



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS

CARRERA DE INGENIERÍA COMERCIAL

TEMA:

“PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN FOOD TRUCK DE COMIDA MEXICANA EN LA
CIUDAD DE IBARRA”

Trabajo de Grado previo a la obtención del título de Ingeniería Comercial

AUTOR:

MICAELA ISABEL FÉLIX ROSAS

DIRECTOR:

MSC. BYRON ACOSTA

Ibarra, 2020

RESUMEN

El objetivo principal de la presente investigación es proponer la creación de un Food Truck de comida mexicana en la ciudad de Ibarra, con el propósito de brindar una nueva tendencia, ofreciendo un servicio de calidad con diferentes productos. Para llevar a cabo este estudio primero se realizó un diagnóstico situacional, utilizando fuentes secundarias, puesto que se analizan los aspectos políticos, económicos, sociales, tecnológicos y ambientales, que ayudan a identificar los aliados, oponentes, oportunidades y riesgos del entorno, donde se desarrollará el proyecto. Por otro lado se analizaron los criterios de segmentación, donde se obtiene la población meta, que son las personas a quienes se enfoca este proyecto, la cual está clasificada por cuatro rangos de edad que son de 15 a 19 años, de 20 a 24 años, de 25 a 29 años y de 30 a 34 años; y también de tres niveles socioeconómicos que son los estratos (B) media alta, (C+) media y (C-) media baja, por lo que una vez determinada esta población, se logró recolectar la información mediante las herramientas de investigación. Se aplicó 380 encuestas, donde los resultados muestran que el 93% de la población establecida está dispuesta a adquirir los productos ofertados, en un lugar de paso como es el Food Truck y con qué frecuencia lo consumirían. También se visitó tres lugares para realizar la observación, obteniendo resultados favorables ya que si existe gente que consume fuera de casa y que la comida mexicana si es uno de los productos acogidos para su consumo. Una vez recolectada la información se logró obtener una visión más clara para identificar la demanda y oferta, dando como resultado la determinación de la demanda insatisfecha de 201490, a la que se deberá abastecer con la creación de esta microempresa, lo que quiere decir, que el proyecto es viable. Posteriormente, se determinó que la localización óptima para establecer la microempresa, es en la parroquia el San Francisco, barrio Yacucalle, exactamente en la calle Río Blanco entre Lucila Benalcázar y Eduardo Almeida, por lo que según el estudio realizado este lugar fue uno de los sitios más escogidos por ser una zona comercial. Finalmente, para que la microempresa pueda iniciar sus operaciones, se realizó un estudio financiero que muestra que los indicadores financieros son positivos ya que el presupuesto de inversión es de un total de \$4.813, y en el año se obtendrá una utilidad neta de \$6.167, con esto se logra afirmar la factibilidad que tendrá el proyecto.

ABSTRACT

The main objective of this research is to propose the creation of a Mexican Food Truck in Ibarra, in order to provide a new trend, offering quality service with different products. A situational diagnosis was first carried out in this study, using secondary sources, since political, economic, social, technological and environmental aspects are analyzed, which help to identify allies, opponents, opportunities and risks in the environment, where the project will be developed. On the other hand, the segmentation criteria was analyzed, where the target population is obtained, that are the people to whom this project focuses, which is classified by four age ranges that are from 15 to 19 years old, from 20 to 24 years old, from 25 to 29 years old and from 30 to 34 years old; and also from three socioeconomic levels, which are the (B) upper middle, (C+) middle and (C-) lower middle strata, so once this population was determined, the information was collected using the research tools. 380 surveys were applied, where the results show that 93% of the established population is willing to purchase the offered products, at a transit point such as the Food Truck and how often they would consume it. Three places were also visited to carry out the observation, obtaining favorable results since there are people who consume outside their home and that Mexican food is one of the products accepted for consumption. Once the information was collected, it was possible to obtain a clearer vision to identify demand and supply, resulting in the determination of unsatisfied demand in 201490, which must be supplied with the creation of this micro-company, which means that the project is viable. Subsequently, it was determined that the optimal location to establish the micro-enterprise is in San Francisco parish, Yacucalle neighborhood, exactly on Río Blanco street between Lucila Benalcázar and Eduardo Almeida, so according to the study carried out this place was one of the sites most chosen for being a commercial area. Finally, in order for the micro-enterprise to start its operations, a financial study was carried out that shows that the financial indicators are positive since the investment budget is \$ 4,813 total, and in the year a net profit of \$ 6,167 will be obtained, with this is confirmed the feasibility of the project.

ACEPTACIÓN DEL TRABAJO DE GRADO

En calidad de representante del PhD. Byron Fabricio Acosta Andino, dentro de la Universidad y asignado por las Autoridades pertinentes, como Director de trabajo de grado presentado por la egresada, **MICAELA ISABEL FÉLIX ROSAS**, para optar por el título de **INGENIERA COMERCIAL**, cuyo tema es **"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN FOOD TRUCK DE COMIDA MEXICANA EN LA CIUDAD DE IBARRA"**, considero que el presente trabajo reúne requisitos y méritos suficientes para ser sometida a la presentación pública.



