



**ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE SALUD PÚBLICA
ESCUELA DE GASTRONOMÍA**

“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PROPUESTA
GASTRONÓMICA DE UN FOOD TRUCK EN LAS
INSTALACIONES DE LA ESPOCH 2014”

TESIS DE GRADO

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADA EN GESTIÓN GASTRONÓMICA

Yesenia Alexandra Malan Cayambe

RIOBAMBA-ECUADOR
2014

CERTIFICADO

La presente investigación fue revisada y se autoriza su presentación.

Ing. Silvia Tapia
DIRECTOR DE TESIS

CERTIFICACIÓN

Los miembros de tesis certifican que, el trabajo de investigación titulado “ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA PROPUESTA GASTRONÓMICA DE UN FOOD TRUCK EN LAS INSTALACIONES DE LA ESPOCH 2014”, de responsabilidad de la Señorita Yesenia Alexandra Malan Cayambe, fue revisada y se autoriza su publicación.

Ing. Silvia Tapia S.

DIRECTOR DE TESIS

Lic. Ronald Zurita G.

MIEMBRO DE TESIS

Riobamba,

AGRADECIMIENTO

Las palabras y actividades que han dado origen y culminación a este trabajo de investigación, tiene varias raíces.

Una de las más importantes son las largas conversaciones que tuve con mi madre en cuanto a la búsqueda de ideas para un negocio rentable. Es a ella a la que agradezco principalmente y menciono también a mis hermanos ya que son las personas más importantes en mi vida. También agradezco a la que hoy en día puedo llamar familia a la Dra. Genoveva Sánchez, al Ing. Washington Maldonado a la Tec. Cristina Maldonado S. a Javier Maldonado y A mi hijo Felipe Maldonado, quienes han aportado de forma involuntaria en el transcurso de mis estudios y que hoy finalizo satisfactoriamente de la mano de todos ellos.

A la Ing. Silvia Tapia, Directora de tesis, le agradezco el tiempo y asesoramiento brindado en el transcurso de este trabajo de investigación. Al Lic. Ronald Zurita. Miembro de Tesis, quien impartió conocimientos justos y necesarios a este trabajo, Gracias por brindarme su ayuda y asesoramiento.

Y finalmente agradezco a todas las personas que formaron parte de esta etapa de mi vida en la cual he adquirido conocimientos importantes acerca de la profesión gastronómica y la vida. Gracias a todos por hacer que este trabajo culmine con éxito.

De corazón gracias.

DEDICATORIA

A Felipe Nicolás Maldonado

RESUMEN

Este trabajo tiene como objetivo, buscar la factibilidad para la ejecución y venta de comida ambulante. En el estudio de mercado se realizaron las encuestas, el análisis de las necesidades y preferencias donde se obtuvo datos positivos.

La Escuela Superior Politécnica de Chimborazo es el punto elegido de la ciudad de Riobamba para servir alimentos rápidos y de calidad a través de un food truck o camión de comida.

El porcentaje de la demanda a cubrir es del 100% lo que significa servir 350 unidades al día. A los clientes potenciales de la Espoch.

En los estudios técnico, administrativo, legal y ambiental se definió varios aspectos importantes para el proyecto es decir: establecer activos fijos, determinar tecnología y diseño del proyecto, la ubicación y el requerimiento de recurso humano.

Se estableció los requisitos legales que necesita el food truck para su funcionamiento y la conformación de socios. Lo que permitirá la operación del food truck bajo las normas vigentes. El impacto ambiental es indiferente en el proyecto por lo que se tomó en cuenta la aplicación de las tres erres.

El estudio financiero en base a la inversión realizada, proyectó costos y gastos en el que permitió determinar un valor actual neto (VAN) positivo \$ 142.471,74 dólares en este estudio de factibilidad, el periodo de recuperación interno (PIR) es en el tercer año, y una tasa interna de retorno (TIR) DEL 75%, todo esto determina la viabilidad de la empresa por su alta rentabilidad.

ABSTRACT

This paper work aims to find the feasibility for implementation and sale of street food. In the market research: surveys and analysis of the needs and preferences were conducted, where positive information was obtained.

The Escuela Superior Politécnica de Chimborazo is the chosen point of the city of Riobamba to serve fast and quality food through a food truck.

The percentage of demand to be covered is 100% which means, we must serve 350 units of food per day to the potential clients at the ESPOCH.

In the technical, administrative, legal and environmental studies several important aspects were defined related to the project, i.e.: Establish fixed assets; determine the technology and project design, location and human resource requirement.

The legal requirements that the food truck needs were established for the operation and the conformation of shareholders partners which will allow the operation of the food truck under the current rules and laws. The environmental impact is immaterial in the project because it took into account the implementation of the three R's.

The financial study based on the conducted research, showed the costs and expenses which allowed determining a positive net present value (NPV) of \$142.471,74 in this feasibility study, the period of Internal recovery (PIR) is in the third year and an internal rate of return (IRR) of 75% all of this will determine the viability of the company by its high profitability.

INDICE GENERAL

I.	INTRODUCCIÓN.....	1
II.	OBJETIVOS	2
A.	GENERAL	2
B.	ESPECÍFICOS	3
III.	MARCO TEÓRICO.....	4
A.	MARCO REFERENCIAL.....	4
1.	ESTUDIO DE FACTIBILIDAD.....	4
	1.1. Definición.....	4
	1.2. Etapas del estudio de factibilidad	4
	1.1.1. Estudio de mercado	5
	1.2.2. Estudio técnico	6
	1.2.3. Estudio administrativo y legal	6
	1.2.4. Estudio ambiental	7
	1.2.5. Estudio financiero	7
2.	GASTRONOMÍA	8
	2.1. Definición.....	8
	2.2. Tendencia gastronómica	9
	2.3. Restaurantes	10
	2.4. Restaurantes de comida rápida.....	10
	2.4.1. Características de los restaurantes de comida rápida.....	11
3.	FOOD TRUCK	12
	3.1. Historia	12
	3.2. Definición.....	15
	3.3. Beneficios de la unidad móvil	15
	3.4. Diferencias entre un restaurante y un food truck	15
	3.5. Requerimientos de un food truck.....	16
	3.6. Como equipar el food truck.....	16
B.	MARCO LEGAL.....	18
C.	MARCO CONCEPTUAL.....	20
1.	FACTIBILIDAD.....	20
2.	NEGOCIO	20
3.	COMPETENCIA.....	20
4.	INVERSIÓN	21

5.	MERCADOTECNIA.....	21
6.	RENTABILIDAD.....	21
7.	SANIDAD.....	21
8.	TENDENCIA.....	21
IV.	PREGUNTAS CIENTIFICAS.....	22
V.	METODOLOGÍA.....	23
A.	LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN.....	23
B.	VARIABLES.....	24
1.	IDENTIFICACIÓN.....	24
a.	Independiente.....	24
b.	Dependiente.....	24
2.	DEFINICIÓN.....	24
a.	Food truck.....	24
b.	Estudio de factibilidad.....	24
3.	OPERACIONALIZACIÓN.....	25
C.	TIPO Y DISEÑO DE ESTUDIO.....	26
D.	POBLACIÓN Y MUESTRA.....	26
E.	DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS.....	29
VI.	ESTUDIO DE MERCADO.....	30
A.	ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS.....	30
1.	CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES.....	40
1.1.	Conclusiones.....	40
1.2.	Recomendaciones.....	40
B.	NATURALEZA DEL PRODUCTO.....	41
1.	MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA.....	41
1.1.	Misión.....	41
1.2.	Visión.....	41
1.3.	Valores.....	41
2.	DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS.....	42
1.1.	Distingos.....	42
1.2.	Ventajas competitivas.....	42
2.	IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	42
2.1.	Suplementos del producto.....	43
2.2.	Vida útil del producto.....	43
3.	SERVICIO Y SU UTILIDAD.....	43

4.	ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD.....	43
4.1.	Medios publicitarios.....	43
5.	DISEÑO DEL PRODUCTO.....	44
5.1.	Nombre	45
5.2.	Logo	45
5.3.	Slogan.....	45
5.4.	Colores de la empresa	45
5.5.	Diseño del food truck.....	46
6.	FIJACIÓN DE LOS PRECIOS	46
7.	COMPETENCIA.....	46
8.	ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN	47
9.	DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN.....	47
10.	IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR	47
11.	DETERMINACIÓN DEL MERCADO.....	48
VII.	ESTUDIOS: TECNICO, LEGAL ADMINISTRATIVO Y AMBIENTAL.....	48
A.	ASPECTOS TÉCNICOS.....	48
1.	TAMAÑO DEL PROYECTO.....	49
1.1.	Capacidad real	49
2.	UBICACIÓN DEL PROYECTO	49
2.1.	Localización.....	49
3.	DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO	50
3.1.	Descripción física	50
3.2.	Decoración del Food Truck	50
4.	TECNOLOGÍA Y EQUIPOS.....	53
4.1.	Maquinaria y equipo	53
4.2.	Menaje de cocina	53
4.3.	Requerimientos básicos de la empresa	54
5.	DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA E INSUMOS	55
6.	RECETAS ESTANDAR.....	56
7.	CARTELERA O MENÙ	63
8.	PROCESO DE PRODUCCIÓN.....	64
8.1.	Etapa de recepción	64
8.2.	Etapa de producción	67
9.	CONTROL DE HIGIENE Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS.....	69
10.	REQUERIMIENTO DE PERSONAL	70
B.	ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO	72

1.	LA EMPRESA Y SU ASPECTO LEGAL	72
1.4.	Análisis de la sociedad de hecho	73
1.5.	Requisitos legales	73
2.	LA EMPRESA Y ASPECTO ORGANIZACIONAL.....	77
2.1.	Generalidades de la empresa	77
a.	Valores de la empresa.....	77
2.2.	Lineamiento general de la empresa	79
2.3.	Objetivos estratégicos de la empresa	80
2.4.	Organigrama institucional.....	81
2.5.	Organigrama funcional.....	81
2.6.	Obligaciones del empleador.....	82
2.7.	Descripción de puestos.....	83
2.8.	Rol de pagos	88
C.	ESTUDIO AMBIENTAL	90
1.	IMPACTOS	90
2.	CONCLUSIÓN	91
VIII.	ESTUDIO FINANCIERO.....	92
1.	INVERSIONES	92
2.	INVERSION	97
2.1.	Clasificación de la inversión	99
3.	FINANCIAMIENTO	101
4.	DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES	101
5.	COSTOS Y GASTOS.....	104
5.1.	Proyección de costos y gastos	104
6.	PROYECCIÓN DE VENTAS.....	106
7.	PROYECCION ESTADO DE RESULTADO	106
8.	BALANCE GENERAL	107
9.	FLUJO DE CAJA	109
10.	COSTOS FIJOS Y VARIABLES	111
11.	PUNTO DE EQUILIBRIO	112
12.	EVALUACIÓN FINANCIERA	115
IX.	CONCLUSIONES.....	115
X.	RECOMENDACIONES.....	116

INDICE DE TABLAS

Tabla N° 01: Operacionalización de Variables	25
--	----

Tabla N° 02: Población estudiantil según facultades	26
Tabla N° 03: Despeje de la Formula	27
Tabla N° 04; Resolución de la Formula.....	27
Tabla N° 05: Resultado de estratificación	28
Tabla N° 06: Pregunta 1	30
Tabla N° 07: Pregunta 2.....	31
Tabla N° 08: Pregunta 3.....	32
Tabla N° 09: Pregunta 4.....	33
Tabla N° 10: Pregunta 5.....	34
Tabla N° 11: Pregunta 6.....	35
Tabla N° 12: Pregunta 7	36
Tabla N° 13: Pregunta 8.....	37
Tabla N° 14: Pregunta 9.....	38
Tabla N° 15: Pregunta 10.....	39
Tabla N° 16: Cronograma de publicidad para el Food Truck.....	44
Tabla N° 17: Maquinaria y Equipo para el Food Truck.....	53
Tabla N° 18: Menaje de Cocina	54
Tabla N° 19: Materiales de Oficina.....	54
Tabla N° 20: Materia Prima e Insumos para el Food Truck.....	55
Tabla N° 21: Receta 001	56
Tabla N° 22: Hoja de costos receta 001	57
Tabla N° 23: Receta 002	57
Tabla N° 24: Hoja de costos receta 002.....	58
Tabla N° 25: Receta 003	58
Tabla N° 26: Hoja de costos Receta 003	59
Tabla N° 27: Receta 005.....	59
Tabla N° 28: Hoja de costos receta 005.....	60
Tabla N° 29: Receta 006.....	60
Tabla N° 30: Hoja de costos receta 006.....	61
Tabla N° 31: Socios.....	72
Tabla N° 32: Valores de la empresa	77
Tabla N° 33: Descripción de funciones Socios.....	83

Tabla N° 34: Descripción de funciones Gerente General.....	84
Tabla N° 35: Descripción de funciones Chef	85
Tabla N° 36: Descripción de funciones Ayudante de Cocina	86
Tabla N° 37: Rol de pagos Gerencia 1er Año	88
Tabla N° 38: Rol de pagos Chef Primer año	89
Tabla N° 39: Rol de pagos Ayudante de cocina primer año.....	89
Tabla N° 40: Maquinaria y Equipo.....	92
Tabla N° 41: Menaje de Cocina	92
Tabla N° 42: Equipo de Computo.....	93
Tabla N° 43: Materiales de Oficina.....	93
Tabla N° 44: Útiles de Aseo	94
Tabla N° 45: Envases Descartables.....	94
Tabla N° 46: Suministros y Materiales	94
Tabla N° 47: Combustible	95
Tabla N° 48: Gastos de Promoción.....	95
Tabla N° 49: Gastos de Instalación.....	96
Tabla N° 50: Servicios Básicos	96
Tabla N° 51: Equipo de Oficina	96
Tabla N° 52: Inversión del Proyecto.....	97
Tabla N° 53: Fuentes y Usos del Proyecto.....	98
Tabla N° 54: Activos.....	99
Tabla N° 55: Inversiones en Activos Diferidos	99
Tabla N° 56: Capital de Trabajo	100
Tabla N° 57: Servicios Básicos	100
Tabla N° 58: Total Inversión.....	100
Tabla N° 59: Financiamiento	101
Tabla N° 60: Depreciaciones Activos	102
Tabla N° 61: Amortización de Activos diferidos.....	103
Tabla N° 62: Costos y Gastos	105
Tabla N° 63: Proyección de Ventas	106
Tabla N° 64: Utilidad	106
Tabla N° 65: Balance General.....	108

Tabla N° 66: Flujo de Caja	110
Tabla N° 67: Costos Fijos y Variables	111
Tabla N° 68: Formulas resolución del Punto de Equilibrio	112
Tabla N° 69: Punto de Equilibrio	113
Tabla N° 70: Evaluación Financiera	115

INDICE DE GRAFICOS

Grafico N° 01: Localización de la investigación.....	23
--	----

Grafico N° 02: Descripción de procesos	29
Grafico N° 03: Pregunta 01	30
Grafico N° 04: Pregunta 02	31
Grafico N° 05: Pregunta 03	32
Grafico N° 06: Pregunta 04	33
Grafico N° 07: Pregunta 05	34
Grafico N° 08: Pregunta 06	35
Grafico N° 09: Pregunta 07	36
Grafico N° 10: Pregunta 08	37
Grafico N° 11: Pregunta 09	38
Grafico N° 12: Pregunta 10	39
Grafico N° 13: Logo.....	45
Grafico N° 14: Estructura del Food Truck	52
Grafico N° 15: Cartelera o menú del Food Truck Invasion	63
Grafico N° 16: Misión de la empresa.....	78
Grafico N° 17: Visión de la empresa	78
Grafico N° 18: Organigama Estructural.....	81
Grafico N° 19: Organigama Funcional	81
Grafico N° 20: Punto de Equilibrio.....	114

I.INTRODUCCIÓN

En la actualidad existen diferentes factores importantes que obligan a toda la población a ponerse a tono con el ritmo de vida que lleva, este tipo de situaciones logra que todo el público no vea lo importante que es alimentarse. El lado más esencial para toda esta población es lograr sus objetivos diarios y los alimentos encajan justo en el momento que para ellos sea más conveniente y cómodo.

Este tipo de situaciones son muy comunes, por lo que ha llevado a los negociantes visionarios abrir horizontes hacia un nuevo comercio en ciudades grandes en las cuales la gastronomía es un movimiento muy importante.

Las ciudades más representativas en este tipo de circunstancias son Los Ángeles y New York ya que en estas ciudades nacieron los restaurantes móviles o más conocidos como Food Truck, de estas ciudades se extiende como vivo ejemplo a ciudades latinas como México, Chile, Argentina, y Colombia.

Respectivamente Ecuador no debe ser la excepción ya que a pesar de ser un país pequeño, mantiene una vida muy activa sobre todo en ciudades tales como Quito y Guayaquil en sectores concurridos como Universidades , Centros comerciales, parques de diversión familiar, sectores bancarios etc.

Las universidades son un lugar en donde este concepto de gastronomía le queda a tono, es decir el servicio del Food Truck facilita a los estudiantes en tiempo y comodidad ofreciéndoles alimentos sanos y de calidad.

La ciudad de Riobamba cuenta con universidades reconocidas en el país y una de ellas es la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo en donde es muy

común encontrar varios restaurantes donde solo se ofrece comida chatarra y a cómodos precios adaptados a estudiantes universitarios.

Solucionar circunstancias tales como: la alimentación de los estudiantes, los horarios en los que ellos asisten a clases y la economía de cada uno, se vuelve muy sencillo a través de Un food truck el cual cubriría cada necesidad ya que al ser un restaurante móvil mantiene la característica de adaptarse especialmente con equipos y utensilios para manejar alimentos con sanidad y así poder ofrecer platillos de fácil preparación y precios cómodos.

El estudio de factibilidad ayudara a este proyecto saber si el food truck es una de las tendencias gastronómicas con posibilidades de sobresalir en el mercado.

II.OBJETIVOS

A. GENERAL

- Realizar el estudio de factibilidad para la propuesta gastronómica de un Food Truck en las instalaciones de la Espoch.

B. ESPECÍFICOS

- Establecer un estudio de mercado, que determine la demanda meta.
- Determinar los estudios técnico, legal, administrativo, ambiental que permitirá ejecutar los diferentes procesos.
- Realizar el estudio financiero y valoración económica para saber si la propuesta gastronómica es rentable.

III. MARCO TEÓRICO

A. MARCO REFERENCIAL

1. ESTUDIO DE FACTIBILIDAD

1.1. Definición

El estudio de factibilidad sirve para ver cuál será la relación entre el negocio y el mercado existente. Se concentra en definir su competencia, lo mismo que la posible clientela en la ubicación elegida.¹

Lo fundamental del estudio es determinar la estructura organizacional y los recursos humanos más adecuados para la instalación y operación del proyecto.²

Así sabremos si el proyecto es útil para que la empresa logre sus objetivos principales

1.2. Etapas del estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad implica la relación de ciertas actividades que puedan sintetizarse en:

- Estudio de mercado
- Estudio técnico
- Estudio administrativo y legal
- Estudio ambiental

¹ **Coper, B. McNeil, G.** Como iniciar y administrar un Restaurante, Norma S.A, Bogotá, Colombia, Norma S.A. 2002; pág. 30.

