las expectativas de inversión, brindando así una perspectiva optimista para los inversionistas y demás interesados en la iniciativa.

*Tabla 26 Detalle TIR***CALCULO DE LA
TIR**

	AÑO (0)	AÑO (1)	AÑO (2)	AÑO (3)	AÑO (4)	AÑO (5)	Total
FLUJO NETO	\$ -157.030,00	\$ 28.888,81	\$ 39.482,65	\$ 49.059,78	\$ 60.618,81	\$ 190.887,96	\$ 211.908,01

TIR con excel 25,87%

Elaborado por: La Autora

INTERPRETACION DE LA TIR:

El proyecto es viable financieramente puesto que la TIR es superior a la tasa de descuento del VAN.

CONCLUSIONES

Una vez concluido el estudio de factibilidad para la creación de un delicatessen en la parroquia de La Mariscal se obtuvieron las siguientes conclusiones.

- Realizado un estudio técnico en la zona de la parroquia de La Mariscal se identificó una demanda potencial significativa para productos de alta calidad y gourmet en la zona ya que tiende a valorar la gastronomía y está dispuesta a pagar por productos exclusivos.
- La ubicación es crucial para el éxito del negocio por lo tanto se identificaron varias ubicaciones estratégicas que podrían atraer a un flujo constante de clientes, como zonas turísticas, oficinas corporativas o áreas residenciales de alto poder adquisitivo.
- Realizando el estudio financiero, se ha determinado que las ventas proyectadas son considerablemente elevadas. Por lo tanto, se estima que la inversión inicial se recuperará en un plazo de cinco años, generando ganancias netas a lo largo de este período.
- Aplicando la herramienta de negocios VAN (Valor Actual Neto), se ha determinado que el valor de los flujos descontados a favor es de 28,800.79 dólares. Este resultado indica que el proyecto tiene un valor positivo, lo que sugiere que es rentable y que puede generar un retorno satisfactorio sobre la inversión inicial.
- Aplicando la herramienta de evaluación de elementos TIR (Tasa Interna de Retorno), se determinó un valor de 25.87%, lo que indica que el proyecto de creación de un delicatessen en la parroquia de La Mariscal es altamente prometedor desde el punto de vista financiero. La TIR de 25.87% representa el rendimiento esperado de la inversión a lo largo del tiempo y confirma que el proyecto es viable y rentable.

Recomendaciones

De las conclusiones dadas se deriva las siguientes recomendaciones:

- Elegir meticulosamente a los proveedores, la formación adecuada del personal y la constante evaluación de la satisfacción de los clientes. Este enfoque integral busca no solo garantizar la calidad de los productos, sino también crear un ambiente acogedor y eficiente que impulse la fidelidad de los clientes.
- Realizar un seguimiento continuo del desempeño del negocio y ajustar las estrategias según sea necesario. Esto podría incluir la introducción de nuevos productos, la optimización de los precios o la expansión a nuevas ubicaciones para maximizar el retorno de la inversión.
- Promover la creación de nuevos productos de delicatessen ofrece una oportunidad única para satisfacer las demandas cambiantes del mercado y establecer nuevas expectativas entre los proveedores. Al desarrollar productos innovadores y de alta calidad, no solo podemos diversificar nuestra oferta
- Considerando el valor positivo del proyecto y su viabilidad financiera, se pueden explorar oportunidades de colaboración con proveedores locales de alta calidad y otras empresas relacionadas con la industria gastronómica. Estas alianzas estratégicas pueden ayudar a fortalecer la oferta de productos y servicios, así como a ampliar la base de clientes potenciales.

WEBGRAFÍA

Rodriguez, D. (2023, 16 junio). ¿Cómo crear una empresa en Ecuador y que aspectos considerar? TecnoSoluciones.com. <https://tecnosoluciones.com/crear-una-empresa-en-ecuador>

Derechos intelectuales – servicios.

(s. f.). <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/derechos-intelectuales/>

37 – Mapa de la Mariscal y alrededores (Quito,Enero 2013). (2014, 26 septiembre). El viaje de las dos lamentaciones. <https://kanquigua.wordpress.com/2014/09/26/bienvenido-a-la-muy-turistica-y-ruidosa-ciudad-de-quito-300113/37-mapa-de-la-mariscal-y-alrededores-quitoenero-2013/>

De Azkue, I. (2023, 17 febrero). *Emprendimiento - concepto, importancia y características.*

Concepto. <https://concepto.de/emprendimiento/>

Velázquez, A. (2023, 19 junio). *Estudio de factibilidad del mercado: qué es, ventajas y cómo realizarlo.* QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/factibilidad-del-mercado/>

(S/f). Com.mx. Recuperado el 4 de febrero de 2024, de https://uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBRO-Evaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-Baca-Urbina-FREELIBROS.ORG_.pdf

(S/f-b). Academia.edu. Recuperado el 4 de febrero de 2024, de https://www.academia.edu/73308122/Proyectos_de_Inversi%C3%B3n_para_las_PYME_Juan_Flores_uribe