MSc. Marlon Pineda Carrillo

REPRESENTANTE – DIRECTOR DEL TRABAJO DE GRADO



UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

BIBLIOTECA UNIVERSITARIA

AUTORIZACIÓN DE USO Y PUBLICACIÓN A FAVOR DE LA UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE

1. IDENTIFICACIÓN DE LA OBRA

En cumplimiento del Art. 144 de la Ley de Educación Superior, hago la entrega del presente trabajo a la Universidad Técnica del Norte para que sea publicado en el Repositorio Digital Institucional, para lo cual pongo a disposición la siguiente información:

DATOS DE CONTACTO			
CÉDULA DE IDENTIDAD:	100312214-8		
APELLIDOS Y NOMBRES:	Félix Rosas Micaela Isabel		
DIRECCIÓN:	Eduardo Almeida 6-117 y Río Blanco		
EMAIL:	mifelixr@utn.edu.ec		
TELÉFONO FIJO:		TELÉFONO MÓVIL:	0991005359

DATOS DE LA OBRA	
TÍTULO:	"PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UN FOOD TRUCK DE COMIDA MEXICANA EN LA CIUDAD DE IBARRA"
AUTOR (ES):	Félix Rosas Micaela Isabel
FECHA: DD/MM/AAAA	15/05/2020
SOLO PARA TRABAJOS DE GRADO	
PROGRAMA:	<input checked="" type="checkbox"/> PREGRADO <input type="checkbox"/> POSGRADO
TITULO POR EL QUE OPTA:	Ingeniería Comercial
ASESOR /DIRECTOR:	Msc. Byron Acosta

2. CONSTANCIAS

El autor manifiesta que la obra objeto de la presente autorización es original y se la desarrolló, sin violar derechos de autor de terceros, por lo tanto, la obra es original y que es la titular de los derechos patrimoniales, por lo que asume la responsabilidad sobre el contenido de la misma y saldrá en defensa de la Universidad en caso de reclamación por parte de terceros.

Ibarra, a los 15 días del mes de mayo de 2020

EL AUTOR:

Micaela Isabel Félix Rosas

ÍNDICE

CAPÍTULO I	1
1. INTRODUCCIÓN	1
1.1. Antecedentes	1
1.2. Objetivos	2
1.3. Análisis Externo	2
1.4. Matriz AOOD	6
1.5. Determinación de la oportunidad de la inversión	6
CAPÍTULO II	8
2. MARCO TEÓRICO	8
2.1. MIPYMES	8
2.2. Proyecto	8
2.3. Food Truck	9
2.4. Gastronomía	10
2.5. Estudio de mercado	10
2.6. Estudio técnico	12
2.7. Estudio Financiero	13
2.8. Estructura Organizacional	15
CAPÍTULO III	17
3. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS	17
3.1. Diseño Muestral	17
3.2. Observación Participante	19
3.3. Periodo de referencia	19
3.4. Diseño de Formulario	20
3.5. Procedimiento de recolección de datos	20
3.6. Métodos de análisis de datos	21
CAPÍTULO IV	22
4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN	22
4.1. Estudio de Mercado	22
4.2. Estudio Técnico	29
4.3. Estudio financiero	33
4.4. Estructura Organizacional	45
CONCLUSIONES	50
REFERENCIAS	51
ANEXOS	56

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Matriz AOOR.....	6
Tabla 2: Segmentación de mercado	17
Tabla 3: Estratificación de edades.....	19
Tabla 4: Cálculo de la Demanda	28
Tabla 5: Cálculo de la Oferta	28
Tabla 6: Demanda Insatisfecha	29
Tabla 7: Alternativas de localización	30
Tabla 8: Matriz de factores de micro localización	31
Tabla 9: Simbología del Flujograma de Procesos	32
Tabla 10: Flujograma de Procesos del servicio de Food Truck	33
Tabla 11: Inversión fija en Mobiliario	33
Tabla 12: Inversión fija en Equipo de Computo	34
Tabla 13: Resumen de Inversión Fija y Gastos Depreciación.....	34
Tabla 14: Materia Prima Directa para un Burrito.....	34
Tabla 15: Materia Prima Directa para un Taco	35
Tabla 16: Materia Prima Directa para un Nacho.....	35
Tabla 17: Materia Prima Directa para una Enchilada	35
Tabla 18: Materia Prima Directa para una Quesadilla	36
Tabla 19: Costo de Materia Prima Directa.....	36
Tabla 20: Costo de Mano de Obra Directa.....	37
Tabla 21: Materia Prima Indirecta	37
Tabla 22: Materiales Indirectos.....	37
Tabla 23: Resumen Costos Indirectos de Fabricación	38
Tabla 24: Sueldo Administrativo	38
Tabla 25: Servicios.....	38
Tabla 26: Suministro de Aseo y Limpieza	38
Tabla 27: Constitución de la microempresa	39
Tabla 28: Suministros y Materiales.....	39
Tabla 29: Resumen de Gastos Administrativos	39
Tabla 30: Gastos de Ventas.....	40
Tabla 31: Capital de Trabajo.....	40
Tabla 32: Inversión Total	40
Tabla 33: Balance General	41
Tabla 34: Proyección ventas.....	42
Tabla 35: Estado de Resultados	42
Tabla 36: Flujo de Caja	43
Tabla 37: Punto de Equilibrio	44
Tabla 38: Manual de Funciones del Administrador	48
Tabla 39: Manual de Funciones del Operario	49