² **Ávila,** Introducción a la economía, Tercera Edición, México, Plaza y Valdez, 2004;Pag 361

- Estudio financiero

1.1.1. Estudio de mercado

El estudio de mercado consiste en reunir, planificar, analizar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización.³

Este estudio define el medio en el cual se desempeñara el proyecto. En este estudio se analiza el mercado o entorno del proyecto, la demanda, la oferta y la mezcla de mercadotecnia o estrategia comercial, dentro de la cual se estudian el producto, el precio, los canales de distribución y la promoción o publicidad. Pero siempre desde el punto de vista del evaluador, es decir en cuanto al costo /beneficios que cada una de estas variables pudiesen tener sobre la rentabilidad del proyecto. Este estudio es generalmente el punto de partida para la evaluación de proyectos, ya que, detecta situaciones que condicionan los demás estudios.⁴

Esta actividad es la primera de las etapas del estudio de factibilidad y persigue determinar:

- La cantidad de platos a ofrecer mediante la capacidad real de la empresa y la obtención de datos.
- Implantar un producto en el que se garantizara la calidad, cantidad durabilidad y frescura del bien o servicio.

³ **Kotler, P. Bloom, P. y Hayes, T.** El marketing de servicios profesionales, Primera edición, Paidós Ibérica Editorial, 2004; pág. 98

⁴ **Orejuela, S. Sandoval, P.** Guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos, Santiago de Chile: 2002, pág. 13.

- A qué precios, (si el producto se vende) y los canales de distribución.

1.2.2. Estudio técnico

El estudio técnico, entrega la información necesaria para determinar cuánto hay que invertir y los costos de la operación asociados de llevar a cabo el proyecto.

Este estudio responde las preguntas cuánto, cómo en donde y con que producir el bien o servicio del proyecto.

Además el estudio técnico define el tamaño, localización del proyecto, la tecnología que se usara y la función de producción óptima para la utilización eficiente de los recursos disponibles.

La elección de un lugar determinado dependerá de diversos factores como disponibilidad y costo de mano de obra, factores del medio ambiente, medios y costo de transporte, cercanía del mercado y de las fuentes de abastecimiento, disponibilidad de insumos etc.

1.2.3. Estudio administrativo y legal

El estudio administrativo define la estructura administrativa que más se adapte a las características del negocio, definiendo además las inversiones y costos operacionales vinculados al producto administrativo⁵

Dentro de la estructura administrativa es necesario considerar los siguientes aspectos:

⁵ **Orejuela, S. Sandoval, P.** Guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos, Santiago de Chile: 2002, pág. 13

- Definición del personal necesario para llevar a cabo la gestión como es el caso de gerentes, administradores, personal de apoyo y de producción entre otros.
- Sistemas de información a utilizar
- Determinación de las actividades que se realizara dentro y fuera de la empresa es decir internalización.

El estudio legal, influye directamente sobre los desembolsos en los que debe incurrir la empresa como son:

- Gastos por constitución de la sociedad, como trámites municipales, notariales o del servicio de impuestos internos.
- Requisitos legales para la apertura de la empresa.

1.2.4. Estudio ambiental

El propósito de la evaluación ambiental es asegurar al planificador que las opciones de desarrollo bajo consideración sean ambientalmente adecuadas y sustentables, y que toda consecuencia ambiental sea reconocida pronto en el ciclo del proyecto y tomada en cuenta para el diseño del mismo.⁶

1.2.5. Estudio financiero

El estudio financiero es la última etapa del análisis de viabilidad financiera de un proyecto ya que cuantifica los beneficios y costos monetarios de llevarse a cabo el proyecto.

⁶ **Orejuela, S. Sandoval, P.** Guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos, Santiago de Chile: 2002, pág. 13

Su objetivo es sintetizar la información de carácter monetario de los estudios anteriores para así determinar la rentabilidad del proyecto. Para esto se utiliza el esquema de los flujos de la caja proyectados, para el periodo de tiempo que se considere relevante para la evaluación del proyecto.

El flujo de caja debe contener los siguientes elementos: inversión inicial requerida para poner en marcha el proyecto., ingresos y egresos de la operación, momento en que ocurren dichos ingresos y egresos, monto de capital de trabajo y valor de desecho o de salvamento del proyecto.

Los estudios mencionados anteriormente, que deben hacerse en la evaluación de este proyecto, pueden variar en el nivel de profundidad y en el orden en que se haga cada uno de ellos, dependiendo de las características del proyecto.⁷

Este estudio de factibilidad concretara con precisión los objetivos, metas y actividades a cumplir y establecer las prioridades, etapas y cuantificar los recursos humanos y económicos que harán falta. De igual manera deberán iniciarse contactos con productores y entidades que podrían colaborar en la ejecución del proyecto.

2. GASTRONOMÍA

2.1. Definición

El concepto de gastronomía surgió en el momento en que los humanos comenzaron a cocinar sus alimentos, pero la preocupación por comer bien no se

⁷ **Orejuela, S. Sandoval, P.** Guía de estudio de mercado para la evaluación de proyectos, Santiago de Chile: 2002, pág. 13

dio hasta que existieron centros de poder económico, es decir, dependió de quienes tenían las necesidades básicas cubiertas. En ese momento cuando verdaderamente se desarrolló la gastronomía, en un intento por mejorar los alimentos, su aspecto y sabor, innovando y destacando lo nuevo o desconocido.⁸

Hablamos de gastronomía cuando el comer no es solo una necesidad básica, sino que se convierte en un placer, haciendo de la cocina un arte. Solo muy recientemente, y solo en los países desarrollados, puede decirse que existe una auténtica cultura gastronómica generalizada.

2.2. Tendencia gastronómica

Desde que el mundo es mundo los seres vivos han tenido la necesidad de buscar alimentos para nutrirse, pero una de las consecuencias de la vida moderna ha sido convertir a través de la abundancia, la variedad y la facilidad de conseguir todo tipo de alimentos, que esa necesidad de alimentarse se la pueda convertir en placer.

Consecuencia de ello es la aparición de la gastronomía, que están marcando pautas alimenticias que hoy por hoy tenemos los seres humanos.

Existen varias tendencias en la alimentación, inducidas por creencias o convenciones personales, por las cuales se incluye algún tipo de alimento. Se trata por ejemplo, de la dieta vegetariana y realmente más que una dieta nutricional en sí misma constituye una filosofía, una actitud y un estilo de vida.⁹

⁸ López, A. Carabeas, L. Díaz, E. Oferta Gastronómica, España: Paraninfo S.A, 2011)

⁹ Armendáriz, J. Gastronomía y nutrición, España: Paraninfo, 2013

Las nuevas tendencias gastronómicas aparecen en el mercado para hacernos la vida más agradable y creativa, a través de las diversas ramas que conforman nuestro estilo de vida, las novedosas se acercan para renovarse o morir. Una de las ramas a las que más se acerca la moda es la gastronomía, intentando ofrecer algo diferente e innovador, siempre pensando en favorecer y facilitar la alimentación incidiendo especialmente en la salud, que a día de hoy es una de las mayores preocupaciones en la vida del ser humano.

2.3. Restaurantes

La orden ministerial de 17 de marzo de 1965 define a los restaurantes como "aquellos establecimientos, cualquiera que sea su denominación, que sirvan al público, mediante, precio, comidas y bebidas, para ser consumidas en el mismo local. Esta definición, además de obsoleta, es tan amplia que se podrían considerar como restaurantes a casi todos los establecimientos del sector de la restauración.

2.4. Restaurantes de comida rápida

Es un estilo de alimentación donde el alimento se prepara y se sirve para consumir rápidamente en establecimientos especializados (generalmente callejeros) o a pie de calle.

Una de las características más importantes de la comida rápida es de la homogeneidad de los establecimientos donde se sirve, así como la ausencia de camareros que sirvan en mesa, y el hecho de que la comida se sirva sin cubiertos.

2.4.1. Características de los restaurantes de comida rápida.

- **Oferta reducida y rígida.** oferta mono producto (pizzas, bocadillo, hamburguesas, etc. La oferta se suele complementar con ensaladas y postres sencillos
- **Servicio a cargo del cliente.** Generalmente el servicio se realiza desde un mostrador donde el cliente lo solicita, paga y lo retira para llevárselo a una mesa. En la sala un reducido número de empleados recoge las bandejas utilizadas y limpian las mesas.
- **Utilización de vajilla de un solo uso.** La vajilla está fabricada a base de materiales derivados del cartón y del plástico; esto supone un importante ahorro de costes por lavado de vajilla (agua, luz, detergentes, maquinaria y personal.)
- **Líneas de producción conectados con el mostrador de entrega.** De esta forma el cliente puede ver la preparación de su pedido, el estado de la limpieza de las instalaciones de la cocina y agiliza el servicio.
- **Inversión en tecnología de vanguardia.** Para conseguir la máxima eficacia en las líneas de producción y venta con el minio personal. Todos los procedimientos están estandarizados consiguiendo una calidad constante con personal poco calificado.
- **Compra de materias primas en grandes cantidades.** Consiguiendo precios reducidos, además de la cuidadosa elección de los proveedores para mantener una calidad constante.
- **Precios bajos.** Como consecuencia de las características antes citadas se ofrece un servicio con una relación calidad precio bastante buena.

- **Mínima manipulación de los alimentos.** Utilización de los alimentos de 4 y 5 gama (convenience food). No existen pérdidas en materias primas.

3. FOOD TRUCK

3.1. Historia

El pionero del food truck en los Estados Unidos fue en el año de 1861 el granjero tejano Charles Goodnight, montó en un vagón un horno sueco sartenes de hierro con patas, en una mesa de trabajo, utensilios y comida que se le llamaba chuck para acompañar a los ganaderos cuando transportaban el ganado de un lado a otro.

En la primera guerra mundial surgen las cantinas, también conocidas como cocinas de campo divididas en dos áreas. Parte de suministros y horno. Estos remolques, usualmente eran tirados por caballos poco a poco fueron evolucionando a camiones de alimentos ya para la Segunda Guerra Mundial (1939-1945) y en Reino Unido había que alimentar a las tropas combatientes. Resultaba costoso y poco práctico llevar a todo un equipo de cocineros con su respectivo mobiliario que al llegar al campo de batalla tuviera que armarse, dar de comer y luego a desmontarse. Entonces se planteó la posibilidad de ofrecer platillos listos para degustar.

Fue en el año de 1936 cuando Oscar Mayer lanzó a la calle su primer "WIENER MOBILE" causando revuelo por la novedad de sus diseños. Para los años 50 los camiones de alimentos eran comunes en ferias y parques de atracciones. Ya en los 60 y 70 los carritos de sándwich y vagones de almuerzo en las calles se

habían convertido en algo común en América. En las áreas urbanas altas en tráfico proliferaron los carritos de Hot Dogs, Mantecados, Pretzels y Refrescos.

Para el siglo XX, con el crecimiento de la tecnología los nuevos "FOOD TRUCKS" podían preparar sus alimentos frescos y prepararlos desde una unidad móvil. Como resultado el ofrecimiento en la actualidad de estas unidades es mucho mayor que el de sus predecesores.

La idea fue modificándose hasta que un grupo de restauranteros en Estados Unidos no contaba con la cantidad de comensales que esperaban en sus negocios. Hartos a esperar a que el cliente llegara, decidieron salir a vender su comida.

Y como todo lo que se emplea con un fin termina comúnmente empleado en otro y genera un efecto de bola de nieve. Este novedoso concepto con el tiempo se empezó a comercializar a lo largo de Canadá y los Estados Unidos donde súbitamente nació la ávida clientela conformada en su mayoría por oficinistas que preferían la comodidad de los restaurantes sobre ruedas a verse involucrados en el tedioso proceso de meseros y propinas. Así logaban siempre el cometido de alimentarse a gusto sin dejar de lado responsabilidades prioritarias.

Este movimiento dentro de los Estados Unidos marca una importante ola en ciudades como Los Ángeles, Seattle, Nueva York y Austin. Desde el 2009 ha tenido un auge significativo en Miami, donde rápidamente ha ido creciendo hasta convertirse en uno de los focos primarios dentro de este género.

Hoy en día en Miami hay más de treinta camiones circulando por las calles, que deleitan al público con una amplia variedad de sabores y sirven desde hamburguesas gourmet, hot dogs, tacos hasta crepes, helados y café.

Aunque los food truck son mayormente negocios independientes de emprendedores comerciantes muchos restaurantes ya establecidos y que cuentan con un notorio reconocimiento público, han decidido montarse a la onda móvil. Con este sistema llevan sus platillos a una comunidad más amplia y se dan a conocer en diversas áreas.

También lo podemos llamar como movimiento nómada ya que puede llegar a diferentes lugares de la ciudad ya que el principal objetivo es que no tienen un punto fijo de atención.

La mayoría de camiones tienen su propia propaganda en internet con cuentas muy conocidas como Twitter y Facebook para que todos los amantes de sus delicias con solo visitar su página tengan conocimiento de la ubicación exacta y así puedan mantenerse al tanto de todos sus movimientos y de sus próximas ubicaciones.

Uno de los atractivos principales de este movimiento es que se manifiesta el placer despreocupado y lo sencillo. El sistema es simple: llegar, escoger y comer, mientras disfruta de un ambiente agradable al aire libre que permite despejar las presiones y compartir amablemente con los demás comensales. Por otra parte, los dueños de estos camiones imprimen su personalidad en cada uno, y arte gráfico con un característico tono urbano que hacen girar la cabeza a cualquiera cada vez que los ven pasar.

3.2. Definición

Los food truck son un punto de venta móvil pensado y diseñado operativamente para vender, almacenar y comercializar todo tipo de comida, donde además el cliente conocerá la nueva forma de comer sano a precios accesibles y con altos estándares de calidad.

3.3. Beneficios de la unidad móvil

El éxito de las unidades móviles radica en estar en unas pocas localidades de manera regular. Ya que comer es una necesidad, no un lujo.

Varias son las necesidades cubiertas cuando se sirven alimentos desde una unidad móvil: el costo del alimento es mucho menor y se ofrece en un servicio rápido y en muchas ocasiones se sirve un alimento que puede ser ingerido sin la necesidad de tener que sentarse en una mesa. En adicción sirven alimentos que generalmente son divertidos de comer y que si son realmente buenos es bueno hablar de ellos.

El auge que han tomado los negocios sobre ruedas se debe en parte a los avances tecnológicos que permiten una operación costo-efectiva e inmediata. Las razones para comenzar un negocio sobre ruedas son variadas; desde ingreso adicional hasta restaurante establecido.

3.4. Diferencias entre un restaurante y un food truck

Solo parte de abastecimiento y de producción del camión es diferente en un restaurante se tiene la comodidad con accesibilidad a muchas cosas. En un camión el espacio es muchísimo más reducido. Entonces el espacio se torna más complicado en cuanto a cocinar dentro de él se refiere. Cargar, descargar,

limpiar el camión, parquera. Es distinto. Técnicamente en la parte de cocina y preparación se va hacer lo mismo, pero elaborar todo para poder vender es diferente.

3.5. Requerimientos de un food truck

- Es una inversión grande
- Debe registrarse a las normas sanitarias.
- Debe ser absolutamente todo en acero inoxidable.
- Debe adaptarse el equipo a cuanto se necesite cocinar y preparar.

3.6. Como equipar el food truck

Los food truck básicamente se especializan en preparar y vender comidas rápidas como emparedados, hamburguesas y tacos, es así que las instrucciones para equipar un food truck básico, son con un nivel moderado.

- Se debe especializar el camión de acuerdo a la especialidad de la comida cada carro de comida móvil tiene su propio menú y platillos especiales. Se debe considerar la cantidad de alimentos congelados y no perecederos que usa el negocio todos los días y cuanto espacio para almacenar y cocinar necesitas. El cocinero deberá tener un área de trabajo cómoda.
- Se debe garantizar que la cocina cuente con electricidad adecuada. El carro necesitara una fuente constante de energía para refrigeradores y otros aparatos eléctricos.
- Añade un sistema de abastecimiento hídrico ya que un carro de comida móvil necesita corriente de agua constante para preparar alimentos y

bebidas, limpiar utensillos otros elementos y para que el chef pueda lavarse las manos cuando lo necesite.

- Se debe contar con un refrigerador y congelador para asegurar la inocuidad de los alimentos que lo necesiten.
- Incorporar fogones a gas para los alimentos calientes. Algunos carros de comida móviles cuentan con asadores, planchas y platos calientes para hacer hamburguesas. También se necesita extractor de olores, gaseras, cubos de basura y extinguidores de fuego para la prevención de incendios además debe contar con válvulas de gas.
- Cesto de hielo para las bebidas frías, dispensador, armarios para artículos de papel, utensillos de plástico y otros materiales. Se puede incluir una pequeña caja registradora para que las transacciones del carro sean más rápidas.

B. MARCO LEGAL

1. SEGÚN EL ARTÍCULO 52 SECCIÓN 9NA CAPITULO 3, TITULO 2 DE LA CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DICE:

Las personas tienen derecho a disponer bienes y servicios de calidad y a elegirlos con libertad así como a una información precisa y no engañosa sobre su contenido y características

2. REQUISITOS LEGALES PARA ABRIR UN NEGOCIO EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA

La ley establecerá los mecanismos de control de calidad y los procedimientos de defensa de las consumidoras y consumidores; y las sanciones por vulneración de estos derechos, la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, y por la interpretación de servicios públicos que no fuera ocasionada por caso fortuito o fuerza mayor.

Para la constitución este tipo de empresa se debe cumplir con los siguientes requisitos de las siguientes entidades.

- Servicio de rentas internas
- Dirección de higiene y salud municipal
- Cuerpo de bomberos
- Sayce
- Permisos pertinentes para negocios ambulantes.
- Dirección del ambiente
- Instituto ecuatoriano de seguridad social.

3. BASES PARA LA CONCESIÓN O PERMISO EN LA ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO.

- La base económica es de 180.00 dólares más 20.00 dólares de servicios básicos más IVA. (Presentar la oferta respectiva)
- Una vez adjuntada la oferta, se debe depositar una garantía de fiel cumplimiento de dos meses del valor del canon de concesión. Por adelanto en efectivo, depositado en la tesorería institucional.
- Acreditar experiencia con la presentación de los correspondientes certificados.
- Presentar la copia de título de gastronomía.
- Cartas de Honorabilidad
- Presentar un listado de:
 - Número de personal, uniforme del personal, servicio y atención.
 - Menús: presentar la lista de productos que se expenderá y debe constar con desayuno almuerzo y platos del día.
 - Detallar el equipo disponible con el que contara.
 - Detallar la mantelería y menaje.
- Horario de atención al público.

C. MARCO CONCEPTUAL

1. FACTIBILIDAD

Radica en el hecho de minimizar riesgos propios de la inversión, y paralelamente, conocer de manera ordenada en amplitud y profundidad sobre el portafolio de productos a ofrecer.

Pronostica con certeza el éxito o fracaso de una idea de negocio.¹⁰

Se usa para recopilar datos burdos para la administración. Para que a su vez les permita tomar una decisión sobre si debe continuar con el proyecto.¹¹

2. NEGOCIO

Ocupación, actividad o trabajo que se realiza para obtener un beneficio especialmente el que consiste en realizar operaciones comerciales, comprando, vendiendo mercancías o servicio.

Consiste en un sistema, método o forma de obtener dinero, a cambio de productos o servicios

3. COMPETENCIA

Constituye uno de los elementos básicos de la economía de mercado por la que se disciplina la actuación de las empresas y se reasignan los recursos productivos a favor de aquellos operadores o técnicas más eficientes, trasladándose esta eficiencia productiva al consumidor en forma de menores

¹⁰ **Ramírez, E. Cajigas, M.** Proyectos de Inversión Competitivos, Colombia: Feriva, 2004

¹¹ **Kenneth E. Kendall, Julie E.** Análisis y diseño de sistemas, Tercera edición, México: Pearson educación, 1997

precios o de un aumento de la cantidad ofrecida de los productos de su variedad y calidad.¹²

4. INVERSIÓN

En general invertir es renunciar a unas satisfacciones inmediatas y ciertas a cambio de unas expectativas, es decir, de unas esperanzas de beneficios futuros.¹³

5. MERCADOTECNIA

Es el compromiso de la empresa hacia el consumidor. La empresa produce lo que los consumidores quieren, elevando al máximo la satisfacción del consumidor.¹⁴

6. RENTABILIDAD

La rentabilidad es el nivel de beneficios de una inversión es decir es la recompensa por invertir.¹⁵

7. SANIDAD

Es la regulación general de todas las acciones que permitan hacer efectiva la protección de la salud de los consumidores.¹⁶

8. TENDENCIA

Se trata de una especie de mecanismos sociales que regulan las elecciones de las personas según gustos y necesidades.