(S/f-c). Edu.ec. Recuperado el 4 de febrero de 2024, de <https://dspace.ups.edu.ec/bitstream/123456789/7835/1/UPS-CT004682.pdf>

Wikipedia contributors. (s/f). *Mariscal Sucre (parroquia)*. Wikipedia, The Free Encyclopedia. [https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mariscal_Sucre_\(parroquia\)&oldid=156884446](https://es.wikipedia.org/w/index.php?title=Mariscal_Sucre_(parroquia)&oldid=156884446)

Tasa de inflación en Ecuador 2022. (s/f). Statista. Recuperado el 14 de febrero de 2024, de <https://es.statista.com/estadisticas/1190037/tasa-de-inflacion-ecuador/>

ANEXOS

Ilustración 10 CÓDIGO QR ENCUESTA



Elaborado por: La Autora

Ilustración 11 FORMATO DE ENCUESTA

ENCUESTA DELICATESSEN

La finalidad de llevar a cabo la encuesta radica en la evaluación exhaustiva de diversas opciones, con el propósito de recopilar información crucial que respalde decisiones estratégicas y potencie las perspectivas de éxito del negocio.

brithany56.87@gmail.com [Cambiar de cuenta](#)

No compartido

Nombre y Apellido

Tu respuesta _____

Edad

Tu respuesta _____

Género

Tu respuesta _____

Estudia o Trabaja

Estudia

Trabaja

Consumes algún tipo de bocaditos o sandwiches gourmet

- Sí
- No

Donde acostumbra comprar los sandwiches o bocaditos gourmet

- Delicatessen o Micromercados
- Subway o cadenas similares
- Patio de comidas de centros comerciales
- Panaderías
- Otros

Utiliza el servicio de entrega a domicilio para comprar sandwiches

- Siempre
- Ocasionalmente
- Rara vez
- Nunca

Con qué frecuencia consume ese tipo de productos

- A diario
- Una vez por semana
- Dos veces por semana
- Cada quince días
- Una vez al mes
- Ocasionalmente

El tipo de pan que prefiere para los sandwiches es

- Pan blanco suave
- Pan blanco duro
- Pan Integral
- Otro

El precio que usted considera justo por un sandwich como este es



Tu respuesta _____

Cuáles son los ingredientes preferidos para rellenar el sandwich: Elige 3

- Jamón
- Salami
- Tocino
- Lechuga
- Tomate
- Pepinillos
- Aceitunas
- Aguacate
- Carne desmenuzada
- Cebolla encurtida
- Cebolla caramelizada
- Papa frita desmenuzada
- Otro

Las salsas que prefieres como aderezo del sandwich son: elije 2

- Mayonesa
- Salsa de Tomate
- Mostaza
- Salsa picante
- Otra

La bebida que prefieres para acompañar un sandwich es

- Botella de Agua
- Jugo en botella
- Botella de gaseosa

Estaría dispuesto a comprar nuestro producto en un futuro

- Si
- No

Enviar

Borrar formulario

Elaborado por: La Autora

Ilustración 12 EJEMPLO MENÚ



MENÚ

LO MENOR DE LA COMIDA GOURMET UN SOLO LUGAR

Sandwich



- Mediano \$ 3.50
- Grande \$ 4.80
- Con jamon, peperonie \$ 4.20
- Con 4 quesos \$ 5.70
- Vegetariano \$ 5.70

BANDEJAS



- Bandeja de pan \$ 4.00
- Bandeja de embutidas \$ 7.50
- Bandeja vegetariana \$ 8.50
- Bandeja mixta \$ 9.00
- Bandeja de la especial \$ 9.00

COMBOS



- Combo Familiar \$ 15.50
- Combo mañanero \$ 6.50
- Combo especial \$ 8.00
- Combo empanada \$ 2.50



Bebidas



- Cerveza corona \$ 3.00
- Jugos Naturales \$ 2.10
- Limonada \$ 2.00
- Gaseosa \$ 1.75
- Agua \$ 1.15
- Café \$ 2.50


Entrega sin cargo | Teléfono: 0202/7054521

Elaborado por: La Autora

Ilustración 13 SLOGAN



Elaborado por: La Autora

Ilustración 14 FORMATO REDES SOCIALES



DELICATESSEN BRITNAY

Come saludable y rico todo en un mismo lugar
cada semana

¿TIENES DUDAS?

+34-91-1234-567

www.delicatessenbritnay.es

Elaborado por: La Autora

Ilustración 15 MODELO DELICATESEN



Elaborado por: La Autora

Ilustración 16 Características de los equipos y maquinarias

COCINAS MILLENIUM



- Tope superior, laterales, piso y base en lamina de Acero Inoxidable.
- Quemadores y parrillas en hierro fundido de 30x30ctms.
- Válvulas de control italianas de media vuelta.
- Incluye, un metro de manguera de alta presión (300PSI) y válvula de ataque rápido.

CLASES:

- Cocina millenium de 1 Quemador.
- Cocina millenium de 2 Quemadores.
- Cocina millenium de 3 Quemadores.
- Cocina millenium de 4 Quemadores.