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Degustación de comida mexicana.....	22
Figura 2: Consumo de comida mexicana en un Food Truck.....	23
Figura 3: Preferencia de consumo en el día	23
Figura 4: Frecuencia de consumo.....	24
Figura 5: Preferencia de platos típicos de comida mexicana	24
Figura 6: Preferencia de bebida.....	25
Figura 7: Zona de Ubicación del Food Truck	25
Figura 8: Aspectos importantes de consumo.....	26
Figura 9: Medios de Comunicación	26

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1: Macro localización.....	29
Ilustración 2: Micro localización.....	30
Ilustración 3: Representación visual	45
Ilustración 4: Imagotipo	45

ÍNDICE DE ANEXOS

Anexo 1: Encuesta aplicada a la población meta	56
Anexo 2: Guía de Observación	58
Anexo 3: Diario de notas de observación en Bolívar Food Park	58
Anexo 4: Diario de notas de observación en Mystic.....	63
Anexo 5: Diario de notas de observación en La Carreta.....	66

CAPÍTULO I

1. INTRODUCCIÓN

1.1. Antecedentes

En el siglo XX en el año 1866 se originaron los Food Trucks en Estados Unidos, donde los primeros camiones de venta de comida tenían forma de salchicha y mantenían la idea de comida rápida; luego a inicios del siglo XXI los denominados restaurantes móviles se popularizaron debido a la innovación y bajo costo hacia el público, causando interés por la variedad de platillos en el mercado. Esta idea se extendió hasta otros países, llegando a Ecuador en el año 2012 el primer carrito de comida rápida gracias a dos jóvenes que buscaban cambiar la perspectiva de la comida callejera (USFQ, 2016).

Los ingresos de los Food Trucks se puede lograr de manera fácil, organizada y eficaz, como la idea de Manuel Domínguez que realizó una feria gastronómica en Buenos Aires para obtener mayor ganancia, él ratifico que los mejores carros llegaron a facturar de 105 dólares en adelantes, quedándoles una ganancia de un 40% aproximadamente (Perfil, 2016). Los ingresos que genera un Food Truck diariamente depende del tipo de comida, población meta, lugar donde se encuentre ubicado y especialmente por la rapidez en la entrega de comida; y también por la oportunidad que tienen de participar en eventos sociales. Los Food Trucks buscan lugares donde hay una gran población de jóvenes, para vender sus productos, por lo que este público representa el 50% del consumo global (Forbes, 2014).

El restaurante rodante consiste en adaptar el diseño interior de un vehículo a un espacio de mini cocina que sirve como servicio de catering para bodas, aniversarios, fiestas y otras actividades sociales (Decofila, 2015).

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo General

Proponer la creación de un Food Truck de comida mexicana en la ciudad de Ibarra.

1.2.2. Objetivos Específicos

- › Realizar un diagnóstico situacional de la ciudad de Ibarra, estableciendo aliados, oponentes, oportunidades y riesgos, con la finalidad de conocer los aspectos que intervendrán para la creación de la microempresa.
- › Elaborar un marco teórico que sustente el estudio mediante la investigación bibliográfica y documental.
- › Identificar la población objetivo para recolectar la información necesaria, mediante el método cuantitativo y cualitativo.
- › Determinar la demanda, la oferta y la demanda insatisfecha que cubrirá el servicio de comida mexicana.
- › Establecer la localización óptima, y los procesos productivos necesarios para este proyecto.
- › Determinar los ingresos, gastos y estados financieros que permitan identificar la viabilidad financiera del proyecto.
- › Definir la estructura organizacional (Misión, visión, valores, políticas, organigrama, perfiles ocupacionales) para una eficiente administración.

1.3. Análisis Externo

1.3.1. Análisis Político

La política contiene una serie de lineamientos legales, estrategias y programas que orientan a los administradores con el fin de asegurarse que no se sobrepasen los límites, logrando así el objetivo de mejorar la productividad y competitividad de las MIPYMES, para que aprovechen todas las oportunidades que les otorga el mercado nacional y la apertura del mercado internacional (Cuevas, 2018).

Cada ciudad tiene sus políticas que deberán ser cumplidas, por lo que basarse en lineamientos legales tiene su pro y su contra ya que las autoridades pretenden mantener un orden en la ciudad; pero el inconveniente es que no existen permisos de circulación para poder instalarse en lugares céntricos, por esta razón se busca lugares estratégicos para poner en funcionamiento un Food Truck.

1.3.2. Análisis Económico

La economía se ha globalizado, dando paso a una integración del desarrollo de todos los pueblos, por el cual, colocar una empresa es fundamental en la economía, ya que se ha convertido en una fuente de generación de empleo y un medio para ofrecer productos y servicios en diversos mercados (Aurora, Toalombo, & Rocafuerte, 2016). En el cantón Ibarra, el principal sector económico es el de comercio y servicios (61% de MIPYMES), seguido del sector industrial (23%) y el sector agrícola (16%). Tiene muestra de 838 Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (MIPYMES) existentes en la provincia de Imbabura por sectores económicos y cantones (GAD-I, 2003).