¹² **Veleiro, B.** Mercado y competencia, Primera edición, Madrid: El Derecho 2010.

¹³ **Pascual, R. Corominas, A.** Planificación y rentabilidad de proyectos industriales, Barcelona: Marcombo. 1988.

¹⁴ **Bustamante, W.** Apuntes de mercadotecnia para la microempresa rural, Santiago de Chile: Promer, 2001

¹⁵ **Getman, L. Joehnk, M.** Fundamentos de inversiones, Pearson educación, 2005

¹⁶ **Salleras, L.** Educación sanitaria, Madrid: Ediciones Días de Santos, 1990

IV. PREGUNTAS CIENTIFICAS

¿Cuáles son los fundamentos básicos del estudio de factibilidad?

¿Cuáles son los estudios que permiten ejecutar los diferentes procesos de esta investigación?

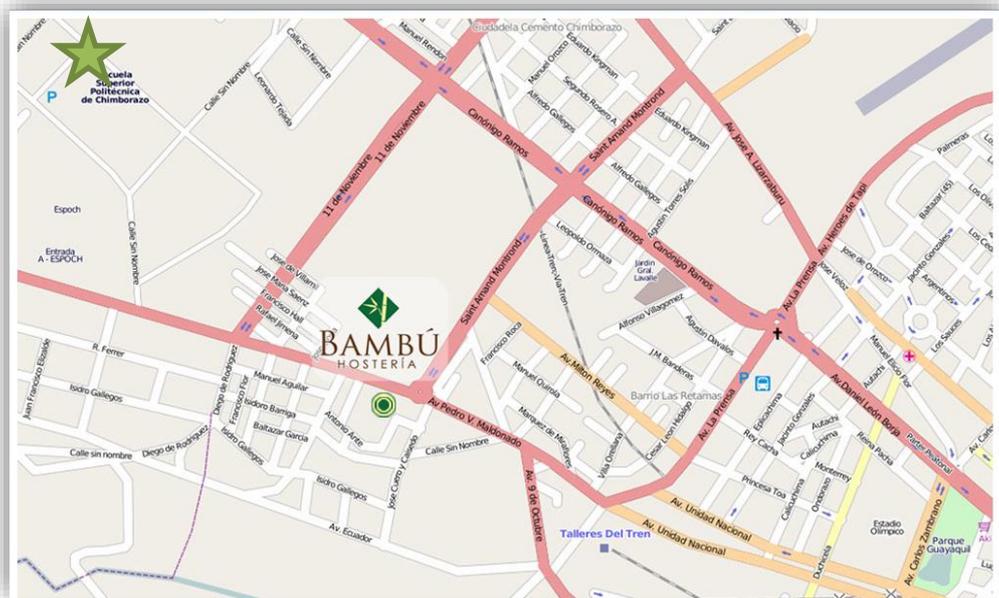
¿Es factible o no la propuesta gastronómica de un food truck en las instalaciones de la Epoch?

V. METODOLOGÍA

A. LOCALIZACIÓN Y TEMPORALIZACIÓN

Esta investigación se desarrolló en las instalaciones de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo ya que es una de las zonas más concurridas de la ciudad de Riobamba, sobre todo por el gran número de estudiantes.

Grafico N° 01: Localización de la investigación



Fuente: www.hosteriabambu.com

El desarrollo de esta investigación tuvo una duración de 6 meses en el año de 2014. Con la ejecución de diferentes procesos en los cuales se determinó la demanda meta de la propuesta gastronómica seguido de la descripción de los diferentes procesos que permiten ejecutar el proyecto y con la valoración económica en donde se conoce si la propuesta gastronómica es factible o no.

B. VARIABLES

1. IDENTIFICACIÓN

En esta investigación se cuenta con dos variables.

a. Independiente

- Food Truck

b. Dependiente

- Estudio de factibilidad

2. DEFINICIÓN

a. Food truck

El Food Truck es literalmente un camión de comida, también llamado a lo largo del mundo cocina móvil o camión catering móvil, y básicamente es un lugar que vende comida de forma ambulante.

b. Estudio de factibilidad

Análisis comprensivo para recopilar datos relevantes sobre el desarrollo de un proyecto y en base a esto tomar la mejor decisión y saber si se procede a su desarrollo e implementación.

3. OPERACIONALIZACIÓN

Tabla N° 1: Operacionalización de Variables

VARIABLE	CATEGORÍA	INDICADOR
INDEPENDIENTE <ul style="list-style-type: none"> • Food truck 	Comida Rápida	Alternativas gastronómicas
DEPENDIENTE <ul style="list-style-type: none"> • Estudio de Factibilidad 	Estudio de mercado Estudio técnico Estudio legal Estudio administrativo Estudio ambiental Estudio financiero	Oferta Demanda Marketing Infraestructura Procesos culinarios Carta y menú Servicio Permisos Bases legales Patentes Organización de la empresa Plan estratégico Inversiones del proyecto Financiamiento Evaluación financiera

Elaborado por: Malan, Y. 2014

C. TIPO Y DISEÑO DE ESTUDIO

Esta investigación es de tipo Exploratoria ya que se efectúa sobre un tema desconocida que a la vez se lo podría llamar poco común, por lo que los resultados constituyen una visión aproximada de dicho objeto.

El diseño de esta investigación no experimental ya que al ser una búsqueda empírica no se posee control directo de las variables independientes debido a que sus manifestaciones son no manipulables.

D. POBLACIÓN Y MUESTRA

La población para esta investigación son los estudiantes de la Espoch que están distribuidas en 7 facultades de acuerdo a la fuente de los documentos de análisis socioeconómicos de la Espoch año 2008.

Tabla Nº 2: Población estudiantil según facultades

Población Estudiantil ESPOCH	
Estratos según facultades	Tamaños Poblacionales
Administración	2289
Ciencias	948
Ciencias Pecuarias	739
Informática	1681
Mecánica	1416
Recursos Naturales	641
Salud Publica	1148
Total	8862

Elaborado por: Malan, Y. 2014

La muestra que se obtiene es probabilística por que se utiliza la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N * Z_{\alpha}^2 * P * Q}{(N - 1)(e)^2 + P * Q * Z_{\alpha}^2}$$

En donde:

Tabla Nº 3: Despeje de la Formula

n: tamaño de la muestra	?
N: tamaño de la población	8862
e: margen de error	0.05
Z: nivel de confianza	1.95
P: variabilidad positiva	0.5
Q: variabilidad negativa	.05

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Al despejar la formula se obtiene el siguiente resultado:

Tabla Nº 4; Resolución de la Formula

n=	$\frac{8862*(1,96)^2*0,5*0,5}{(8862-1)(0,05)^2+0,5*0,5*(1,96)^2}$
n=	$\frac{8862*(3,8416)*0,25}{(8861)(0,0025)+0,25(3,8416)}$
n=	$\frac{34044,2592*0,25}{(22,1525)+0,9604}$
n=	$\frac{8511,0648}{23,1129}$
n=	368

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Para estratificar los datos según el resultado de la muestra se realizó la siguiente fórmula:

$$f = n/N \quad f = 368/8862 \quad f = 0.041526149853306$$

El resultado obtenido multiplicamos por la cantidad de alumnos de cada facultad, así se obtiene el número de encuestas a realizarse dependiendo de cada facultad.

Tabla Nº 5: Resultado de estratificación

Población Estudiantil ESPOCH		
Estratos	Tamaños Poblacionales(N)	Muestra(nh)
Administración	2289	95
Ciencias	948	39
Ciencias Pecuarias	739	31
Informática	1681	70
Mecánica	1416	59
Recursos Naturales	641	26
Salud Publica	1148	48
Total =	8862	368

Fuente: Análisis Socio económico de la Espoch.

E. DESCRIPCIÓN DE PROCEDIMIENTOS

Grafico N° 2: Descripción de procesos



Elaborado por: Malan, Y. 2014

- Para la investigación de esta propuesta se realizó el estudio de mercado en donde priorizamos la realización de la propuesta gastronómica y los clientes potenciales.
- El estudio técnico permite analizar fases importantes de la propuesta tales como: infraestructura diseño, tecnología y personal.
- El estudio legal permite indagar todos los procesos y tramites a realizarse para el funcionamiento legal del Food Truck.
- En el estudio administrativo se detalla toda la información acerca de la empresa y su organización por ejm: el personal y la política empresarial.
- El estudio ambiental Se busca predecir cualquier consecuencia ambiental en donde se evalúa el proyecto y su impacto para buscar la solución más adecuada que beneficie al ambiente y al Food Truck
- Por último se realiza el estudio económico financiero el cual determina la rentabilidad del proyecto.

VI. ESTUDIO DE MERCADO

A. ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

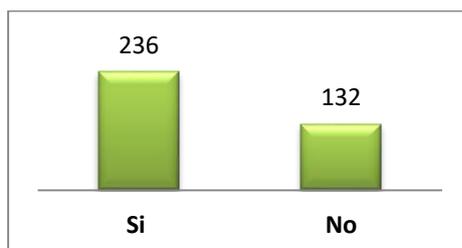
Pregunta 1: ¿Visita Usted el Bar de su Facultad?

Tabla N° 6: Pregunta 1

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	236	64
No	132	36
Total	368	100

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 3: Pregunta N°1



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

Al realizar las encuestas a los estudiantes de la Epoch, se pudo obtener resultados significativos ya que el 41% de los estudiantes optan por no hacer uso del bar de su facultad mientras que el 59% si lo hacen.

Existen varias opciones por las que los estudiantes no visitan el propio bar de su facultad y es muy probable que los bares no se centren en gustos y necesidades de los estudiantes.

Pregunta N° 2: ¿Con que frecuencia visita usted el bar de su facultad?

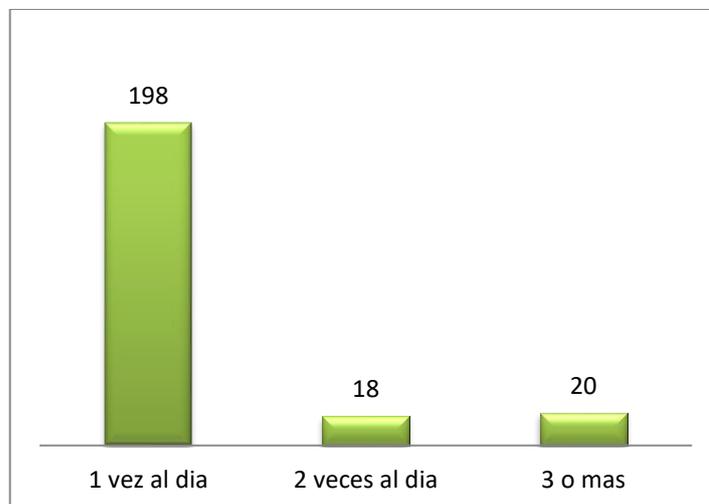
Tabla N° 7: Pregunta 2

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
1 vez al día	198	54
2 veces al día	18	5
3 o mas	20	5
Total	236	64

Fuente: Encuestas

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 4: Pregunta 2



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

De los 236 estudiantes que corresponde a un 64% los cuales respondieron si en la pregunta n° 1, el 54% visita 1 vez al día el bar, el otro 5% visita 2 veces al día y el otro 5% lo visita 3 veces al día o más.

Los resultados son muy significativos ya que la mayoría de los estudiantes prefieren visitar su respectivo bar una sola vez, lo cual indica que existen algunas opciones por las cuales ellos toman esta decisión.

Pregunta N° 3: ¿Por qué razón visita usted el bar de su facultad?

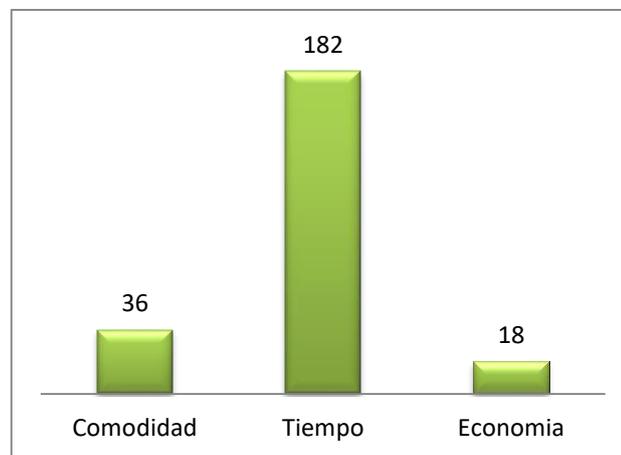
Tabla N° 8: Pregunta 3

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Comodidad	36	10
Tiempo	182	49
Economía	18	5
Total	236	64

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 5: Pregunta 3



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

De los 236 estudiantes que si visitan el bar de su facultad el 49% lo visita por el tiempo que ellos no disponen para salir a otros lugares, El 10 % de los estudiantes han indicado que se sienten cómodos ya que es probable que ellos utilicen las instalaciones del bar para realizar otras tareas. El 5% ha indicado que su economía es un indicador importante porque la mayoría de los bares de la Epoch expenden alimentos a precios moderados y cómodos para los estudiantes.

Pregunta N° 4: ¿Está satisfecho con el servicio de alimentación que ofrecen los bares de la Espoch?

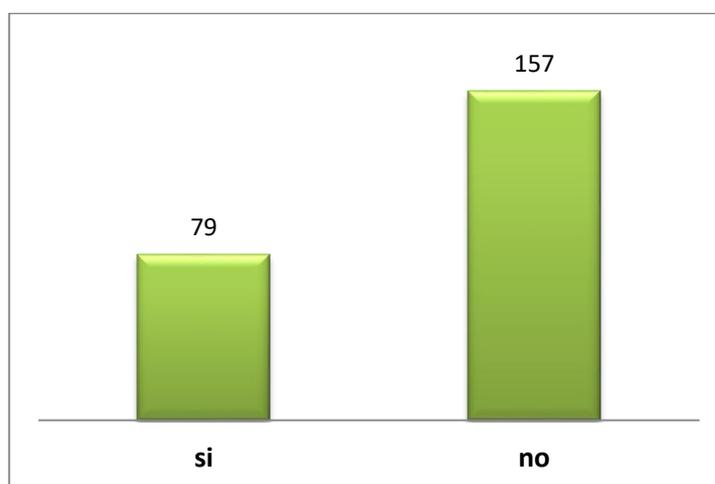
Tabla N° 9: Pregunta 4

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	79	21
No	157	43
Total	236	64

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 6: Pregunta 4



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

El servicio es un factor muy importante sobre todo en las instalaciones que ofrecen alimentos y bebidas. En base a los 236 estudiantes que respondieron si a la Pregunta N°1, el 67% no está satisfecho con el servicio de alimentación de su respectiva facultad y el 33% si están satisfechos. La insatisfacción en los estudiantes radica en la calidad y sanidad de los alimentos que consumen. La desventaja que tienen los bares de la Espoch es básicamente en lo monótono de sus productos.

Pregunta N° 5: ¿Dónde prefiere comer usted?

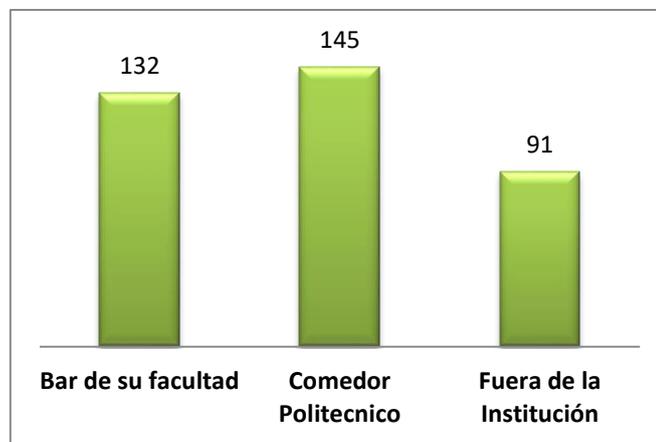
Tabla N° 10: Pregunta 5

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Bar de su facultad	132	36
Comedor Politécnico	145	40
Fuera de la Institución	91	25
Total	368	100

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 7: Pregunta 5



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Además de los bares que tiene la institución existen otras opciones de servicio de alimentación como el bar Politécnico y los restaurantes que se ubican a los exteriores de la Epoch. Los estudiantes tienen preferencias con respecto a estas opciones y el 39% elige el comedor politécnico que ofrece desayunos y almuerzos completos, el 36 % decide el bar de su respectiva facultad porque prefieren el servicio y sus alimentos de dicho lugar. Y el 25% prefiere alimentarse fuera de las instalaciones de la Epoch esto se debe a que no están satisfecho con el sabor y calidad de los alimentos que se expenden dentro de la institución.

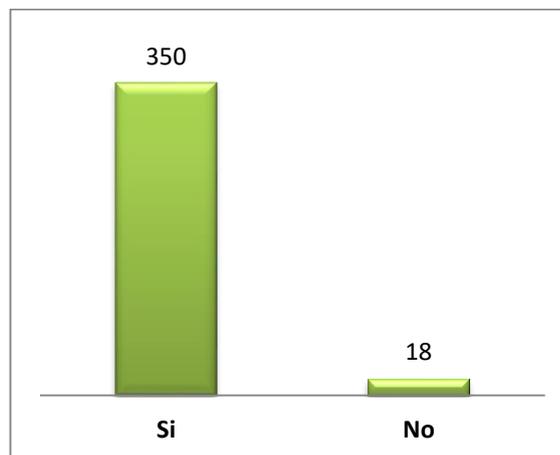
Pregunta N°6: ¿Está de acuerdo usted con el consumo de alimentos que sean gourmet que a su vez sean sanos ricos?

Tabla N° 11: Pregunta 6

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	95
No	18	5
Total	368	100

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 8: Pregunta 6



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

En la actualidad las personas van tomando conciencia acerca de la importancia de alimentarse bien, aunque todavía no diferencian el término calidad de cantidad. El resultado de las encuestas refleja que el 95% de los estudiantes están de acuerdo con disponer alimentos rápidos y sanos que a su vez sean ricos y diferentes a los que están acostumbrados a consumir.

En una mínima cantidad que es el 5% está en desacuerdo es muy probable que desconozcan el termino gourmet o quizá gustan de los alimentos que por lo general consumen antes o después de ingresar a sus clases.

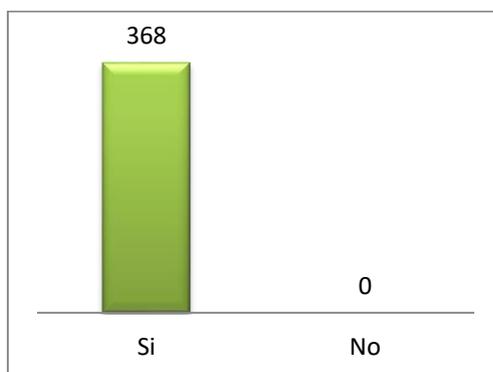
Pregunta N° 7: ¿Le gustaría consumir dichos alimentos a través de un food truck en las instalaciones de la Espoch?

Tabla N° 12: Pregunta 7

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Si	368	100
No	0	0
Total	368	100

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 9: Pregunta 7



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

Todos los estudiantes encuestados tenían un antecedente acerca de la definición y objetivo de un Food Truck por tal motivo se les facilito responder a cada una de las preguntas en las cuales intervenía el Food Truck.