Sistema De Altavoces Gaming Z625 2.1 Con Subwoofer Tec

U\$S 225

Envío gratis



Sistema Contable Con Facturacion Electronica Ilimitada

U\$S 500

nuevos y usados



SAM4s Caja registradora ER-940 con teclado plano, con impresora de recibos de SAM

★★★★☆ 9

No hay ofertas destacadas disponibles

US\$545.00 (6 ofertas de artículos nuevos y usados)

20% DESCUENTO



COMPUTADOR AIO HP CI5-1235U 1.3GHZ-8GB-256GB SSD-NEGRA-23.8" FHD-W11

\$799,99 ~~\$999,99~~

P
ir
n
a
★
1
U
Ei
St
M



ANNKE Sistema de cámara de seguridad con cable 3K Lite con detección de inteligencia artificial humana/vehículo, DVR de vigilancia H.265+ de 8 canales con disco duro de 1 TB y 8 cámaras...

★★★★☆ ~ 3,377

400+ comprados el mes pasado

US\$ **259**⁹⁹ PVPR: ~~US\$305.99~~

Ahorra US\$34.00 con cupón

Entrega el **jue, 29 de feb**

Se envía a \$Ecuador



Vitrina Frigorífica Vfv-400 Garantia por Mundotek

U\$S 639



HOMEDANT HOUSE Estantería de almacenamiento ajustable...

Opciones: 4 tamaños

★★★★☆ ~ 940

300+ comprados el mes pasado

US\$ **139**⁹⁹

Ahorra US\$7.00 con cupón

Entrega el **lun, 26 de feb**

Se envía a \$Ecuador

Más opciones de compra

Más vendido



[+6 colores/patrones](#)

Patrocinado ⓘ

Furinno Luder - Estantería para libros, 5 niveles, cubos, madera negra

Opciones: 17 tamaños

★★★★☆ ~ 85,810

400+ comprados el mes pasado

US\$ **46**⁶¹ PVPR: ~~US\$119.99~~

Entrega el **mar, 5 de mar**

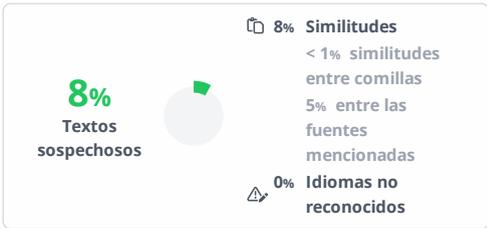
Se envía a \$Ecuador

Sólo hay 18 disponible(s).

Fuente: Amazon



Molina_Vasquez_Brithany_Odaliz_3_4_TS ADQ_3_ADM1_JC



Nombre del documento: Molina_Vasquez_Brithany_Odaliz_3_4_TSADQ_3_ADM1_JC.pdf ID del documento: 4d69afd278346a7863c11c765f6b78363ce99e96 Tamaño del documento original: 2,31 MB	Depositante: Evelyn Cadena Fecha de depósito: 6/2/2024 Tipo de carga: interface fecha de fin de análisis: 6/2/2024	Número de palabras: 9064 Número de caracteres: 62.869
---	---	--

Ubicación de las similitudes en el documento:



Fuentes principales detectadas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	tecnosoluciones.com Crear una empresa en Ecuador 1 fuente similar	3%		Palabras idénticas: 3% (256 palabras)
2	www.derechosintelectuales.gob.ec Derechos Intelectuales – Servicios 6 fuentes similares	2%		Palabras idénticas: 2% (161 palabras)
3	virtual.urbe.edu 1 fuente similar	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (50 palabras)
4	AGUIRRE_VASCONEZ_VICTOR_ANDRES_3_4_TSADQ_2_ADM1_PR .pdf AG... #60841d El documento proviene de mi biblioteca de referencias	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (55 palabras)
5	Documento de otro usuario #d913c5 El documento proviene de otro grupo 2 fuentes similares	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (43 palabras)

Fuentes con similitudes fortuitas

Nº	Descripciones	Similitudes	Ubicaciones	Datos adicionales
1	repositorio.tecnologicopichincha.edu.ec	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (32 palabras)
2	www.dspace.uce.edu.ec	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (30 palabras)
3	www.dspace.uce.edu.ec	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
4	repositorio.uti.edu.ec	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (19 palabras)
5	blog.hubspot.es Qué es la factibilidad de un proyecto, cómo se estudia y ejemplos	< 1%		Palabras idénticas: < 1% (20 palabras)

Fuentes mencionadas (sin similitudes detectadas)

Estas fuentes han sido citadas en el documento sin encontrar similitudes.

1	https://kanquigua.wordpress.com/2014/09/26/bienvenido-a-la
2	https://concepto.de/emprendimiento/
3	https://kanquigua.wordpress.com/2014/09/26/bienvenido-a-la-muy-turistica-y-ruidosa-ciudad-de-quito-300113/37-mapa-de-la-mariscal-y-alrededores-quitoenero-2013/