En todos los tiempos la economía es muy importante para la inversión tanto de microempresas como de macroempresas, por la cual crear una empresa de alimentos en la ciudad de Ibarra es una oportunidad para obtener ingresos propios y por ende generar economía.

1.3.3. Análisis Social

Los lugares urbanos se estratifican mediante la identificación de grupos socioeconómicos relevantes y sus características de dimensión de estudio, los cuales adquieren puntajes según la dimensión de vivienda, dimensión de educación, dimensión económica, dimensión de bienes, dimensión de tecnología y dimensión de hábitos de consumo. El estrato A es de 845 a 1000 puntos, que representa el

1,9%; el estrato B es de 696 a 845 puntos, que representa el 11,2%; el estrato C+ es de 535 a 696 puntos, que representa el 22,8%; el estrato C- es de 316 a 535, que representa al 49,3% y el estrato D es de 0 a 316 puntos, que representa el 14,9% (INEC, 2011).

Los hábitos sociales se van diferenciando mediante nuestros gustos, valores, forma de ver la vida que a medida cambian por determinadas costumbres del entorno que les rodea. Una de las cosas primordiales de nuestra vida es la alimentación, y todas las clases sociales tienen la necesidad de alimentarse; por lo tanto, crear la microempresa de comida es una gran oportunidad ya que la sociedad viene a ser los clientes potenciales para obtener una mayor demanda de consumo.

1.3.4. Análisis Tecnológico

Las TIC's representan una nueva oportunidad para las empresas ya que encuentran nuevos mercados reconociendo el potencial de ingresos y los posibles problemas para crecer, donde podrán ahorrar los costos de sus procesos productivos y administrativos, mejorando así los estándares de calidad (Ríos, 2014).

La tecnología es un beneficio que aporta a la microempresa debido a que las redes sociales permiten comunicarse con familiares, amigos, conocidos y contactos profesionales (clientes, proveedores). Por esta razón las redes sociales son tan relevantes ya que mediante esta tecnología se puede hacer publicidad laboral, logrando llegar oportunamente a un gran número de personas, para dar a conocer toda información de todos los productos ofertados y así los usuarios puedan contactarnos fácilmente.

1.3.5. Análisis Ambiental

A nivel mundial se extiende el sistema de gestión ambiental bajo la norma ISO 14001, este certificado acredita que las empresas cumplan con los requisitos, ayudándoles a prevenir los impactos ambientales y a obtener beneficios económicos por la optimización de recursos y finalmente a reducir riesgos legales (Ortiz, Izquierdo, & Rodríguez, 2013).

Es necesario contar con certificados que garanticen la gestión de calidad y ambiental que se tiene en la empresa puesto que se basará en normas para evitar la contaminación ambiental, manipulación de alimentos y la reducción de utilización de recursos, dando así confianza a los clientes por la calidad del servicio.

1.3.6. Análisis legales

Una empresa para iniciar lo primero que debe hacer legalmente es hacer una especie de constancia y luego reunir ciertos requisitos, lo cual todo esto se tramita mediante un abogado (Rumbo, Athzel, & Arias, 2009). La Dirección y Comisión de Planificación es la encargada de llevar adelante la socialización de la nueva Ordenanza de Uso y Ocupación de Suelo del cantón, donde informa que estos parámetros serán para ordenar el crecimiento y a la vez lograr una urbe organizada que garantice el bienestar de sus habitantes (GAD-I, 2018).

Los requisitos para el permiso anual de funcionamiento de servicios turísticos, locales comerciales y otros que se comercialicen alimentos, son los siguientes:

- ✓ Solicitud dirigida al Alcalde.
- ✓ Especie valorada para certificación vacía.
- ✓ Tasa por servicios administrativos.

- ✓ Certificación de tesorería de no adeudar al Municipio.
- ✓ Certificados de salud municipal del propietario y empleados.
- ✓ Croquis del predio y la ubicación exacta del local en el predio.
- ✓ Copia de la carta de pago del impuesto predial.
- ✓ Copia de cédula y papeleta de votación del dueño de la actividad económica.
- ✓ Realizar el pago de uso de suelo.

1.4. Matriz AOOR

Tabla 1: Matriz AOOR

ALIADOS	OPONENTES
Supermercados y mercados	Carritos de comida rápida
Ferias gastronómicas o eventos en la ciudad	Restaurantes de comida mexicana
Personas que habitualmente comen fuera de casa	Personas que cuestionan el valor nutricional de los productos
Crecimiento constante de la población Municipio	Productos sustitutos
OPORTUNIDADES	RIESGOS
Alta demanda del mercado	Nuevos competidores
Participación en eventos sociales	Disminución del consumo fuera de casa.
Extender los productos a distintos lugares	Nuevas tendencias de consumo nutritivo
Interés de consumo por la rapidez	Desconfianza del consumidor sobre la preparación

1.5. Determinación de la oportunidad de la inversión

Mediante el diagnóstico se apreció los pros y los contras que se tiene al crear la microempresa, dado que se cuenta con aliados que harán posible que se pueda poner en práctica el proyecto, por ser los que proveerán la materia prima y los permisos necesarios, al igual que dan la oportunidad de participar en ferias gastronómicas y eventos sociales, que permitirán que se logre promocionar los productos, tomando en cuenta siempre la ordenanza municipal.