Los resultados de las encuestas muestran que el 100% está dispuesto a consumir alimentos que expende un Food truck ya que todos lo relacionan con algo novedoso y saben que es una forma más ágil de y fácil de consumir alimentos como en las ciudades grandes.

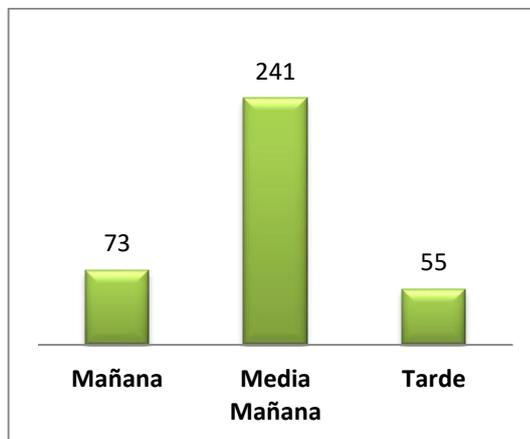
Pregunta N° 8: ¿En qué horario le gustaría disponer de un Food Truck en su facultad?

Tabla N° 13: Pregunta 8

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Mañana	73	20
Media Mañana	241	65
Tarde	55	15
Total	368	100

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 10: Pregunta 8



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis Descriptivo e Interpretativo:

Todos los estudiantes encuestados saben que el Food Truck ofrecerá sus servicios en diferentes sitios de la Epoch. En la pregunta número 8 los resultados muestran que el 65% prefiere el servicio del Food Truck en la media mañana, el 20% en la Mañana y el 15% en la tarde, es muy evidente que la media mañana es el mejor momento de consumir alimentos porque sus recesos entre sus clases generalmente radican en el horario de 9 a 12 del día.

Pregunta N°9: ¿Seleccione el tipo de comida que desearía consumir en un Food Truck?

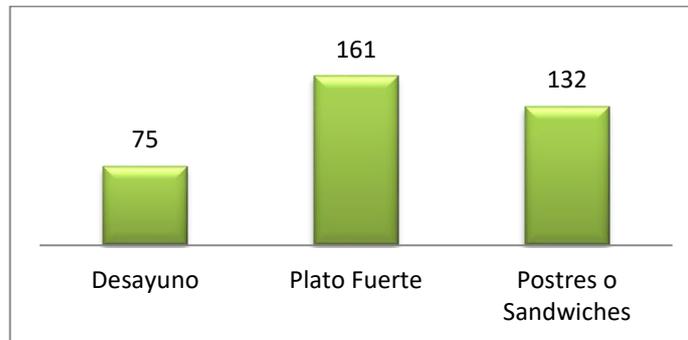
Tabla N° 14: Pregunta 9

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
Desayuno	75	20
Plato Fuerte	161	44
Postres o Sándwiches	132	36
Total	368	100

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 11: Pregunta 9



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

El Food Truck se adapta para ofrecer diferentes tipos de alimentos, al encuestar a los estudiantes de la Epoch acerca de los alimentos que ellos prefieren se pudo observar que el 44% prefiere un plato fuerte, el 36% gusta de postres y sándwiches y el 20% prefiere desayunos. Es notable la variación de preferencia entre todos los estudiantes encuestados no obstante el Food truck puede cubrir más de una necesidad y ofrecer variedad para los estudiantes.

Pregunta N° 10: ¿Cuánto está dispuesto a pagar por dichos alimentos?

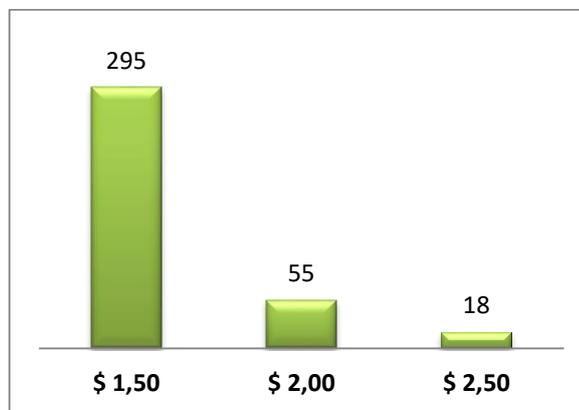
Tabla N° 15: Pregunta 10

Opciones	Frecuencia	Porcentaje
\$ 1,50	295	80
\$ 2,00	55	15
\$ 2,50	18	5
Total	368	100

Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 12: Pregunta 10



Fuente: Encuestas realizadas a los estudiantes

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Análisis descriptivo e Interpretativo:

Los estudiantes universitarios generalmente se caracterizan por ser personas que no disponen de suficiente dinero, en la última pregunta de esta encuesta se busca obtener un precio promedio que un estudiante pagaría por un alimento, los resultados muestran que el 80% escoge la opción más baja que es de 1.50 dólares el 15% está de acuerdo con 2.00 dólares y el 5% pagaría 2.50 dólares. El reto del Food Truck es satisfacer a los estudiantes buscando un beneficio mutuo sobre todo por la decisión de la mayoría de los estudiantes que no cuentan con la solvencia necesaria.

1. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

1.1. Conclusiones

Las encuestas realizadas a los estudiantes de la Epoch reflejan resultados favorables para la investigación, lo que significa que la factibilidad del proyecto es buena en cuanto a las preferencias de los estudiantes.

El food truck a diferencia de todos los establecimientos de servicio de alimentos de la Epoch, es algo innovador que llama la atención y curiosidad de los estudiantes los cuales están abiertos a otro tipo de opciones, para así poder cambiar su estilo de alimentación.

Los clientes potenciales son estudiantes universitarios, por tal motivo carecen de dinero y al ser jóvenes prefieren platos con una cantidad razonable de comida a un precio generoso, al cual ellos puedan acceder.

1.2. Recomendaciones

Los resultados de las encuestas reflejan el resultado favorable por lo que se recomienda seguir con los siguientes estudios del proyecto.

Es recomendable pensar en los estudiantes al momento de diseñar el food truck ya que debe ser muy atractivo para ellos y pensado en sus requerimientos y necesidades.

Al proceder con el proyecto es necesario ser minucioso en cuanto a lo que se va a ofrecer como y a qué valor, por el antecedente de que los estudiantes no manejan demasiado dinero. Así se podrá llevar a cabo un excelente servicio de alimentos al cual los estudiantes puedan acceder fácilmente.

B. NATURALEZA DEL PRODUCTO

Los productos que expenderá el food truck en las instalaciones de la Espoch cubren las necesidades de los estudiantes ya que son productos diferentes e innovadores que pueden consumir en cualquier momento del día. Estos productos son de total calidad por la razón de que la materia prima tendrá una inspección rigurosa que garantice los productos mencionados.

Esto quiere decir que la actividad de esta propuesta es de servicios, porque se garantiza la satisfacción del cliente a través los alimentos que expenderá el Food Truck

1. MISIÓN Y VISIÓN DE LA EMPRESA

1.1. Misión

FOOD TRUCK INVASION ofrece a los consumidores alimentos de buena calidad, sin dejar de lado la rapidez de su servicio y sobretodo la atención personalizada, para así cumplir todas las necesidades del cliente y asegurar su plena satisfacción y fidelidad.

1.2. Visión

Ser la primera opción del estudiante al momento de elegir una comida, para así lograr ser el primer mejor restaurante móvil de la ciudad de Riobamba y liderar una participación en el mercado con una cadena de Food Trucks.

1.3. Valores

- Responsabilidad
- Honestidad

- Puntualidad
- Lealtad
- Disciplina

2. DISTINGOS Y VENTAJAS COMPETITIVAS

1.1. Distingos

- Rapidez y comodidad para aquellos clientes que cuentan con un tiempo limitado, en este caso los estudiantes de la Espoch.
- Comida sana y de calidad
- Precios cómodos
- Un Chef que ofrece platos diferentes tipo gourmet.

1.2. Ventajas competitivas

- Nuevo diseño y atractivo para los clientes
- Posibilidad de ubicarse a todos aquellos lugares concurridos.
- No tiene competencia.

2. IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

- Creppes con frutas saltadas y café
- Waffles con frutas salteadas y café
- Brochetas de carne de cerdo con piña y papas al horno
- Pollo a la plancha con papa a la crema
- Guiso de carne con brócoli y arroz
- Ensalada fresca para los tres platos

2.1. Suplementos del producto

Los platos anteriormente mencionados contienen suplementos tales como jugos, sorbetes, gaseosas aguas con gas y sin gas etc. y la elección quedara a gustos del cliente y serán estos suplementos los que ayudaran al deleite y perfecta combinación con los productos.

2.2. Vida útil del producto

Los platos desde la compra de materia prima hasta mise en place y servicio tendrán una vida útil de una semana todo en cuanto a refrigeración de productos frescos y congelación de carnes con las respectivas necesarias. En cuanto al momento del consumo de los platos deberán ser inmediatos.

3. SERVICIO Y SU UTILIDAD

El principal servicio que brindara el Food truck a los estudiantes de la Epoch será similar al de una fuente de sodas, con varias bebidas que acompañaran los platos estrella del food truck con el objetivo de que el comensal sea testigo de los que ha de servirse.

4. ESTRATEGIAS DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD

4.1. Medios publicitarios

Para la promoción del food truck nos basaremos en dos medios muy importantes:

- Redes sociales: las redes sociales son una forma interesante de promocionar, y al food truck le dará importancia entre los jóvenes sobre todo para que ellos tengan un conocimiento exacto de donde se encuentra, que es lo que ofrece y en cuanto llega a su destino. Estas

redes sociales como Facebook, whatsapp, Line o twitter en la actualidad son la manera exacta de promocionar al Food Truck.

- Medios de comunicación escrita: los volantes serán el abreboza del food truck por que con este medio se buscara bombardear el interés de los jóvenes en cuanto a su alimentación y a probar cosas nuevas. Los volantes son una forma visual que impactara a los gustos de los estudiantes de la Espoch.

Tabla N° 16: Cronograma de publicidad para el Food Truck

PUBLICIDAD DEL FOOD TRUCK		
1 Mes antes de la apertura del food truck	Redes sociales	Se crearán cuentas en redes sociales en donde se hablará del food truck y los beneficios del mismo, se buscará la atención de muchas personas que integren la Espoch.
15 días antes de la apertura del Food truck	Volantes	Los ambulantes serán llamativos y tendrán la información necesaria con imágenes persuasivas con los platos estrellas del food truck
Inauguración	Música	Se contara con un amplificador el cual ayudara a llamar la atención de los estudiantes mientras el food truck ofrece sus servicios en la Espoch.

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

5. DISEÑO DEL PRODUCTO

En cuanto a los productos que se servirán tendrán un emplatado sencillo y cómodo para los estudiantes, pero se diferenciarian de productos similares ya que se maneja diferentes técnicas.

Se servirán en envases desechables con sus respectivos cubiertos. Esto ayudara a mantener la limpieza interna del food truck

El diseño del food truck será muy llamativo y colorido, todo con respecto a la juventud y sobre todo con los alimentos que se ofrecerán. Tendrá su propio nombre logo y slogan.

5.1. Nombre

"Food truck Invasion"

Traducción al español

"Invasión del camión de comida"

5.2. Logo

Grafico N° 13: Logo



Elaborado por: Malan, Y. 2014

5.3. Slogan

"Ahora para comer sano, rico y económico, ya no existen pretextos"



5.4. Colores de la empresa

- Naranja: el naranja es un color que representa a los alimentos, sobre todo en los clientes genera recogimiento y comodidad a causa de sensaciones

físicas y sensoriales y aparte de todo esto va entorno a los alimentos que se servirán.

- Negro: es un color es el color que todos los jóvenes de entre 17 y 25 años prefieren. Es un color que combina perfectamente con el naranja y expresa equilibrio entre los estudiantes de la Espoch.
- Blanco: al igual que el negro es un color neutro este genera paz y tranquilidad de manera psicológica. Y físicamente representa la limpieza del food truck esto ayuda a la confiabilidad de los clientes con el restaurante móvil y su sanidad.

5.5. Diseño del food truck

El food truck será un camión de comida, adaptado específicamente para dicho servicio, que es la alimentación.

El diseño externo será basado en los colores elegidos para el logo y llevara su respectivo nombre en las partes más visibles del food truck. También se añadirá un letrero con los mismos diseños y fotos de los platos que se ofrecerá.

6. FIJACIÓN DE LOS PRECIOS

El precio varía, depende el plato y el precio establecido para los productos que ofrece el food truck tuvo como referencia a la encuesta lo que los clientes están dispuestos a pagar y sobretodo se toma en cuenta los costos de producción de cada plato.

7. COMPETENCIA

En la ciudad de Riobamba no hay un amplio conocimiento acerca de un Food truck, por tal razón es mínima la posibilidad de la existencia de alguno en la

ciudad. Dicho antecedente refleja la poca competencia que el food truck enfrentaría en la Espoch.

La principal función del food truck es el servicio de alimentos rápidos ricos y nutritivos, y aunque la Espoch está rodeada de restaurantes similares, las preparaciones que ofrece el food truck son distintas y están más orientadas a platos gourmet.

Esta es la razón por la cual el food truck no dispone de competencia.

8. ANÁLISIS DE COMERCIALIZACIÓN

Para el servicio de alimentos en el food truck el sistema necesario es:

- Food truck
- Chef
- Cliente final

Un food truck no necesita más medios de comercialización ya que al ser un negocio en movimiento puede cambiar su ubicación fácilmente lo que le permite ganar clientes en diferentes zonas de la Espoch.

9. DISTRIBUCIÓN Y CANALES DE DISTRIBUCIÓN

El Food truck se encarga de la producción y distribución de los alimentos hacia los consumidores directos.

10. IDENTIFICACIÓN DEL CONSUMIDOR

El food truck y los productos que ofrecen están directamente dirigidos a los estudiantes de la Espoch.

El food truck es una opción de comidas rápida sanas y aptas para estudiantes o jóvenes que en el transcurso del día cuentan con un poco de tiempo para alimentarse.

11. DETERMINACIÓN DEL MERCADO

Esta investigación se la realizo en un solo lugar, el cual es el mercado determinado para ofrecer los productos del food truck.

La Epoch es una de las universidades más concurridas de la ciudad de Riobamba, provincia de Chimborazo

El mercado para el expendio de los productos va a estar ligado a la ley de oferta y demanda. Tomando como fundamento la materia prima para la producción.

VII. ESTUDIOS: TECNICO, LEGAL ADMINISTRATIVO Y AMBIENTAL

A. ASPECTOS TÉCNICOS

Al realizar el estudio técnico se puede obtener la función de producción que optimice la utilización de los recursos disponibles en la producción del bien o servicio.

1. TAMAÑO DEL PROYECTO

El concepto técnico se identifica con la capacidad de producción, en términos físicos, de un conjunto de máquinas que posibilitan la realización de un proceso productivo.

1.1. Capacidad real

Es el nivel que efectivamente produce el equipo considerando las limitaciones que los mismos producen.

Al realizar el diseño del Food Truck se puede estimar un número aproximado mediante la información obtenida en el estudio de mercado. De los 368 estudiantes que prefieren platos fuertes y desayunos el food truck compensará al 100 % de estudiantes. Por tal razón la cantidad de platos que tiene por capacidad el food truck al día serán de alrededor 368 comensales. Al ser una cantidad amplia para la el limitado espacio del Food Truck los horarios serán de 8:00 am a 10:00 am y de 11:30 a 14:30. Este espacio entre el día y la mañana permitirá al food truck tomarse el tiempo de adquirir materia prima y asegurarse del mise en place.

2. UBICACIÓN DEL PROYECTO

2.1. Localización

Macro localización

País: Ecuador

Provincia: Chimborazo

Cantón: Riobamba

Micro localización

Ciudad: Riobamba

Sector: Sur de la ciudad ESPOCH

La decisión el proyecto en este sector se debe a los siguientes factores:

- El sector donde se ubica el Food Truck es en la Espoch ya que es un lugar muy representativo de la ciudad.
- La universidad es uno de los lugares más concurridos de la ciudad.
- El food Truck se caracteriza por ofrecer alimentos rápidos, y la universidad cuenta con estudiantes que por su disponibilidad de tiempo prefieren dichos alimentos.

3. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

El camión de comida tendrá una dimensión de 6 metros en los cuales se divide el 30% el cabezal y el 70 % el lugar donde se prepara y se sirve la comida.

3.1. Descripción física

En el esquema Básico de un Food truck se debe tomar en cuenta:

- La fachada principal, la cual se abre a la calle.
- La frontal, es el área del conductor.
- La trasera, es el portón la cual tiene como función de muro ciego, se aprovecha para almacenar verticalmente y colocar los electrodomésticos.

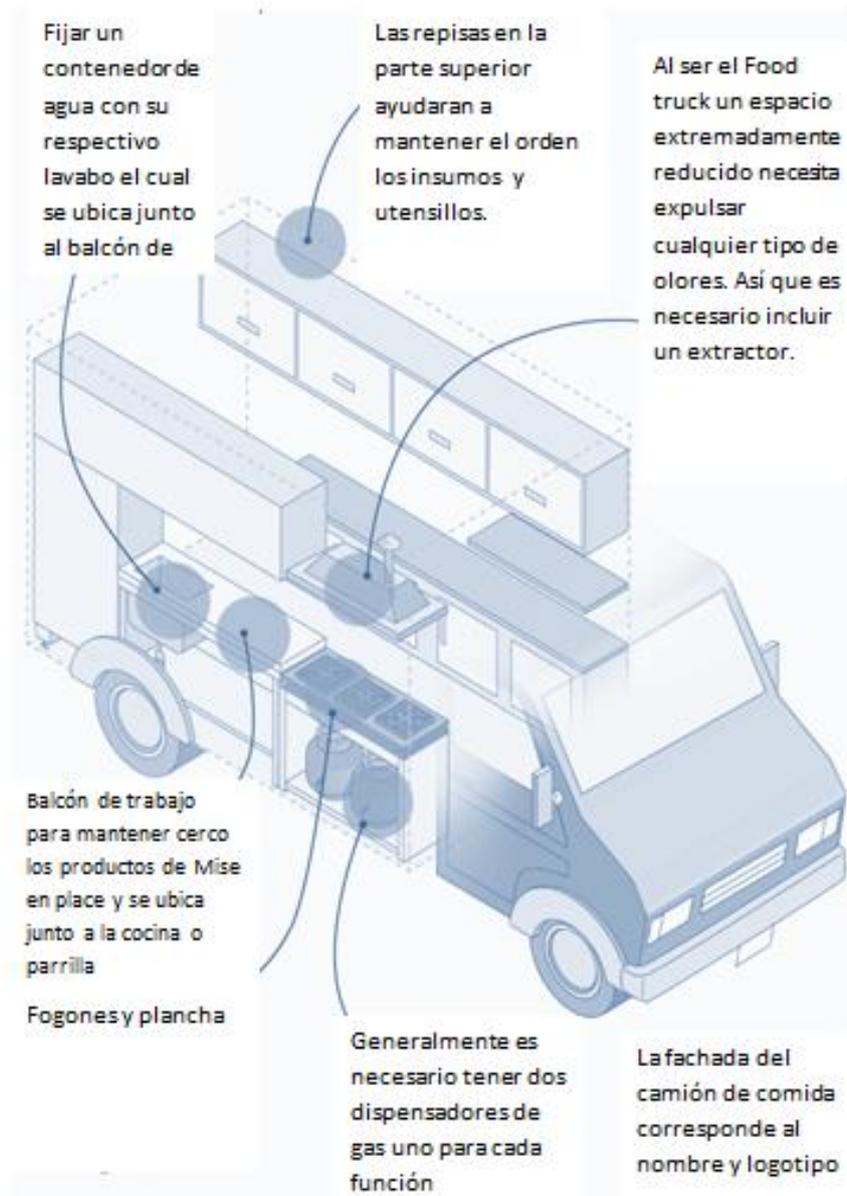
3.2. Decoración del Food Truck

Fachada interna

- Las superficies del food truck serán higiénicas en barras, paredes, techo y pisos. Se utilizara acero inoxidable ya que al no ser poroso garantiza una limpieza fácil y libre de residuos.
- Se aprovechara las paredes como almacenamiento eje: repisas para utensillos y especias.
- Luces para iluminar
- La reserva de agua será fija, con una gaveta superior con salida hacia el exterior y el lavabo será fijo de lado de la cocina y parrilla.
- Se instalara una fuente de electricidad adecuada para que funcionen los equipos que requieran de dicho sistema.