Así mismo al ser un proyecto de alimentos tiene una variedad de competencia ya que existen restaurantes y muchas personas ambulantes que se dedican a vender ya sea comida mexicana como comida rápida, entre otras; pero al contar con personas que consumen fuera de casa nos da una ventaja para atraer más elementos, debido a que existe una demanda de consumo y esto permitirá obtener más ingresos, además se implementará un plan de marketing para que conozcan los productos de manera más efectiva y así obtener más clientes.

Al tratarse de productos consumibles se corre el riesgo de que otras empresas similares repliquen el negocio o también de que exista desconfianza por parte de los consumidores ante la calidad del producto y más aún por ser una nueva empresa, lo que puede ocasionar que disminuya el consumo del producto y por ende la rentabilidad.

Gracias a todos los aspectos considerados en la presente investigación se puede determinar una oportunidad de inversión, por lo que se debe dar importancia al desarrollo de la creación de un Food Truck de comida mexicana en la ciudad de Ibarra.

CAPÍTULO II

2. MARCO TEÓRICO

2.1. MIPYMES

2.1.1. Definición

Las MIPYMES está conformada por micro, pequeñas y medianas empresas que se dedican a actividades industriales, comerciales y de servicios, que combinan capital, trabajo y medios productivos para obtener un bien o servicio que se destinan a satisfacer la diversidad de necesidades en el mercado de consumidores, diferenciándose por su estructura de personal (Bustos, 2005).

2.1.2. Importancia

Las MIPYMES son creadas con el fin de mejorar su propia economía, ayudando y contribuyendo tanto en la ciudad como al país, este tipo de empresas se dividen y ofrecen distintos bienes y servicios al público, cada una de ellas dando su valor agregado (Bustos, 2005). Este tipo de empresas proveen un gran porcentaje de trabajo a personas de ingresos medios y bajos en el Ecuador, el 33.5% de esta población del área urbana son miembros de familia con una microempresa (Meyer, 2005).

2.1.3. Microempresa

Las microempresas son negocios dedicados a áreas comerciales, de producción o servicio que son operados por una personal, una familia o un grupo de personas individuales de ingresos relativamente bajos, el propietario ejerce su propio criterio sobre productos, mercados y precios; además constituye una importante fuente de ingresos para el hogar (Meyer, 2005).

2.2. Proyecto

2.2.1. Definición

Un proyecto es la búsqueda de una solución al planteamiento de un problema, la cual sustenta como resolver la necesidad humana en todas sus facetas como puede ser la educación, alimentación, salud, ambiente, cultura entre otras (Baca, 2016).

2.2.2. Importancia

Día a día existe una serie de productos o servicios proporcionados por el hombre desde vestimenta hasta alimentos procesados y cada uno de estos bienes y servicios antes de su venta comercial necesitan ser evaluados. Por lo tanto, siempre que exista una necesidad humana saldrá una idea donde será necesario realizar un proyecto para poder hacer una buena inversión y por ende obtener una buena ganancia (Baca, 2016).

2.3. Food Truck

2.3.1. Comercio Ambulante

El comercio ambulante se entiende como el comercio en puestos semifijos que quiere decir que son estructuras móviles que permiten trasladarse a diferentes sitios tomándose un derecho de apropiación de algún lugar en el espacio público (Ramírez & Tunal, 2016). El comercio callejero de alimentos ha sido tradicionalmente una actividad que representa un costo de oportunidad mayor, que por diversas razones políticas, económicas o sociales, la venta de comida en la calle ha sido por lo regular una actividad rentable (García, 2011).

2.3.2. Tipos de Food Truck

Los Food Truck más conocidos son los camiones que reparten helados, pero cada persona emprendedora decide que plato quiere ofertar, pueden ser platos tradicionales o de alguna cultura como la comida japonesa, hindú, italiana, mexicana entre otras; también se enfocan en ofrecer productos de dulce como helados, repostería, cafetería, y más; por lo cual es fundamental conocer los gustos de los clientes para ofrecer una amplia gama de platos y así adaptar la oferta y la demanda, logrando que el consumidor pueda elegir lo que desee (Banco de proyectos, 2014).

2.3.3. Tendencia de los Food Truck

Los Food Trucks son tendencia fuerte en bodas ya que es llamativo para los invitados, razón por la cual son más utilizados para la cena, es decir en el momento de la noche donde ya ha pasado unas horas de baile y empieza a dar hambre (Berezi, 2015); por lo que los Food Truck hoy en día ya no se los relaciona como un comercio callejero, sino que se toman en cuenta en eventos sociales. Otras de

las tendencias que se ha formado, son en distintas ferias a nivel mundial que son un punto de encuentro con un entorno más relajado para disfrutar. Las personas en la actualidad buscan algo diferente, que llame la atención, buscando cosas que se diferencien y estén en los recuerdos de los demás. (Perfil, 2016).

2.4. Gastronomía

2.4.1. Importancia

La cocina forma parte de las costumbres y cultura ya que permite el contacto físico e incluso afectivo con otras culturas de diferentes países, consiguiendo que todo ciudadano conozca y deleite los platillos típicos de cada país, por esta razón la gastronomía tiene una gran acogida en todo el mundo (Curiel, Sánchez, & Antonovica, 2014).

2.4.2. Gastronomía mexicana

La gastronomía mexicana son los platillos y técnicas culinarias de México que forman parte de las costumbres locales, cada día, cada festividad, cada celebración contaba con su alimento característico. La base de la cocina mexicana en gran parte se enfoca en la época prehispánica ya que sus antepasados usaban las semillas de maíz, de cacao, de chile, de vainilla, productos como el aguacate, calabaza, jitomate, la carne del guajolote y en especial el chile todo estos se lo comparte hasta la actualidad, así la riqueza culinaria de México se despliega por todas partes del planeta (FCAS, 2008).

2.4.3. Comida Rápida

La Comida Rápida se ha vuelto un éxito por la rapidez del servicio, por sus bajos precios y la flexibilidad de horarios, ya que, los negocios que se enfocan en este tipo de comida casi se encuentran abiertos en cualquier hora del día; por estas razones las personas frecuentan donde venden comida rápida (Chávez, Humberto, & Díaz, 2013).

2.5. Estudio de mercado

El estudio de mercado es el conjunto de técnicas útiles para obtener información del medio ambiente del proyecto como es la demanda y oferta, para este estudio se realiza un informe que comunique en forma clara y precisa todos los datos

correspondientes que se obtuvo mediante fuentes confiables y herramientas de investigación (Fernández, Mayagoitia, & Quintero, 2010).

2.5.1. Segmentación de mercado

El proceso de segmentación parte de estudios informales y formales del mercado para obtener información pertinente relacionada con motivos de compra, necesidades, deseos, características geográficas y demográficas de la población, así como gustos, preferencias, valores, personalidad, estilos de vida, actitudes, entre otras variables, que permitan hacer una representación precisa de los diferentes integrantes del mercado (Mesa, 2012).

2.5.2. Mercado meta

El mercado meta son todos los clientes posibles a los que se va a dirigir con un producto o servicio para todo el mercado sin diferenciar las necesidades y deseos específicos. Para definir el mercado meta se requiere primeramente de una evaluación del entorno empresarial, que permita identificar las oportunidades en el mercado respecto a motivos, necesidades, deseos y expectativas de los clientes, capacidad de pago, voluntad y decisión de compra (Mesa, 2012).

2.5.3. Producto

El producto es aquel artículo que se ofrece en el mercado para su compra y consumo que pueda satisfacer una necesidad o deseo humano. Para eso el producto debe cumplir con ciertas características y atributos como la marca, etiqueta, empaque, ciclo de vida y así le inspirará confianza y atracción al cliente para lograr su adquisición en el mercado (Isique, 2016).

2.5.4. Precio

El precio es un elemento muy importante en la estrategia de comercialización, ya que es el valor en dinero que se le da al producto y es empleado para la compra de un bien, definiendo así el nivel de ingreso que se espera obtener; por esta razón es necesario que el precio sea muy llamativo para que potenciales clientes adquieran el bien o servicio y a la vez contribuya a generar un beneficio a la empresa (Isique, 2016).

2.5.5. Plaza

La plaza se considera como, el canal de distribución donde agentes involucrados hacen posible que el producto llegue al mercado y a la persona adecuada cuando lo necesita, se le conoce como el pedazo del mercado donde se decide jugar o donde se va a exhibir el producto o servicio para su venta o distribución tanto directa como indirecta (Isique, 2016).

2.5.6. Promoción

La promoción es la comunicación que va dirigida a los consumidores para dar a conocer las bondades y ventajas del producto y para incrementar la frecuencia de uso. Para realizar una actividad de promoción se necesita decisiones estratégicas donde se toma en cuenta la publicidad y el marketing logrando así el objetivo de influir en las de las decisiones de compra del producto (Isique, 2016).

2.5.7. Oferta

La oferta son las diversas cantidades de un producto que los vendedores estarían dispuestos a ofrecer en el mercado a todos los precios alternativos posibles durante un periodo de tiempo dado, permaneciendo lo demás constante (Córdoba, 2011).

2.5.8. Demanda

La demanda es la cantidad y calidad de un producto que los consumidores estarían dispuestos a comprar a los diferentes precios del mercado en un determinado tiempo. La determinación de la demanda se ha demostrado a través de resultados obtenidos por la rentabilidad del producto con una marcada incertidumbre (Córdoba, 2011).

2.6. Estudio técnico

El estudio técnico busca responder a los interrogantes básicos que son: cuánto, dónde, cómo y con qué producirá la empresa. Además, consiste en la actividad de la organización, donde su objetivo básico es demostrar la viabilidad del proyecto, seleccionando la mejor alternativa para abastecer el mercado de acuerdo con las restricciones de recursos, ubicación y tecnologías accesibles, es decir diseñar una

producción óptima que utiliza los recursos disponibles para obtener el producto o servicio deseado. (Rodríguez, 2018).