Al ser el food truck una cocina móvil debe ser adaptada para su uso y mantendrá en su interior el color del acero inoxidable el cual reflejara el aseo en el servicio de los alimentos y lo más importante es que el Food Truck cuente con los servicios básicos.

Grafico N° 14: Estructura del Food Truck



Fuente: facebook.com/NoodleTruckMex
Elaborado por: Rolando Vanucci

Fachada externa

Los Food Trucks se caracterizan por ser novedosos y llamativos, así que se mantendrá en toda la fachada externa el color que se eligió para el logotipo y nombre. Será visible y llamara la atención de los estudiantes.

4. TECNOLOGÍA Y EQUIPOS

4.1. Maquinaria y equipo

Los equipos que necesita el Food truck para operar de manera correcta en las Instalaciones de la Espoch son los siguientes:

Tabla N° 17: Maquinaria y Equipo para el Food Truck

MAQUINARIA Y EQUIPO PARA EL FOOD TRUCK			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
Cocina con plancha	1	\$ 760,00	\$ 760,00
Refrigerador	2	\$ 963,00	\$ 1.926,00
Horno pequeño	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Microondas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Wafflera	1	\$ 46,00	\$ 46,00
Licuadaora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Cafetera	1	\$ 52,00	\$ 52,00
Cilindro de gas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Congelador	1	\$ 400,00	\$ 400,00
			\$ 3.794,00

Elaborado por: Malan, Y. 2014

4.2. Menaje de cocina

El Food Truck también debe contar con menaje de cocina indispensable, los utensillos necesarios son los siguientes:

Tabla N° 18: Menaje de Cocina

MENAJE DE COCINA			
DESCRIPCIÓN	CANTIDAD	VALOR UNÍ	TOTAL
juego de cuchillos	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Juego de ollas	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Sartenes Antiadherentes	4	\$ 26,65	\$ 106,60
Tacho de basura	1	\$ 16,00	\$ 16,00
Tabla de Picar	2	\$ 4,96	\$ 9,92
Juego de espátulas	1	\$ 6,32	\$ 6,32
Recipientes Herméticos	10	\$ 3,28	\$ 32,80
Colador	3	\$ 1,25	\$ 3,75
Pinzas	1	\$ 2,49	\$ 2,49
Exhibidor	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Rallador	1	\$ 2,60	\$ 2,60
Juego de pírex	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Salero	2	\$ 1,60	\$ 3,20
Pimentero	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Azucarero	2	\$ 2,25	\$ 4,50
Porta servilletas	2	\$ 1,75	\$ 3,50
			\$ 689,68

Elaborado por: Malan, Y. 2014

4.3. Requerimientos básicos de la empresa

Para un desempeño adecuado de las actividades en el Food truck sobre administración también se requiere de materiales y equipos básicos.

Tabla N° 19: Materiales de Oficina

MATERIALES DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL
Resma de Papel	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Sello	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Clips	3	\$ 0,80	\$ 2,40

Caja de Bolígrafos	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Marcadores	2	\$ 0,90	\$ 1,80
Carpetas	25	\$ 0,30	\$ 7,50
			\$ 31,20

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 1: Equipos de cómputo

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL
Computador Portátil	1	\$ 800,00	\$ 800,00

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Malan, Y. 2014

5. DISPONIBILIDAD DE MATERIA PRIMA E INSUMOS

Para que el Food Truck en la Espoch pueda operar de manera correcta necesita un abastecimiento de materia prima e insumos de calidad y sobre todo la cantidad necesaria. La materia prima y los insumos que el food truck necesita para su servicio, son los siguientes:

Tabla N° 20: Materia Prima e Insumos para el Food Truck

MATERIA PRIMA E INSUMOS PARA EL FOOD TRUCK				
POLLO CON PAPA A LA CREMA	BROCHETAS DE CERDO CON PIÑA	CARNE CON BROCOLI Y ARROZ	ENSALADA FRESCA	CREPPES Y WAFFLES CON FRUTAS
MATERIA PRIMA				

Pollo	Carne Cerdo	Carne de res	Lechuga	Harina
Papa	Piña	Ajo	Tomate	Mantequilla
Romero	Cebolla	Cebolla	aros de cebolla	Azúcar
Aceite	Pimiento	mantequilla	Espinaca	Huevos
Crema de Leche	Miel	Salsa de soya	Mostaza	Frutilla
	Aceite de oliva	Brócoli	Frutilla	Moras
	Papa		vinagre	Bananas
	Romero		sal	
		Arroz	Limón	
Para las bebidas se utilizaran pulpas de frutas a elección del cliente				
INSUMOS				
Envases desechable				
Equipos				
Accesorios (Utensillos y Herramientas)				

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

6. RECETAS ESTANDAR

Tabla N° 21: Receta 001

RECETA ESTANDAR	
NOMBRE:	Filete de pollo a la plancha con papa a la crema
CODIGO DE RECETA:	001
RACIONES	1 U

INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MICE EN PLACE
Pollo	G	100	Filetes
Romero	c/n	1	
Papa	G	120	Slice
Crema de leche	Cc	10	
Cebolla	G	5	Brunoise
sal y pimienta	c/n		

PREPARACION:
1 Adobar el pollo con sal y pimienta y agregar un poco de romero dejar reposar.
2 Pre cocer las papas y cortar en slice, preparar un refrito y agregar las papas saltear e incorporar la crema de leche reservar.
3 Al momento de utilizar enviar al microondas para terminar la cocción.
4 Servir con la ensalada fresca.

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 22: Hoja de costos receta 001

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTANDAR					
NOMBRE:	Filete de pollo a la plancha con papa a la crema			Raciones	1
CODIGO DE RECETA:	001				
	REFERENCIAL		CONSUMO		
INGREDIENTES	CANTIDAD	PRECIO REF.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Pollo	450	\$ 1,75	g	100	0,39
Romero	100	\$ 0,80	c/n	1	0,01
Papa	1000	\$ 0,60	g	120	0,07
Crema de leche	1000	\$ 2,50	cc	10	0,03
Cebolla	300	\$ 0,75	g	5	0,01
sal y pimienta			c/n		
Costo total de la materia prima					0,51
Costo total de la materia prima de la ensalada por porción					0,33
Costo Total por Porción					0,84
Valor de venta sin impuestos de ley					1,42
Valor de venta con impuesto de ley					1,59
Precio de venta					1,60

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 23: Receta 002

RECETA ESTANDAR			
NOMBRE:	Brochetas de cerdo con piña y arroz		
CODIGO DE RECETA:	002		
RACIONES	1U		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MICE EN PLACE
Carne de cerdo	g	100	Dados grandes
Piña	g	60	Dados grandes
Aceite de oliva	c/n	2	

Miel	cc	5	
Salsa de Tomate	cc	5	
Salsa de soya	cc	5	
Papas	g	90	

PREPARACIÓN:

1 Pelar la Piña, quitar el corazón y cortar en cubos pequeños. De igual forma cortamos la carne.

2 Preparar en un bowl el adobo añadiendo miel, salsa de tomate y salsa de soya.

3Dejar reposar con la carne. Encender la parrilla y pincelar con aceite de oliva cocer las brochetas de lado a lado.

4Hervir las papas y terminar la cocción en el horno con sal y romero.

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 24: Hoja de costos receta 002

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTANDAR					
NOMBRE:	Brochetas de cerdo con piña y papa al horno			Raciones	1
CODIGO DE RECETA:	002				
	REFERENCIAL		CONSUMO		
INGREDIENTES	CANTIDAD	PRECIO REF.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Carne de cerdo	500	\$ 2,00	g	100	0,40
Piña	1000	\$ 1,00	g	60	0,06
Aceite de oliva	100	\$ 0,75	ml	2	0,02
Miel	200	\$ 1,00	cc	5	0,03
Salsa de Tomate	250	\$ 1,30	cc	5	0,03
Salsa de soya	200	\$ 1,00	cc	5	0,03
Papa	450	\$ 0,40	g	90	0,08
Costo total de la materia prima					0,63
Costo total de la materia prima de la ensalada por porción					0,33
Costo Total por Porción					0,96
Valor de venta sin impuestos de ley					1,63
Valor de venta con impuesto de ley					1,83
Precio de venta					2,00

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 25: Receta 003

RECETA ESTANDAR			
NOMBRE:	Guiso de carne con brócoli acompañado de arroz		
CODIGO DE RECETA:	003		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MICE EN PLACE
Carne de Res	G	70	Tiras
Ajo	c/n	2	Brunoise
Cebolla	G	5	Brunoise
Salsa de soya	cc	5	

Brócoli	cc	50
Fécula de maíz	G	3
Arroz	G	150

PREPARACIÓN:
1 En una Sartén agregar mantequilla saltear el ajo y posteriormente la cebolla, añadir los trozos de carne y dorarlos. Deben obtener el punto de cocción deseado,
2 Sazonar con salsa de soya y agregar caldo de pollo y vegetales. Agregar el brócoli previamente cocidos, espesar con la fécula de maíz.
3 Servir con arroz y ensalada fresca.

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 26: Hoja de costos Receta 003

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTANDAR					
NOMBRE:	Guiso de carne con brócoli acompañado de arroz			Raciones	1
CODIGO DE RECETA:	003				
	REFERENCIAL		CONSUMO		
INGREDIENTES	CANTIDAD	PRECIO REF.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Carne de Res	1000	\$ 4,00	g	70	0,28
Ajo	500	\$ 1,50	g	2	0,01
Cebolla	300	\$ 0,75	g	5	0,01
Salsa de soya	200	\$ 1,00	cc	5	0,03
Brócoli	700	\$ 0,55	cc	50	0,04
Fécula de maíz	250	\$ 1,65	g	3	0,02
Arroz	500	\$ 0,35	g	150	0,11
Costo total de la materia prima					0,49
Costo total de la materia prima de la ensalada por porción					0,33
Costo Total por Porción					0,82
Valor de venta sin impuestos de ley					1,39
Valor de venta con impuesto de ley					1,56
Precio de venta					1,60

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 27: Receta 005

RECETA ESTANDAR			
NOMBRE:	Creppes con frutas salteadas y café		
CODIGO DE RECETA:	005		
PORCIONES	12 U		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MICE EN PLACE
Harina	G	250	
Huevos	U	3	
Leche	cc	350	
Frutilla	G	150	

Mora	G	150	
Banano	G	150	Slice
Azúcar	G	60	
Café	G	60	

PREPARACION:
1 Batir el harina, huevos, y leche con 5 g de azúcar.
2 Precalear el sartén con un poco de aceite y cocer 12 unidades de Creppes.
3 Cortar las frutillas y las moras por la mitad y saltear con el banano y el azúcar.
4 Servir en los Creppes y espolvorear azúcar impalpable. Servir con una taza de café.

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 28: Hoja de costos receta 005

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTANDAR					
NOMBRE:	Creppes con frutas salteadas y café			Raciones	10
CODIGO DE RECETA:	005				
	REFERENCIAL		CONSUMO		
INGREDIENTES	CANTIDAD	PRECIO REF.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	450	\$ 0,40	g	200	0,18
Huevos	1	\$ 0,12	u	3	0,36
Leche	1000	\$ 0,80	cc	350	0,28
Frutilla	250	\$ 1,75	g	150	1,05
Mora	450	\$ 0,85	g	150	0,28
Banano	450	\$ 0,50	g	150	0,17
Azúcar	450	\$ 0,45	g	60	0,06
Café	170	\$ 3,00	g	60	1,06
Costo total de la materia prima/ Costo por porción					3,44
Costo por unidad					0,34
Valor de venta sin impuestos de ley					0,58
Valor de venta con impuesto de ley					0,65
Precio de venta					1,00

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 29: Receta 006

NOMBRE:	Waffles con frutas salteadas.		
CODIGO DE RECETA:	006		
PORCIONES	10 u		
INGREDIENTES	UNIDAD	CANTIDAD	MICE EN PLACE
Harina	G	200	
Huevos	U	3	
Leche	cc	200	
Levadura	G	15	
Azúcar	G	60	

mantequilla	G	60	Derretida
esencia de vainilla	G	5	
Frutilla	G	150	
Mora	G	150	
Banano	G	150	
Café	G	60	
PREPARACION:			1
<p><u>Batir</u> en un tazón la harina, la azúcar granulada, la sal y la levadura.</p> <p>2 En una olla a parte a fuego medio alto entibiar la leche. <u>Integrar</u> la mantequilla y la vainilla.</p> <p>3 Para servir <u>precalentar</u> la Wafflera integrar una yema y aparte batir las claras de huevo <u>integrar</u> un poco de esta mezcla a la masa y colocar en la Wafflera para la cocción.</p> <p>4 <u>Saltear</u> las frutas y <u>decorar</u> con azúcar en polvo.</p>			

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 30: Hoja de costos receta 006

HOJA DE COSTOS DE RECETA ESTANDAR					
NOMBRE:	Waffles con frutas salteadas.			Raciones	10 u
CODIGO DE RECETA:	006				
	REFERENCIAL		CONSUMO		
INGREDIENTES	CANTIDAD	PRECIO REF.	UNIDAD	CANTIDAD	COSTO
Harina	450	\$ 0,40	g	200	0,18
Huevos	1	\$ 0,12	u	3	0,36
Leche	1000	\$ 0,80	cc	200	0,16
levadura	500	\$ 2,60	g	15	0,08
azúcar	450	\$ 0,50	g	60	0,07

mantequilla	450	\$ 0,45	g	60	0,06
esencia de vainilla	1000	\$ 3,60	g	5	0,02
frutilla	250	\$ 1,75	g	150	1,05
Mora	450	\$ 0,85	g	150	0,28
Banano	450	\$ 0,50	g	150	0,17
Café	170	\$ 3,00	g	60	1,06
Costo total de la materia prima/ Costo por porción					3,48
Costo por unidad					0,35
Valor de venta sin impuestos de ley					0,59
Valor de venta con impuesto de ley					0,66
Precio de venta					1,00

Elaborado por: Malan, Y. 2014

7. CARTELERA O MENÚ

Grafico N° 15: Cartelera o menú del Food Truck Invasion



Elaborado por: Malan, Y. 2014
Fuente: Investigación Propia

8. PROCESO DE PRODUCCIÓN

El Food Truck en cuestión a su preparación y servicio, consta de 2 etapas:

8.1. Etapa de recepción

a. Recepción de materia prima

Cada tres días se realizara la compra de materia prima la cual consta de pollo carne de res, carne de cerdo.

b. Recepción de insumos

Cada semana se realizara la compra de insumos las cuales constan de productos como vegetales, cereales y lácteos. Alimentos que en buen almacenamiento se mantienen frescos.

c. Control de calidad

Después de la obtención de la materia prima e insumos se realizara un control de calidad en donde se selecciona los alimentos de calidad y se desecha aquellos que no se encuentren en buen estado.

d. Limpieza

Después de seleccionar los alimentos de buena calidad se limpia correctamente cada uno de ellos para poder proceder a polucionarlos lo cual permitirá controlar la cantidad de cada uno de los platos que se prepararan. Esta opción ayuda a mantener equilibrio en cada uno de los productos.

e. Almacenamiento y congelación

La materia prima se porcionará y se congelara para mantener su sanidad y frescura, de igual forma los insumos se almacenaran los vegetales serán refrigerados y los víveres secos se mantendrán a temperatura ambiente en un lugar fresco no se almacenara en el Food truck por su espacio limitado.

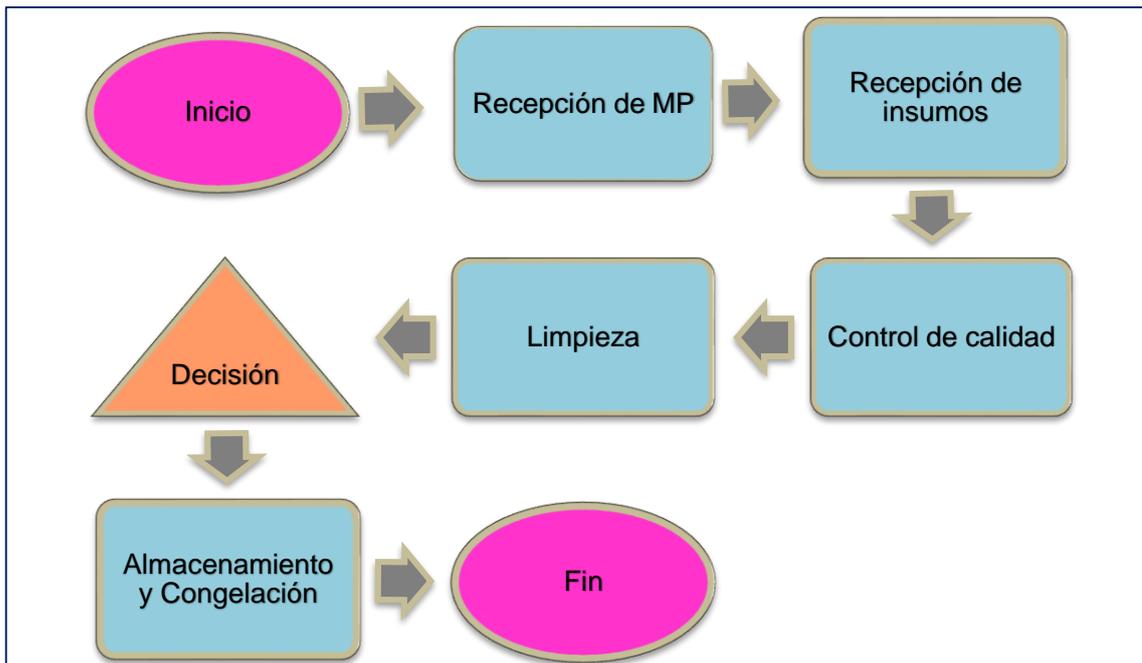
Por tal motivo la empresa debe disponer de un congelador y refrigerador para dichos alimentos y de aquí se proveerá a diario para las ventas.

Grafico N° 1: Simbología de Diagrama de Flujo

SIMBOLOGÍA DE DIAGRAMA DE FLUJO	
	INICIO Y FÍN
	ACTIVIDAD
	DECISIÓN
	DOCUMENTO

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Grafico N° 2: Diagrama de flujo etapa de recepción



Elaborado por: Malan, Y. 2014

En la etapa de Recepción se inicia con la compra de materia prima e insumos, se procede con el control de calidad en el cual se debe verificar que cada producto este en optimo estado ya que al ser almacenados requieren estar en una etapa de pre madurez para evitar merma en el proceso de almacenamiento. Al pasar el control se procede con la limpieza de cada alimento y se debe decidir que alimento debe ser devuelto o se debe desechar tanto como materia prima e insumos, para finalizar se almacena y de lleva a congelación los productos que necesiten.

8.2. Etapa de producción

a. Mise en place de materia prima e insumos

El servicio del Food Truck debe ser diario y rápido por lo cual los alimentos se deben proveer a diario del almacenamiento exterior que tendrá el food truck. Los alimentos adquiridos a diario deben estar listos para la preparación de cualquier plato. En el Mise en place se logrará tener a punto todo lo que se necesita, esta es la etapa más importante ya que de esto depende el lograr un buen servicio al cliente.

La etapa de Mise en place consta de cortar vegetales y pre cocer los alimentos que lo necesiten, para que el término de la cocción dependa de solo unos minutos.

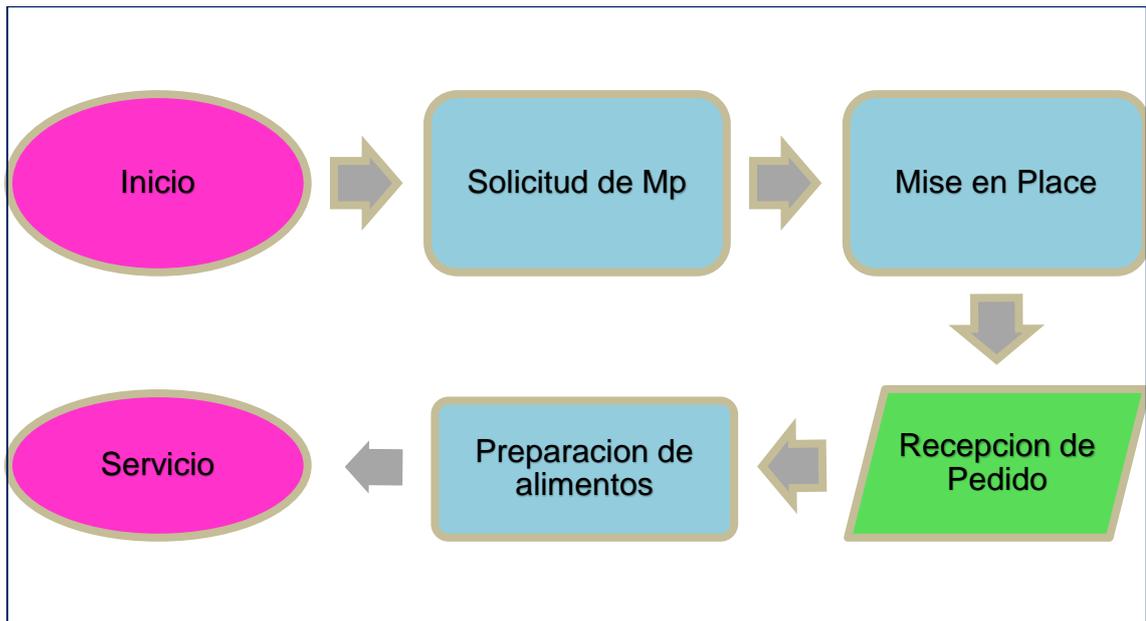
b. Recepción de pedidos

Antes de preparar y servir cualquier plato la persona encargada debe tomar el pedido en el cual primero se debe cancelar para obtener el producto.

c. Producto final

Al instante de tomar el pedido se procede a preparar los alimentos, se mantendrá a temperatura medio el equipo ya que agilizará el término de la cocción, la persona encargada de preparar los alimentos deberá tomar en cuenta cada uno de los pedidos y las porciones designadas a cada plato.

Grafico N° 3: Diagrama de Flujo Etapa de Producción



Elaborado por: Malan, Y. 2014

En la etapa de producción se inicia con la solicitud diaria de los materia prima e insumos para cargarlos al food truck en donde se procede con el mise en place para que todo esté listo al momento de la preparación rápida de los platillos que ofrece el food truck, el ayudante de cocina hace la recepción del pedido y entrega una nota de venta con la petición de espera de 3 a 5 minutos, el chef prepara los alimentos y se finaliza con el servicio.

9. CONTROL DE HIGIENE Y CALIDAD DE LOS PRODUCTOS

Las Bpm en cuestión a la estructura debe definir un lugar sólido y diseñado de forma que no acumule suciedad ni puedan anidar plagas y el material de cuál va a estar elaborado no debe transmitir sustancias indeseables.

- Las aberturas deben impedir la entrada de animales rastreros
- Los pisos deben ser de materiales resistentes al tránsito continuo, impermeables y antideslizantes
- El techo al igual que pisos deben impedir la acumulación de suciedad
- La puerta debe ser de material no absorbente y de fácil limpieza.
- La iluminación en su mayoría de ser natural y artificial su objetivo principal debe ser la de facilitar la realización de todas la tareas
- La ventilación debe evitar el calor excesivo del Food truck.
- El agua debe ser potable cumpliendo requisitos de calidad
- Todos los equipos y utensillos deben ser de material que no transmita sustancias toxicas, olores ni sabores.
- El orden debe ser continuo para así facilitar las tareas y que todos los ingredientes, insumos y utensillos estén a la vista y en un mismo lugar.

Para que el Food Truck presente buen control de los alimentos que va a servir, debe tomar medidas y normas e incorporar BPM las cuales van a proteger la salud de los clientes y proyectar una imagen adecuada hacia los clientes potenciales.

Es muy común escuchar acerca de las ETA's las cuales son las enfermedades transmitidas por los alimentos que básicamente se contaminan y se encuentran en los restaurantes y cafeterías.

Las personas que van a estar a cargo de la producción y servicio de los alimentos deben tener conocimientos acerca de hábitos adecuados de higiene para los manipuladores.

- Las uñas deben estar cortas
- Al manipular alimentos asegurarse de llevar ningún artículo en las manos ejm. Joyas relojes o pulseras.
- Antes de manipular los alimentos deben lavar bien sus manos con jabones antibacteriales y neutros.
- Después del lavado de manos se deben aplicar geles antibacteriales de igual forma neutros y frotarse toda la mano hasta los codos durante 15 o 20 segundos.

10. REQUERIMIENTO DE PERSONAL

Todo proyecto necesita de recurso humano para iniciar el funcionamiento del mismo por tal motivo y como ya se ha descrito a lo largo de la investigación el Food Truck es un restaurante ambulante que ofrece a sus clientes comida de rápido servicio el mismo que dispone de un espacio muy limitado por lo que el personal se establece de acuerdo a la operación e infraestructura.

El personal con el que contara el Food Truck será:

* Chef

* Ayudante de cocina

* Gerente

Food Truck Invasion contara con los servicios profesionales de un food truck para las declaraciones mensuales que requiera este proyecto

B. ESTUDIO LEGAL Y ADMINISTRATIVO

1. LA EMPRESA Y SU ASPECTO LEGAL

Para que la empresa Food Truck Invasión se ponga en funcionamiento debe cumplir con aspectos legales y normas vigentes, que obligan a cumplir con disposiciones necesarias por las leyes correspondientes según el tipo de empresa.

Nombre de la Empresa: "FOOD TRUCK INVASION"

Conformación: Sociedad de Hecho

Conformación de capital: Capital propio

Tipo de empresa: Micro empresa

Rama de Actividad: Servicios

Rama: Artesanal

Sub Rama: Servicio de alimentación de comida rápida gourmet.

Tabla Nº 31: Socios

SOCIEDAD DE HECHO				
Propietario	Nombre	Nacionalidad	Nº de teléfono	Dirección
1	Yesenia Malan	Ecuatoriano	0998909198	Duchicela y Monterrey
2	Javier Maldonado	Ecuatoriano	0995497826	Duchicela y Monterrey

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Los socios desempeñan cada uno actividades laborales individuales, lo cual permite poseer capital fresco para la inversión en el Food Truck. Cada uno de los socios ha aportado en beneficio de la empresa ya sea con capital o bienes.

1.4. Análisis de la sociedad de hecho

“Las sociedades de hecho se caracterizan por haber adoptado ningún tipo de societario detallado en la ley de sociedades, no tener un contrato escrito ni estar inscrita en el registro público de comercio. Su comercialidad se confirma a través de su actividad.”

Food truck invasión, al ser una sociedad de hecho no está obligada a inscribirse, por lo que no generara gastos de constitución, además de esto los gastos administrativos serán mínimos en comparación con otras sociedades y además los gastos de asesoramiento contable son menores.

1.5. Requisitos legales

Para que el Food truck Invasión pueda funcionar debe obtener ciertos requisitos legales:

RUC (Registro único de Contribuyentes)

Es el sistema de identificación por el que se asigna un número a las personas naturales y sociedades las cuales realizan actividades económicas.

Para poder obtener el ruc es necesario acercarse al servicio de rentas internas (SRI) Ubicado en el Centro de la ciudad.

- Formulario Ruc 01 A y B
- Presentar el documento en el que se conforma la sociedad y el respectivo reconocimiento de firmas.
- Copia de cedula y certificado de votación del representante legal.
- Carta de pago de servicio básico.

Patente Municipal

Para obtener la patente municipal es necesario acercarse al Ilustre Municipio de Riobamba con los siguientes documentos:

- Formulario de Solicitud de Inscripción en Registro de patentes Municipales
- Original y Copia de cedula de Ciudadanía del contribuyente
- Original y Copia de Ruc.

Certificado de Permiso de Funcionamiento del Cuerpo de Bomberos

Este permiso es el primer requisito que el representante del Food truck invasión debe tener para poder iniciar la operación del establecimiento.

Un representante del cuerpo de bomberos se acercara al camión de comida para ver si cumple con las normas de seguridad.

- Informe favorable de la inspección
- Copia de cedula de ciudadanía
- Copia del ruc
- Copia de la patente municipal

Permiso de Funcionamiento (Arcsa)

- Solicitud para el permiso de funcionamiento
- Planilla de inspección
- Certificado de capacitación de manipulación de alimentos
- Copia del ruc del establecimiento

- Copia de certificado de salud ocupacional emitido por los centros de salud del ministerio de salud (el cual tiene validez un año desde su emisión)
- Copias de cedula y Certificado de Votación del Representante.
- Copias del permiso de funcionamiento de los Bomberos.

Certificado de permiso de Rótulos

Autorización otorgada por la dirección de urbanismo para poder colocar rótulos publicitarios en la vía pública para obtener el permiso se debe contar con los siguientes requisitos:

- Carta de solicitud del servicio que describa los datos generales y la leyenda.
- Plano de ubicación
- Plano de localización
- Gráfico y fotografía
- Patente

Autorización de Caja Registradora

Descripción:

La autorización de máquinas registradoras está destinada a emitir tickets autorizados por el SRI, pero estos documentos no sustentan crédito tributario ni costos ni gastos al no identificar al comprador.

Requisitos:**VENTANILLAS**

- Formulario 331 (entrega gratuita en ventanillas o puede descargarse de la página Web en solicitudes de Comprobantes de Venta y Retención)
- Presentación de la cédula original del contribuyente o representante legal de la sociedad
- Presentación del certificado de votación original del contribuyente o representante legal, Presentarlo únicamente durante un año a partir del último período electoral
- Presentación del nombramiento del representante legal vigente a la fecha,
- Formato de tiquete emitido por la máquina registradora declarada.

INTERNET

No requiere requisitos.

2. LA EMPRESA Y ASPECTO ORGANIZACIONAL

2.1. Generalidades de la empresa

Food Truck Invasion está dedicada a entregar a los estudiantes alimentos de calidad, rápidos, ricos y nutritivos los cuales cubrirán las necesidades que posea dicho consumidor. La dedicación a cubrir dichas necesidades permitirá a la empresa expandirse en el mercado por fidelidad y preferencias del público.

a. Valores de la empresa

Tabla N° 32: Valores de la empresa

VALORES DE LA EMPRESA	
Responsabilidad	Cumplimiento oportuno de los compromisos de la empresa frente a la atención y satisfacción del cliente.
honestidad	Ofrecer integridad y solidaridad hacia el cliente y socios.
Puntualidad	Es la forma más evidente de ofrecer el respeto hacia los compañeros. Y valorar el tiempo de los clientes.
Lealtad	Compromiso directo con los clientes y socios para un ambiente óptimo de trabajo.
Disciplina	Cumplir y respetar los reglamentos que la empresa establezca para la seguridad de los clientes y los productos a servirse.

Elaborado por: Malan, Y. 2014

b. Misión y visión de la empresa

La Misión de la empresa define que es como tal, establece el ambiente, articula la cultura empresarial y ayuda a perpetuar los métodos de trabajo apropiados.

En resumen sirve como una guía en el largo camino hacia el éxito.

Grafico N° 16: Misión de la empresa

"FOOD TRUCK INVASION ofrece a los consumidores alimentos de buena calidad, sin dejar de lado la rapidez de su servicio sobre todo la atención personalizada y la excelencia en trato humano, para así cumplir todas las necesidades del cliente y asegurar su plena satisfacción y fidelidad."

Elaborado por: Malan, Y. 2014

La Visión de la empresa apunta a lograr una propuesta y engloba objetivos esenciales del negocio.

Grafico N° 17: Visión de la empresa

"Ser la primera opción del estudiante al momento de elegir una comida, para así lograr ser el primer mejor restaurante móvil de la ciudad de Riobamba y liderar una participación en el mercado con una cadena de Food Trucks."

Elaborado por: Malan, Y. 2014

c. Políticas

Las políticas se basaran en nuestra organización, en lineamientos flexibles coordinados y éticos para alcanzar los objetivos a corto y mediano plazo.

- Reuniones mensuales, las cuales aclararan el desempeño laboral y sobre todo las necesidades de los consumidores.
- El responsable encargado del Food Truck, puede delegar funciones pero no su responsabilidad.
- Fijación y tratamiento continuo de mejoras entre la empresa y los proveedores.
- Brindar motivación y buscar el mejoramiento continuo del ambiente de trabajo, para obtener compromiso y fidelidad de la empresa.

2.2. Lineamiento general de la empresa

El lineamiento de Food Truck Invasión se dirige a todo el personal que labora en el manejo de la empresa e interactúa con los clientes.

- Se debe respetar el horario otorgado para cada persona en el cual se debe cumplir las horas laborables.
- Todo miembro de la empresa debe anticipar su ausencia laboral o en caso de ser necesario presentar justificación razonable para dicho acto.
- Está prohibido presentarse al lugar de trabajo en estado etílico.
- Está prohibido hacer uso de móviles en el horario de trabajo
- Es obligación del personal cumplir con el aseo continuo del camión el cual debe reflejar estándares de calidad y asepsia.

2.3. Objetivos estratégicos de la empresa

Estos objetivos enfocan deseos que a su vez se convierten en metas y compromisos de la empresa los cuales son claros y ubicados en el tiempo adecuado.

Los objetivos estratégicos son resultados globales y al ser así involucran a todo el personal de la empresa u organización por tal motivo se debe tomar en cuenta todos los aspectos importantes de la empresa.

Los objetivos estratégicos de Food Truck Invasión:

Objetivo General

Alcanzar el éxito en comida rápida sana y nutritiva, mediante el cumplimiento perfecto de las funciones encargadas a cada uno de sus integrantes y así superar expectativas de satisfacción hacia los clientes estableciendo una marca y reconocimiento.

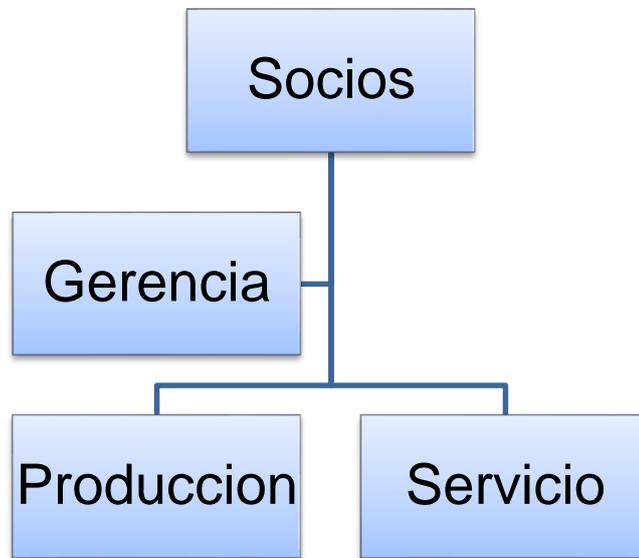
Objetivos específicos

- Diversificar los productos de acuerdo a gustos preferenciales de los clientes potenciales.
- Anticiparse a diferentes acontecimientos que puedan perjudicar al negocio.
- Establecer descuentos y promociones en ocasiones especiales.
- Priorizar los salarios estables para los empleados de la empresa.

- Garantizar que las utilidades anuales sean atractivas y satisfactorias para los socios

2.4. Organigrama institucional

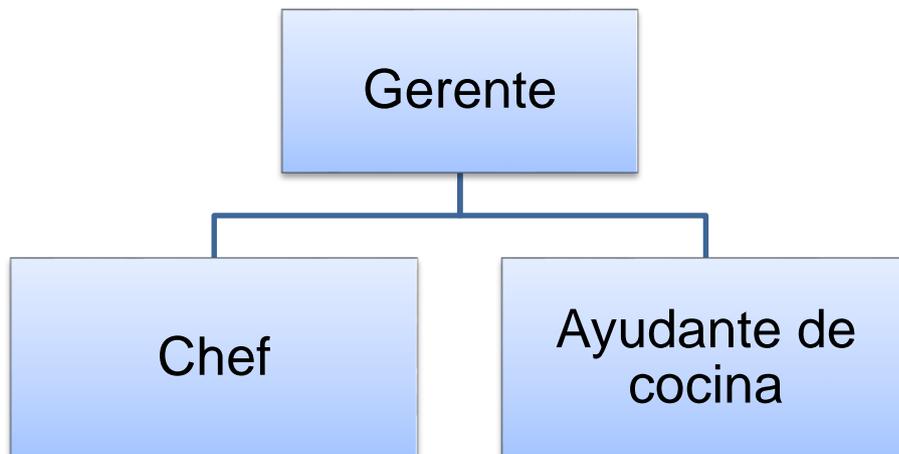
Grafico N° 18: Organigrama Estructural



Elaborado por: Malan, Y. 2014

2.5. Organigrama funcional

Grafico N° 19: Organigrama Funcional



Elaborado por: Malan, Y. 2014

2.6. Obligaciones del empleador

Según el código de trabajo las obligaciones del empleador son las siguientes de acuerdo al recurso humano que necesite en la organización.

- Hacer un contrato de trabajo)
- Inscribir el contrato de trabajo en el Ministerio de Relaciones Laborales.
- Afiliar a tu trabajador a la Seguridad Social (IESS), a partir del primer día de trabajo, inclusive si es a prueba.
- Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra.
- Sueldo básico que se debe pagar es de 340.00 Asumir el porcentaje(11,15%) que corresponde al empleador por la seguridad social
- Pagar horas extras y suplementarias.
- Pagar los décimos tercero y cuarto.
- A partir del segundo año de trabajo pagar los Fondos de Reserva.
- A pagar una compensación por el salario digno
- A pagar utilidades si la empresa tiene beneficios.