2.6.1. Localización

Para la localización se debe realizar el análisis de las variables que permitan determinar el lugar en el que se ubicará el proyecto, teniendo en cuenta la identificación de zonas geográficas, que van desde un concepto amplio, que es la macro localización, que corresponde a la selección de un área global, que de acuerdo con los estudios preliminares realizados, se puede localizar la región donde se ubicara el proyecto; hasta identificar la micro localización, la cual indica la mejor alternativa de instalación de un proyecto dentro de la macro zona elegida, indicando el plano del sitio preciso donde se operará (Flórez, 2015).

2.6.2. Procesos

Todas las organizaciones desarrollan procesos para generar un producto o servicio que será entregado al consumidor, para ello se comparte una serie de particularidades como el conjunto de recursos y actividades que son interrelacionadas, repetitivas y sistemáticas, que se convierten de entradas a salidas o resultados; para su funcionamiento se necesita de personas que se encarguen de las actividades, ya que sin ellos su ejecución no es posible (Pardo, 2012).

2.7. Estudio Financiero

El estudio financiero detalla los recursos a invertir que demanda el proyecto, mostrando cantidades en cuanto a los ingresos y egresos que se obtendrán y su forma de cómo se financiará (Córdoba, 2011).

2.7.1. Activos fijos

Son ciertos bienes de naturaleza permanentes, necesarios para desarrollar las funciones de una empresa, existen los activos fijos tangibles e intangibles, como son vehículos, terrenos, edificaciones, patentes, entre otros; además de las inversiones a largo plazo y cualquier otro activo que la empresa no pueda o no quiera convertir en dinero en el corto plazo (Mendoza, 2016).

2.7.2. Costos de producción

Son los que se generan de manera directa e indirecta en el proceso de transformación de los insumos, o materias primas y materiales indirectos en productos terminados. Para su cálculo se suma los tres elementos del costo MD,MOD y CIF (Pastrana, 2012).

2.7.3. Materia Prima

La materia prima son materiales, bienes, artículos que se transforman en artículos terminados o en bienes de consumo para satisfacer las necesidades de las personas (Morales, Smeke, & Huerta, 2018).

2.7.4. Mano de Obra

La mano de obra es la fuerza de trabajo que ya sea por su esfuerzo físico y mental, recibe remuneraciones por sus labores desempeñadas durante un periodo determinado, en la mayoría de la empresas los pagos se realizan de manera semanal, quincenal o mensual (Lira, 2013).

2.7.5. Costos indirectos de Fabricación

Los costos indirectos de fabricación hacen referencia a todos los materiales indirectos y mano de obra indirecta. Se consideran como materiales indirectos los equipos o bienes que se utilizan para elaboración del producto o servicio, pero se distinguen en el producto terminado. Como mano de obra indirecta, el salario del gerente técnico o de producción, jefes de departamento, personal de laboratorio y el personal de servicios generales (Flórez, 2015).

2.7.6. Gastos Administrativos

Son todos los gastos relacionados con el área administrativa, como sueldos, prestaciones, depreciaciones sobre activos fijos, amortización de diferidos, seguros, impuestos de catastro y otros, como papelería y útiles de oficina, comunicaciones, transportes, viáticos, investigación y desarrollo, otros (Pastrana, 2012).

2.7.7. Balance general

Es un documento contable que refleja la situación patrimonial de una empresa a un tiempo determinado, demostrando el total del activo que muestra los

elementos patrimoniales de la empresa, y el total del pasivo que detalla su origen financiero (Moreno, 2009).

2.7.8. Estado de resultados

Es un documento contable que muestra el resultado de las operaciones, tomando como parámetro los ingresos y gastos efectuados, que facilitan la utilidad neta de la empresa. Este estado muestra la diferencia entre el total de los ingresos y el total de los egresos de la empresa (Moreno, 2009).

2.7.9. Flujo de caja

El flujo de caja es necesario programar cuando se evalúan proyectos, ya que estima los ingresos y egresos en efectivo que se producirán a largo plazo y así conocer cuánto de este efectivo se puede retirar, sin que esto afecte a la marcha del proyecto (Lira, 2013).

2.7.10. Punto de equilibrio

El punto de equilibrio conocido también como el análisis volumen-costo-utilidad, esta relación es una herramienta muy importante para la planificación y la toma de decisiones relativas a precios de venta, costos variables y costos fijos para alcanzar las metas establecidas por la organización. En otras palabras el punto de equilibrio es aquel nivel de actividad donde los ingresos totales se igualan a los costos totales; es decir, donde no se registran ni pérdidas ni ganancias (Loporta, 2016).

2.8. Estructura Organizacional

La estructura organizacional debe ser la adecuada para la estrategia de la organización y el entorno en el cual los miembros ponen en práctica dicha estrategia. Por lo tanto, el diseño organizacional hace que los gerentes dirijan la vista hacia el interior y el exterior de su organización al mismo tiempo. (Szlaihsztein, 2009).

2.8.1. Misión

La misión de una empresa es su razón de ser, es decir el propósito o motivo por el cual existe y por tanto da sentido y guía las actividades de la empresa. Para elaborar la misión debe basarse en las siguientes preguntas: ¿Para que existe?, ¿Para quién?, ¿Cómo lo hace?, ¿Con qué lo hace? (Rodríguez, 2018).