2.7. Descripción de puestos

SOCIOS

Tabla N° 33: Descripción de funciones Socios

FOOD TRUCK INVASION	
	Socios
OBJETIVOS	
Supervisar todas las funciones para conocer las necesidades del Food Truck y así tomar decisiones correctas e inteligentes que mejoren su situación.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Establecer buenas relaciones en niveles internos y externos para conseguir estrategias e innovar.• Tomar decisiones inteligentes que permitan coordinación en el Food Truck• Estar al día acerca de la competencia directa e indirecta las cuales nos ayuden a buscar planes de acción.	
GENERALIDADES	
<ul style="list-style-type: none">• Profesionales en Gestión Gastronómica• Conocimientos en emprendimientos• Manejo de Buenas relaciones Humanas• Conocimientos básicos en contabilidad.	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

GERENTE

Tabla N° 34: Descripción de funciones Gerente General

FOOD TRUCK INVASION	
PUESTO:	Gerente General
OBJETIVOS	
Sus principales funciones son planificar, coordinar, dirigir y controlar la estabilidad del negocio y las funciones de cada uno de los participantes del establecimiento.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Establecer buenas relaciones en niveles internos y externos para conseguir estrategias e innovar.• Sera el responsable de la toma de decisiones en la misma.• Es la persona encargada de planear las diferentes estrategias que se ejecutaran	
GENERALIDADES	
<ul style="list-style-type: none">• Conocimientos de administración• Capacidad de hacer frente a la competencia• Proactivo con espíritu de lucha, visionario y con fácil interpretación ante las situaciones• Iniciativa, que permita la realización de nuevos proyectos.	
SALARIO : 400.00 Dólares	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

CHEF

Tabla N° 35: Descripción de funciones Chef

FOOD TRUCK INVASION	
PUESTO:	CHEF
OBJETIVOS	
Planificación, organización, dirección y control de los procesos de cocina y de cada plato a servirse.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Adquisición de alimentos y bebidas• Realización de compras• Realización de ingeniería de menús periódicos• Elaboración, costeo y estandarización de recetas• Supervisión constante de los procesos de producción	
GENERALIDADES	
<ul style="list-style-type: none">• Buena experiencia• Buena presencia• Estudios de Gastronomía• Proactivo, creativo• Factibilidad de expresión	
SALARIO : 350.00 Dólares	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

AYUDANTE DE COCINA

Tabla Nº 36: Descripción de funciones Ayudante de Cocina

FOOD TRUCK INVASION	
PUESTO:	Ayudante de Cocina
OBJETIVOS	
Cumplir con las disposiciones impuestas por el chef.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none">• Toma de pedido• Servicio• Llevar a cabo con la limpieza del área del Food Truck• Mantener el orden dentro del lugar de producción• Ayudar en la elaboración de los menús periódicos• Ayudar en la preparación de los paltos• Apoyo en el almacenaje y mise en place	
GENERALIDADES	
<ul style="list-style-type: none">• Estudios de gastronomía• Buena presencia	
SALARIO : 300.00 Dólares	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

2.8. Rol de pagos

Gerencia

Tabla Nº 37: Rol de pagos Gerencia 1er Año

ROL DE PAGOS GERENCIA									
						IESS POR PAGAR			
COD.	NOMBRE	CARGO	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	IECE	SECAP	TOTAL
001FT	s/n	GERENTE	500,00	28,33	41,67	55,75	2,50	2,50	630,75
						Total 3 meses			1.892,25
						Año			6.307,50

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla Nº 38: Rol de pagos Chef Primer año

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA DIRECTA									
						IESS POR PAGAR			
COD.	NOMBRE	CARGO	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	IECE	SECAP	TOTAL
002FT	s/n	CHEF	400,00	28,33	33,33	44,60	2,00	2,00	510,27
Total 3 meses									1.530,80
Año									5.102,67

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla Nº 39: Rol de pagos Ayudante de cocina primer año

ROL DE PAGOS MANO DE OBRA INDIRECTA									
						IESS * PAGAR			
COD.	NOMBRE	CARGO	SUELDO	DECIMO TERCERO	DECIMO CUARTO	APORTE PATRONAL	IECE	SECAP	TOTAL
003FT	s/n	AYUDANTE	340,00	28,33	28,33	37,91	1,70	1,70	437,98
Total 3 meses									1.313,93
Año									4.379,77

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

C. ESTUDIO AMBIENTAL

1. IMPACTOS

Ingredientes

Los ingredientes elementales para el Food truck son básicos y prácticamente tiene un impacto indiferente con relación a lo ambiental.

Residuos

Los residuos son restos de alimentos los cuales al tener el Food Truck un espacio limitado se clasificaran correctamente ya que los únicos desperdicios que se obtendrá en el food truck son restos plásticos y de materia prima.

Lo cual genera un Impacto Indiferente con relación al ambiente

Maquinaria

La maquinaria que utiliza el Food truck con relación al factor del medio ambiente no genera cambios drásticos ya que al ser el Food Truck un establecimiento sumamente pequeño, al momento de la producción no afectara al ecosistema de la ciudad ni de las instalaciones de la Espoch.

Uso de energía

El food Truck tendrá un pequeño generador eléctrico el cual alimentara a los equipos. El impacto es indiferente con relación al medio ambiente

Empaques

Los empaque recipientes y utensillos serán desechables, ayudaran a servir de manera más ágil y eficiente los alimentos hacia los consumidores.

Su impacto es positivo, pero para ello se mantendrá la clasificación de dichos productos.

2. CONCLUSIÓN

Realizar un plan de manejo ambiental no es necesario ya que en la mayoría de los casos el impacto es indiferente. Las medidas que se tomaran es el plan de las 3 erres, (reducir, reciclar y reutilizar.

No son tareas difíciles para el Food Truck si sabemos exactamente que materiales se puede recolectar.

Primero se debe reducir desechos, si el Food truck utiliza envases desechables no lo dejara de hacer, pero se reducirá al cambiar los vasos descartables con vasos de vidrio y utensillos metálicos así se reducirá el impacto de desechos desechables.

Se reciclara los desechos separando minuciosamente los residuos característicos como vidrio papel o plástico.

Para reutilizar, se sabe que existe siempre posibilidades de que los alimentos expiren también los clientes muchas de las veces dejan residuos de alimentos estos desechos el Food truck juntara para hacer compost con él y así se tendrá un abono orgánico el cual se venderá a las personas que requieran de él.

VIII. ESTUDIO FINANCIERO

En el aspecto económico y financiero se ordena y sistematiza toda la información recolectada en los estudios anteriores, con la cual se evaluara el proyecto para así determinar su rentabilidad.

1. INVERSIONES

La inversión se identifica como el conjunto de recursos financieros asignados a la adquisición de los equipos necesarios para la construcción del lugar de trabajo y obtención de recursos corrientes que permitan su óptimo funcionamiento

Tabla Nº 40: Maquinaria y Equipo

MAQUINARIA Y EQUIPO PARA EL FOOD TRUCK			
DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
Cocina con plancha	1	\$ 760,00	\$ 760,00
Refrigerador	2	\$ 963,00	\$ 1.926,00
Horno pequeño	1	\$ 180,00	\$ 180,00
Microondas	1	\$ 250,00	\$ 250,00
Wafflera	1	\$ 46,00	\$ 46,00
Licuadaora	1	\$ 80,00	\$ 80,00
Cafetera	1	\$ 52,00	\$ 52,00
Cilindro de gas	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Congelador	1	\$ 400,00	\$ 400,00
			\$ 3.794,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla Nº 41: Menaje de Cocina

MENAJE DE COCINA

DESCRIPCION	CANTIDAD	VALOR UNI	TOTAL
juego de cuchillos	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Juego de ollas	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Sartenes Antiadherentes	4	\$ 26,65	\$ 106,60
Tacho de basura	1	\$ 16,00	\$ 16,00
Tabla de Picar	2	\$ 4,96	\$ 9,92
Juego de espátulas	1	\$ 6,32	\$ 6,32
Recipientes Herméticos	10	\$ 3,28	\$ 32,80
Colador	3	\$ 1,25	\$ 3,75
Pinzas	1	\$ 2,49	\$ 2,49
Exhibidor	1	\$ 45,00	\$ 45,00
Rallador	1	\$ 2,60	\$ 2,60
Juego de pírex	2	\$ 95,00	\$ 190,00
Salero	2	\$ 1,60	\$ 3,20
Pimentero	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Azucarero	2	\$ 2,25	\$ 4,50
Porta servilletas	2	\$ 1,75	\$ 3,50
			\$ 689,68

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 42: Equipo de Computo

EQUIPO DE COMPUTO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL
Computador Portátil	1	\$ 800,00	\$ 800,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 43: Materiales de Oficina

MATERIALES DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL

Resma de Papel	2	\$ 6,00	\$ 12,00
Sello	1	\$ 5,50	\$ 5,50
Clips	3	\$ 0,80	\$ 2,40
Caja de Bolígrafos	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Marcadores	2	\$ 0,90	\$ 1,80
Carpetas	25	\$ 0,30	\$ 7,50
			\$ 31,20

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 44: Útiles de Aseo

UTILES DE ASEO			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL
Desinfectante	2	\$ 25,00	\$ 50,00
Escoba	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Trapeador	2	\$ 3,00	\$ 6,00
Recogedor	2	\$ 1,50	\$ 3,00
Basurero	2	\$ 20,00	\$ 40,00
Limpiones	10	\$ 1,50	\$ 15,00
			\$ 120,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 45: Envases Descartables

ENVASES DESCARTABLES				
			MES	3 MESES
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL	TOTAL
Platos y Vasos	20,00	1,75	35,00	105,00
Cubiertos y servilletas	10,00	2,10	21,00	63,00
			56,00	168,00
			TOTAL ANUAL	560,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 46: Suministros y Materiales

SUMINISTROS Y MATERIALES

DESCRIPCION		PRODUCCIÓN	ADMINISTRACIÓN
Útiles de Aseo	120,00	120,00	
Útiles de Oficina	31,20	3,12	28,08
TOTAL	151,20	123,12	28,08
TOTAL ANUAL		246,24	56,16

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla Nº 47: Combustible

COMBUSTIBLE				
	MES			3 MESES
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL	TOTAL
Gas	4	\$ 2,00	\$ 8,00	\$ 24,00
Gasolina	10	\$ 1,75	\$ 17,50	\$ 52,50
Mantenimiento	1	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 150,00
		TOTAL	\$ 75,50	\$ 226,50
			TOTAL ANUAL	\$ 755,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla Nº 48: Gastos de Promoción

GASTOS DE PROMOCIÓN			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL
Volantes	5000	\$ 25,00	\$ 125,00
Gigantografía	4	\$ 20,00	\$ 80,00
		TOTAL	\$ 205,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 49: Gastos de Instalación

GASTOS DE INSTALACION			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL
M. y Equipo	1	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
		TOTAL	\$ 4.000,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 50: Servicios Básicos

GASTOS DE SEVICIOS BASICOS					
			MES	3MESES	AÑO
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL	TOTAL	TOTAL
Agua	1	\$ 5,00	\$ 5,00	\$ 15,00	50
Energía	1	\$ 6,00	\$ 6,00	\$ 18,00	60
Internet Móvil	1	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 60,00	200
TOTAL			\$ 31,00	\$ 93,00	310
PRODUCCION 90%			27,9	83,7	279
ADMINISTRACION 10%			3,1	9,3	31

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 51: Equipo de Oficina

EQUIPO DE OFICINA			
DESCRIPCION	CANTIDAD	V. UNIT.	TOTAL
Teléfono Celular	1	\$ 500,00	\$ 500,00
		TOTAL	\$ 500,00

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

2. INVERSION

Tabla N° 52: Inversión del Proyecto

INVERSION DEL PROYECTO			
RUBROS	INV. REALIZADA	INVERSION POR REALIZAR	TOTAL DE INV.
INV. FIJAS		\$ 31.443,68	
Vehículo		\$ 25.000,00	
Maquinaria y Equipo		\$ 3.794,00	
Equipo de oficina		\$ 500,00	
Envases		\$ 560,00	
Menaje y Vajilla		\$ 689,68	
Equipo de computo		\$ 800,00	
Imprevistos		\$ 100,00	
ACTIVOS DIFERIDOS		\$ 4.405,00	
Gastos de Organización		\$ 100,00	
Gastos de Instalación		\$ 4.000,00	
Gastos de Promoción		\$ 205,00	
Gastos de experimentación		\$ 50,00	
Imprevistos		\$ 50,00	
CAPITAL DE TRABAJO		\$ 13.639,61	
Materia Prima		\$ 10.694,88	
Mano de Obra directa		\$ 1.530,80	
Mano de obra indirecta		\$ 1.313,93	
Imprevistos		\$ 100,00	
SERVICIOS BASICOS		\$ 93,00	
Agua		\$ 15,00	
Energía		\$ 18,00	
Internet Móvil		\$ 60,00	
TOTAL		\$ 49.581,29	

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

La inversión que el Food Truck Invasión necesita es de 43469.93 dólares este valor está conformado por Activos Fijos tangibles, Activos Intangibles y el capital de trabajo, el objetivo de la inversión es el correcto funcionamiento del equipo instalado para así disponer del mejor servicio satisfaciendo necesidades del cliente.

Tabla N° 53: Fuentes y Usos del Proyecto

FUENTES Y USOS DEL PROYECTO			
RUBROS	USO DE FONDOS	RECURSOS PROPIOS	BANCO
INV. FIJAS	31443,68	31443,68	-
Vehículo	25000	25000	-
Maquinaria y Equipo	3794	3794	-
Equipo de oficina	500	500	-
Envases	560	560	-
Menaje y Vajilla	689,68	689,68	-
Equipo de computo	800	800	-
Imprevistos	100	100	-
ACTIVOS DIFERIDOS	4295	4405	-
Gastos de Organización	100	100	-
Gastos de Instalación	4000	4000	-
Gastos de Promoción	95	205	-
Gastos de experimentación	50	50	-
Imprevistos	50	50	-
CAPITAL DE TRABAJO	13639,61	13639,61	-
Materia Prima	10694,88	10694,88	-
Mano de Obra directa	1530,8	1530,8	-
Mano de obra indirecta	1313,93	1313,93	-
Imprevistos	100	100	-
SERVICIOS BASICOS	93	93	-
Agua	15	15	-
Energía	18	18	-
Internet Móvil	60	60	-
TOTAL	49471,29	49581,29	-

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Las fuentes y los usos del proyecto están direccionados al financiamiento que requiere el Food Truck para que pueda funcionar correctamente. En este caso el proyecto no contara con fuentes externas ya que los socios invertirán con capital propio el cual representa el 100%

2.1. Clasificación de la inversión

Tabla N° 54: Activos

INVERSION EN ACTIVOS	
DETALLE	VALOR
ACTIVOS FIJOS	
Vehículo	25000
Maquinaria y Equipo	3794
Equipo de oficina	500
Equipo de computo	800
Imprevistos	100
TOTAL ACTIVOS FIJOS	30194
ACTIVOS CORRIENTES	
REALIZABLES	
Envases	560
Menaje y Vajilla	689,68
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	1249,68
TOTAL ACTIVOS	31443,68

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 55: Inversiones en Activos Diferidos

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS	
DETALLE	VALOR
Gastos de Organización	100
Gastos de Instalación	4000
Gastos de Promoción	205
Gastos de experimentación	50
Imprevistos	50
TOTAL CARGOS DIFERIDOS	4405

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 56: Capital de Trabajo

CAPITAL DE TRABAJO	
DETALLE	VALOR
Materia Prima	10694,88
Mano de Obra directa	1530,8
Mano de obra indirecta	1313,93
Imprevistos	100
TOTAL CAPITAL DE TRABAJO	13639,61

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 57: Servicios Básicos

SERVICIOS BASICOS	
DETALLE	VALOR
Agua	15
Energía	18
Internet Móvil	60
TOTAL DE SERVICIOS BASICOS	93

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 58: Total Inversión

TOTAL INVERSION	
ACTIVOS FIJOS	35594
ACTIVOS CORRIENTES	1249,68
ACTIVOS DIFERIDOS	5645
CAPITAL DE TRABAJO	6000,41
SERVICIOS BASICOS	93
TOTAL	48582,09

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

3. FINANCIAMIENTO

El financiamiento es la parte más importante en cuanto a la ejecución del proyecto, esto quiere decir que se relaciona con las fuentes necesarias para el Food Truck.

Tabla N° 59: Financiamiento

FINANCIAMIENTO	
SOCIO A	25000
SOCIO B	25000
TOTAL APOORTE DE LOS SOCIOS	50000

Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Malan, Y. 2014

4. DEPRECIACIONES Y AMORTIZACIONES

DEPRECIACIÓN

Pérdida de valor de un bien o activo (maquinaria, edificio, equipos...) debido al uso desgaste u otros factores.¹⁷

AMORTIZACIONES

Amortizar es aquel proceso por el cual se cancela una cuenta pendiente que abarca intereses, mediante pagos periódicos y razonables¹⁸

¹⁷ MORA ZAMBRANO Armando, Matemáticas Financieras, Segunda Edición pág. 6

¹⁸ L. PORTUS Goviden, Matemática Financiera, Bogotá Mc Gan Hill, 1975, pág. 175

Tabla N° 60: Depreciaciones Activos

DETALLE	VALOR	%	Años	V. Residual	Depreciación Anual	Valor Salvamento
Vehículo	25000,00	20,00	5,00	5000,00	4000,00	5000,00
Maquinaria y Equipo	3794,00	10,00	10,00	379,40	341,46	379,40
TOTAL					4341,46	5379,40

DETALLE	VALOR	%	Años	V. Residual	Depreciación Anual	Valor Salvamento
Equipo de oficina	500,00	10,00	10,00	50,00	45,00	50,00
Equipo de computo	800,00	33,33	3,00	266,64	177,79	266,64
TOTAL					222,79	316,64

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Tabla N° 61: Amortización de Activos diferidos

INVERSIONES EN ACTIVOS DIFERIDOS						
DETALLE	VALOR	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Gastos de Organización	100	20	20	20	20	20
Gastos de Instalación	4000	800	800	800	800	800
Gastos de Promoción	205	41	41	41	41	41
Gastos de Experimentación	50	10	10	10	10	10
Imprevistos	50	10	10	10	10	10
TOTAL CARGOS	4405	881	881	881	881	881

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Malan, Y. 2014

5. COSTOS Y GASTOS

Los costos son egresos que se aplican directamente a la parte de fabricación o producción se identifica muy fácilmente con el producto que se fabrica.

Los gastos son aquellos que no se identifican fácilmente, pero forman parte importante en la realización del mismo.

5.1. Proyección de costos y gastos

Con toda la investigación realizada se ha obtenido los costos y gastos del Food Truck con los cuales se procede a su proyección, para lo cual se considera el porcentaje de inflación del último año

Tabla N° 62: Costos y Gastos

COSTOS Y GASTOS						
	RUBROS	AÑOS				
	COSTOS DE PRODUCCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
C.v.	Materia Prima	35.649,60	36.612,14	37.600,67	38.615,88	39.658,51
C.f	Mano de obra Directa	5.102,67	5.240,44	5.381,93	5.527,24	5.676,48
C.f	Mano de obra Indirecta	4.379,77	4.498,02	4.619,47	4.744,19	4.872,29
C.f	Servicios Básicos	279,00	286,53	294,27	302,21	310,37
C.f	Depreciación activos fijos	4.341,46	4.458,68	4.579,06	4.702,70	4.829,67
C.v	Suministros y Materiales	246,24	252,89	259,72	266,73	273,93
C.f	Gastos experimentación	10,00	10,00	10,00	10,00	10,00
C.f	Combustible y lubricante	755,00	775,39	796,32	817,82	839,90
		50.763,73	52.134,08	53.541,43	54.986,78	56.471,16
	GASTOS DE ADMINISTRACIÓN					
C.f	Sueldos y Salarios	6.307,50	6.477,80	6.652,70	6.832,33	7.016,80
C.f	Servicios Básicos	31,00	31,84	32,70	33,58	34,49
C.f	Servicios Profesionales	650,00	667,55	685,57	704,08	723,09
C.f	Depreciación activos fijos	222,79	228,80	234,98	241,32	247,84
C.f	Gastos de Organización	20,00	20,00	20,00	20,00	20,00
C.v	Suministros y Materiales	56,16	57,68	59,23	60,83	62,48
		7.287,45	7.483,67	7.685,19	7.892,15	8.104,69
	GASTOS DE VENTAS					
C.f	Publicidad	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00
	TOTAL	58.092,18	59.658,75	61.267,62	62.919,93	64.616,85

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

6. PROYECCIÓN DE VENTAS

Tabla N° 63: Proyección de Ventas

RECETAS	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
001	22.400,00	23.004,80	23.625,93	24.263,83	24.918,95
002	28.000,00	28.756,00	29.532,41	30.329,79	31.148,69
003	22.400,00	23.004,80	23.625,93	24.263,83	24.918,95
004	14.000,00	14.378,00	14.766,21	15.164,89	15.574,35
005	14.000,00	14.378,00	14.766,21	15.164,89	15.574,35
TOTAL	100.800,00	103.521,60	106.316,68	109.187,23	112.135,29

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

7. PROYECCION ESTADO DE RESULTADO

Tabla N° 64: Utilidad

RUBROS	AÑOS				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Netas	100.800,00	103.521,60	106.316,68	109.187,23	112.135,29
(C. de Producción)	50.763,73	52.134,08	53.541,43	54.986,78	56.471,16
UTILIDAD BRUTA	50.036,27	51.387,52	52.775,25	54.200,45	55.664,13
G. de Administración	7.287,45	7.483,67	7.685,19	7.892,15	8.104,69
(Gastos de Ventas)	41,00	41,00	41,00	41,00	41,00
UTIL. OPERATIVA	42.707,82	43.862,85	45.049,06	46.267,30	47.518,44
UTIL. NETA ANTES DE	42.707,82	43.862,85	45.049,06	46.267,30	47.518,44
(Utilidad 15%)	6.406,17	6.579,43	6.757,36	6.940,10	7.127,77
UTIL. NETA ANTES DE	36.301,65	37.283,42	38.291,70	39.327,21	40.390,67
Imp.	2.457,25	2.604,51	2.755,76	2.911,08	3.070,60
Utilidad neta	33.844,40	34.678,91	35.535,95	36.416,13	37.320,07

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Esta proyección anual del estado de resultados verifica los ingresos y costos que realiza el Food Truck y refleja la utilidad neta que tendrá desde el primer año.

8. BALANCE GENERAL

El balance general se puede decir que es un retrato de la empresa, en donde se enlistan todos los activos y pasivos de una empresa, la diferencia entre estas dos cifras es lo que en realidad le pertenece a la empresa y tiene como nombre patrimonio neto.

Tabla Nº 65: Balance General

DETALLE	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo corriente	13.639,61	62.518,51	64.564,70	66.642,35	68.574,52	70.717,66
Activo fijo	31.443,68	31.443,68	31.443,68	31.443,68	31.443,68	31.443,68
Depreciación acumulada		- 4.564,25	- 4.564,25	- 4.564,25	- 4.386,46	- 4.386,46
Activo diferido	4.405,00	3.524,00	2.643,00	1.762,00	881,00	-
Amort. activos diferidos		- 881,00	- 881,00	- 881,00	- 881,00	- 881,00
TOTAL ACTIVOS	49.488,29	92.921,95	94.087,13	95.283,78	96.512,74	97.774,88
TOTAL PASIVOS	-	-	-	-	-	-
Patrimonio	49.488,29	49.488,29	49.488,29	49.488,29	49.488,29	49.488,29
Utilidad ejercicio		51.072,86	52.238,04	53.434,69	54.663,65	55.925,79
Total Pasivo + Patrimonio	49.488,29	92.921,95	94.087,13	95.283,78	96.512,74	97.774,88

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

9. FLUJO DE CAJA

Refleja de forma resumida las entradas y salidas en efectivo por la ejecución de las actividades del Food Truck, es también un presupuesto de caja o presupuesto financiero que muestra los movimientos dentro de un tiempo determinado.

El flujo de caja es uno de las partes más importantes al momento de realizar la evaluación financiera.

El flujo de caja es el medio más sencillo que proyecta la necesidad de dinero en el futuro, es similar al estado de resultados en tiempo futuros y se modifica únicamente para mostrar el efectivo y el saldo del efectivo al final de periodos de tiempo determinados, esta es una herramienta necesaria porque predice necesidades futuras antes de que éstas surjan.

Tabla N° 66: Flujo de Caja

	RUBROS	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
+	Ventas		100.800,00	103.521,60	106.316,68	109.187,23	112.135,29
+	Valor Salvamento				266,64		5.000,00
-	Costos de Producción		50.763,73	52.134,08	53.541,43	54.986,78	56.471,16
-	Gastos Administrativos		7.287,45	7.483,67	7.685,19	7.892,15	8.104,69
-	Gastos de Ventas		41,00	41,00	41,00	41,00	41,00
	Gastos Financieros		-	-	-	-	-
-	Amortización de Activos Diferidos		881,00	881,00	881,00	881,00	881,00
=	Utilidad antes de Rep. e imp.		41.826,82	42.981,85	44.434,70	45.386,30	51.637,44
-	Reparto de Utilidades		6.274,02	6.447,28	6.665,21	6.807,95	7.745,62
=	Utilidades antes de Impuestos		35.552,80	36.534,57	37.769,50	38.578,36	43.891,82
-	Imp.		2.344,92	2.492,19	2.677,42	2.798,75	3.595,77
=	Utilidad Neta		33.207,88	34.042,39	35.092,07	35.779,60	40.296,05
+	Depreciaciones		4.564,25	4.564,25	4.564,25	4.386,46	4.386,46
+	Amortización activo Nominal		881,00	881,00	881,00	881,00	881,00
-	Inv. Maq. y equipo	-	3.794,00				
-	Inv. Activo nominal	-	4.405,00				
-	Inv. Capital de trabajo			- 13.639,61			
-	Vehículo	-	25.000,00				
-	Imprevistos	-	250,00				
+	Recuperación de capital de trabajo						13.639,61
	FLUJO DE CAJA	-	33.449,00	25.013,51	39.487,63	40.537,32	41.047,06
							59.203,12

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

10. COSTOS FIJOS Y VARIABLES

Tabla N° 67: Costos Fijos y Variables

RUBROS	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Costos fijos totales	22.140,18	22.736,05	23.348,00	23.976,48	24.621,93
Costos variables totales	35.953,52	36.922,70	37.919,62	38.943,45	39.994,92
Unidades a producir	70.000,00	71.890,00	73.831,03	75.824,47	77.871,73
Precio de Mercado	1,44	1,48	1,52	1,56	1,60
QE	23.899,72	23.553,84	23.227,00	22.917,30	22.623,53
PE	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83
MG	0,61	0,65	0,69	0,73	0,77
U	1,47	1,47	1,47	1,47	1,47

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

11. PUNTO DE EQUILIBRIO

Tabla Nº 68: Formulas resolución del Punto de Equilibrio

FORMULAS					
QE=	Costo Fijo/(Precio-Costo Variable unitario)				
	23.899,72	23.553,84	23.227,00	22.917,30	22.623,53
Costo V. Uni.=	Costos variables totales/ unidades a producir				
	0,51	0,51	0,51	0,51	0,51
PE=	C. fijos/(Cant. Producidas+ costo variable unit.)				
	0,83	0,83	0,83	0,83	0,83
MG=	Precio de Mercado- Precio de Equilibrio				
	0,61	0,65	0,69	0,73	0,77
U=	Costos F. / (Ingesos-(Costos V. Unit*Unid. a Producir))				
	1,47	1,47	1,47	1,47	1,47
Ingresos=	51.000,00	52.377,00	53.791,18	55.243,54	56.735,12

Fuente: Investigación Propia
 Elaborado por: Malan, Y. 2014

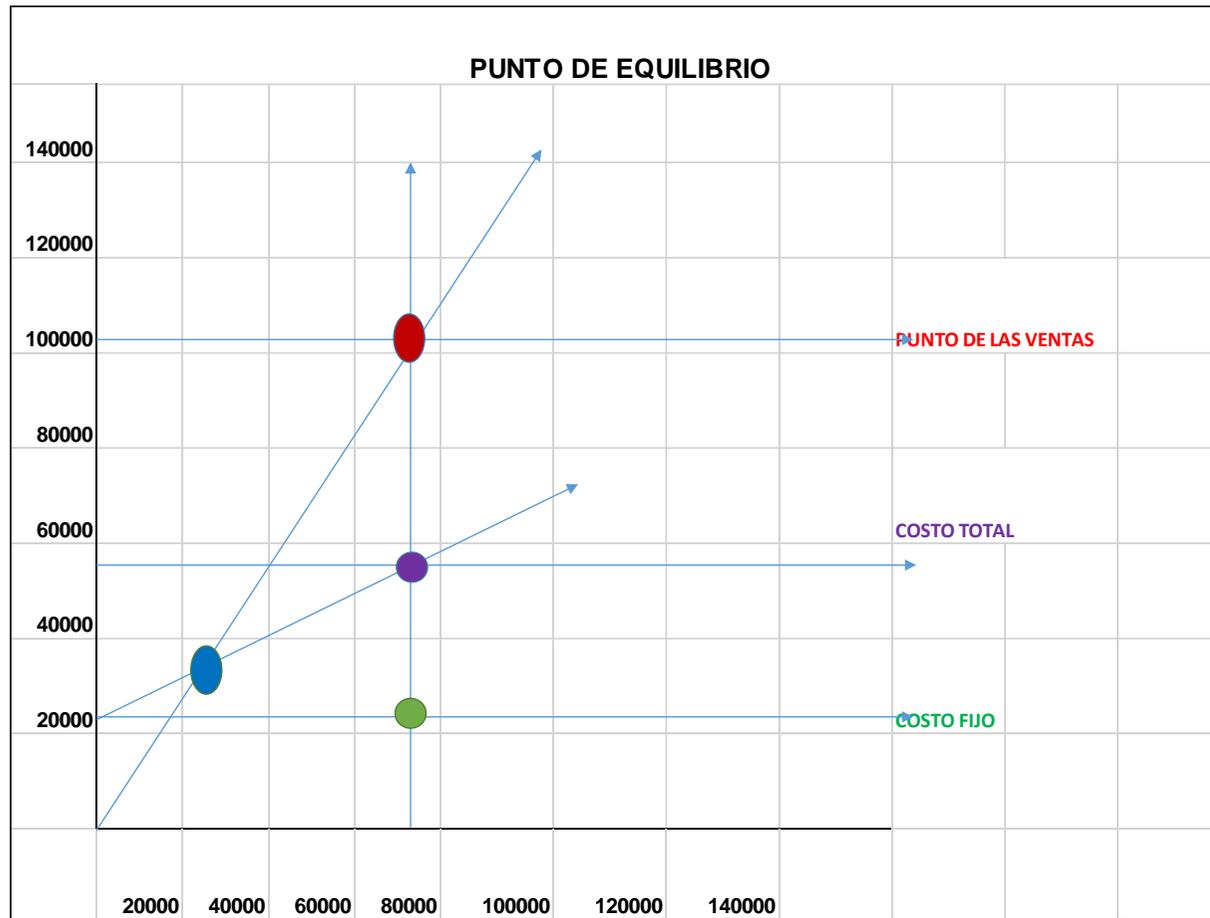
Tabla N° 69: Punto de Equilibrio

PUNTO DE EQUILIBRIO	
VOLUMEN	70.000,00
COSTO FIJO	22.140,18
COSTO VARIABLE	35.953,52
C. VARIABLE UNITARIO	0,51
PRECIO DE VENTA POR PAX	1,44
COSTO TOTAL	58.093,70
MC	0,93
%MC	0,64
PE. PAX	23.899,72
PE. \$	34.415,59

Elaborado por: Malan, Y. 2014

Fuente: Investigación Propia

Grafico N° 20: Punto de Equilibrio



Fuente: Investigación Propia
Elaborado por: Malan, Y. 2014

12. EVALUACIÓN FINANCIERA

Tabla Nº 70: Evaluación Financiera

AÑOS	FLUJO DE CAJA	FACTOR DE ACTUALIZACION	FLUJO DE CAJA ACTUALIZADO	INGESOS ACTUALIZADOS	
Año 0	- 33.449,00	1,00	- 33.449,00	- 33.449,00	
Año 1	25.013,51	0,95	23.862,89	- 9.586,11	
Año 2	39.487,63	0,91	35.973,23	26.387,13	PRI
Año 3	40.537,32	0,87	35.226,93	61.614,06	
Año 4	41.047,06	0,83	34.028,02	95.642,07	
Año 5	59.203,12	0,79	46.829,67	142.471,74	VAN
				75%	TIR

Fuente: Investigación Propia

Elaborado por: Malan, Y. 2014

IX. CONCLUSIONES

- Al realizar el estudio de mercado y trabajar con las encuestas, se obtuvo un resultado positivo en cuanto al acogimiento que ofrecen los estudiantes hacia el Food Truck, todos los estudiantes están de acuerdo en consumir alimentos a través del servicio de un Food Truck el cual es un sistema novedoso llamativo y ágil. En este estudio de mercado se ha establecido que de los 368 estudiantes encuestados, Food Truck Invasion acogerá al 100% de ellos considerando la capacidad real del Food Truck en dos cargas al día.
- En los estudios realizados como secuencia del estudio de mercado se ha podido obtener varios aspectos importantes para el Food Truck los cuales permitieron tener un enfoque claro acerca de las necesidades y prioridades que el food truck necesita para su funcionamiento y servicio sin complicaciones.
- El estudio Financiero demuestra en forma monetaria toda la inversión que se realizara en caso de ejecutarse. En esta evaluación se demuestra que es rentable ya que los socios obtienen utilidades en cada uno de los años proyectados en el cual se comprueba la rentabilidad del proyecto.

X. RECOMENDACIONES

- En cuanto a la capacidad real del Food Truck que es el 100 % de los estudiantes encuestados. Es aconsejable que este trabaje con dos cargas al día. Lo que significa que en el proceso de recepción de materia prima en la etapa de limpieza se debe trabajar con porciones antes de su almacenamiento esto ayudara a facilitar y minimizar el tiempo del mise en place antes del servicio. Sobre todo por el corto tiempo que existe entre las cargas al día.
- Es indispensable tomar en cuenta el mejoramiento continuo del food truck en varios aspectos tales como:
 - Alianzas con proveedores que garanticen la calidad de los productos.
 - También se debe trabajar con un plan de marketing que dé a conocer el restaurante constantemente
 - Buscar al personal idóneo que se adapte al correcto funcionamiento del Food Truck y la maquinaria se debe mantener en perfectas condiciones a diario.
 - La empresa debe ser cuidadosa con el ambiente y trabajar legalmente, ante los clientes será una manera de representar.
- Mediante el estudio financiero se sabe que el food Truck Invasion es factible y generara ganancias a los socios Es recomendable que la empresa trabaje con precaución ya que al ser una sociedad de hecho dichos socios se deben mantener en constante apoyo y colaboración para mantener en pie al Food Truck y así alcanzar sus expectativas.

BIBLIOGRAFÍA

Cooper, B. McNeil, G. Como iniciar y administrar un Restaurante, Norma S.A, Bogotá, Colombia, Norma S.A. 2002; Pág. 30.

Ávila, J. Introducción a la economía, Tercera Edición, México, Plaza y Valdez, 2004; Pág. 361.

Kottler, P. Bloom, P. y Hayes, T. El marketing de servicios profesionales, Primera edición, Paidós Ibérica Editorial, 2004; pág. 98.

Orejuela, S. Sandoval, P. Guía de estudio de mercado para la evaluación de Proyectos, Santiago de Chile: 2002, pág. 13.

Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas IICA. Documento de Discusión, San José Costa Rica: 1980.

López, A. Carabias, L. Díaz, E. Oferta Gastronómica, España: Paraninfo S.A, 2011.

Armendáriz, J. Gastronomía y Nutrición, España: Paraninfo, 2013.

García, F. García, P. Operaciones Básicas y Servicios en Restaurante y Eventos especiales, España: Paraninfo, 2011.

Ramírez, E. Cajigas, M. Proyectos de Inversión Competitivos, Colombia: Feriva, 2004

Kenneth E. Kendall, Julie E. Análisis y diseño de sistemas, Tercera Edición, México: Pearson educación, 1997.

Veleiro, B. Mercado y competencia, Primera edición, Madrid: El Derecho 2010.

Pascual, R. Corominas, A. Planificación y rentabilidad de proyectos Industriales, Barcelona: Marcombo. 1988.

Bustamante, W. Apuntes de mercadotecnia para la microempresa rural, Santiago de Chile: Promer, 2001.

Getman, L. Joehnk, M. Fundamentos de inversiones, Pearson educación, 2005.

Salleras, L. Educación sanitaria, Madrid: Ediciones Días de Santos, 1990

Kurtz, D. Marketing contemporáneo 15 edición, Cengage Learning Editores 2012.

Ávila, V. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante con Especialidad en comida típica del Ecuador en la mitad del mundo, Quito: UCT, 2009.

Amores, A. Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante con Especialidad de trucha en el cantón Pillarillo sector Quillan, Quito: Universidad Tecnológica Equinoccial, 2007

Mora, A. Matemáticas Financieras, Segunda Edición, 2006. pág. 6

Reid, C. Koopman, M. Santin, C. Feldman, P. Guía de Bpm para servicio de Comidas, Argentina: Secretaria agricultura ganadería y pesca. 2011

Portus, L. Matemática Financiera, Bogotá: Mc Gan Hill, 1975. Pág. 175

FOOD TRUCK (TRAYECTORIA)

<http://foodtruckpr.blogspot.com>

2014-03-11

FOOD TRUCK (HISTORIA)

<http://www.lifestylemiami.com/>

2013-11-16

FOOD TRUCK (CONCEPTO)

<http://www.apertura.com>

2013-11-16

GASTRONOMÍA (TENDENCIA)

<http://www.gastronomico.com>

2014-03-19

TENDENCIA (CONCEPTO)

<http://definicion.de/tendencia/>

2014-03-19

NEGOCIO (CONCEPTO)

<http://es.wikipedia.org/wiki/Negocio>

2014-04-03

FOOD TRUCK (DEFINICIÓN)

<http://cocinayrecetas.hola.com/>

2014-04-03

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD (DEFINICIÓN)

<http://www.slideshare.net/>

2014-04-03

MISION Y VISION (DEFINICIÓN)

<http://www.lafacu.com/>

2014-05-26

ANEXO Nº 1 ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO FACULTAD DE SALUD PÚBLICA ESCUELA DE GASTRONOMÍA

OBJETIVO: realizar un estudio para saber si es factible un Food Truck en las instalaciones de la Espoch

El food truck o camión de comida es un vehículo equipado estrictamente para la preparación y servicio de alimentos de manera rápida y sana. Básicamente el objetivo del food truck es ofrecer alimentos gourmet con la capacidad de trasladarse de un lugar a otro, literalmente el Food Truck es un restaurante ambulante.

A continuación una foto de un ejemplar de food truck.



INDICACIONES: Por favor señale con una cruz (x) la respuesta.

1. ¿Visita Ud. el bar de su facultad?

Si

No

2. ¿Con que frecuencia visita usted el bar de su facultad?

1 vez al día

2 veces al día

3 o más

3. ¿Por qué visita usted el bar de su facultad?

Comodidad

Tiempo

Economía

4. ¿Está satisfecho con el servicio de alimentación que ofrecen los bares de la Espoch?

Si No

5. ¿En dónde prefiere comer usted?

Bar de su facultad
Bar de otra facultad
Comedor politécnico
Restaurante fuera de la institución

6. **¿Está de acuerdo usted en el consumo de alimentos gourmet que a su vez sean rápidos y sanos?**

Si No

7. **¿Le gustaría consumir dichos alimentos a través de un Food truck en las instalaciones de la Espoch?**

Si No

8. **¿En qué horario le gustaría disponer de un Food Truck en su facultad?**

Mañana

Media mañana

Tarde

9. **Seleccione el tipo de comida que desearía consumir en un food truck?**

Desayuno

Plato fuerte

Postres o sándwiches

10. **Hasta cuanto está dispuesto a pagar por dichos alimentos? Tome en cuenta calidad y servicio.**

Desayuno 1.50
2.00
2.50

Plato Fuerte 1.50
2.00
2.50

Postres y S. 1.50
2.00
2.50

ANEXO Nº 2 FOTOS