2.8.2. Visión

La visión es la declaración de a dónde quiere que la empresa o negocio esté dentro de cinco o más años. Debe ser estimulante, amplia, inspiradora, conocida y que promueva la pertenencia de todos los miembros de la organización o negocio (Palacios, 2012).

2.8.3. Principios

Representa la idea fundamental que sirve de base a un orden determinado de conocimientos sobre los que se apoya la empresa. Es una norma o idea fundamental que rige el pensamiento o la conducta de la institución en calidad, eficiencia, rentabilidad, servicio (Palacios, 2012).

2.8.4. Valores

Es la descripción de las cualidades con las que cuenta la organización en términos de su gente, desarrollo, investigaciones, procesos (Rodríguez, 2018).

2.8.5. Políticas

Las políticas establecen las condiciones de contorno que sirven para guiar las acciones y decisiones requeridas, permitiendo lograr los objetivos y así también permitir a otros trabajar sin los solicitar decisiones o consejos de sus superiores (Palacios, 2012).

CAPÍTULO III

3. PROCEDIMIENTOS METODOLÓGICOS

Para la presente investigación se realizó un estudio descriptivo por ser un proyecto que utilizó el método cuantitativo, ya que se midió, evaluó y recolectó información válida mediante instrumentos estadísticos, logrando obtener un dato exacto para la aplicación y recolección de datos. También se utilizó un método cualitativo, ya que se aplicó la herramienta de observación en tres lugares considerados como competencia, en los cuales se logró obtener la información necesaria para la elaboración del proyecto.

3.1. Diseño Muestral

La muestra es el subconjunto de personas que representa al total de la población, ya que es imposible estudiar a todas las personas (Baena, 2014). Por esta razón en la presente investigación para el cálculo de la muestra se utilizó un muestreo sistemático que se obtendrá mediante la fórmula de población finita que establece en su libro el autor (Suárez, 2018).

Para realizar el estudio de mercado se tomó en cuenta la información del censo nacional 2010 que se representa mediante el INEC, donde se obtuvo que un total de 398.244 personas pertenecen a la provincia de Imbabura, de los cuales 181.175 corresponden a la ciudad de Ibarra, siendo 139.721 personas de la zona urbana y 41.454 de la zona rural; por otra parte, también se obtuvo que las personas de nivel socio económico medio alto, medio y medio bajo, es de un total de 116388 personas.

3.1.1. Criterios de segmentación de mercado

Tabla 2: Segmentación de mercado

Criterios de segmentación		Segmento de Mercado
Geográfica	Provincia	Imbabura
	Cantón	Ibarra
	Zona	Urbana
Demográfica	Edad	15 - 34 años
	Genero	Masculino y Femenino
Socioeconómica	Clase	Media alta, media, media baja

La población objetivo o población meta a la cual se dirigirá la producción será a hombres y mujeres de clase media alta, media y media baja; de la zona urbana de la ciudad de Ibarra en edades comprendidas de 15 a 34 años, que según (INEC, 2010) existe en Imbabura una población total de 46219 personas entre esas edades, y un total de 38500 personas que pertenecen a la ciudad de Ibarra entre las edades de 15 a 34 años y son de clase media alta, media y media baja.

3.1.2. Esquema de muestreo

Una vez determinada la clasificación de la población a la que se enfocará el proyecto para calcular la muestra, se seleccionó el tamaño de la población, el cual es de un total de 38.500 personas, que será aplicado mediante un muestreo probabilístico sistemático, con el fin de obtener una representación de la ciudad de Ibarra que serán las que ayudarán a conocer datos validos e importantes para la aprobación del proyecto. De este modo, la estratificación se estableció acorde a la población que son más tendentes a consumir comida fuera de casa; de los cuales dentro de este grupo están las personas de edades comprendidas entre los 15 a 19 años, de 20 a 24 años, de 25 a 29 años y de 30 a 34 años, por ser personas que tienen más interés por salir a comer a fuera y pasar un momento deleitable con amigos o familia.

3.1.3. Tamaño de la muestra

El tamaño de la muestra se realizó mediante la fórmula estadística de población finita donde:

n =Tamaño de la muestra,

N =Tamaño de la población,

σ =Desviación estándar (0.5),

Z = Valor de confianza 95% (1.96) y

e =Limite de error (0.05).

La cual se representa de la siguiente forma:

$$n = \frac{N Z^2 \sigma^2}{e^2 * (N - 1) + Z^2 * \sigma^2}$$

$$n = \frac{38.500(0,5)^2 (1,96)^2}{(0,05)^2 * (38.500 - 1) + (0,5)^2 * (1,96)^2}$$

n = 380 encuestas

Una vez aplicada la fórmula estadística con los datos correspondientes se obtiene el tamaño de la muestra de 380 personas, que serán distribuidas entre las edades comprendidas, como se muestra en la (Tabla 3).

Tabla 3: Estratificación de edades

Edades	%	Hombres 49%	Mujeres 51%	TOTAL
15-19	30%	56	59	115
20-24	26%	49	51	100
25-29	23%	43	45	88
30-34	21%	38	39	77
Total	100%	186	194	380

3.2. Observación Participante

La observación participante es un procedimiento particularmente adecuado para el examen de diversas formas de conducta, esta técnica es muy útil y verídica para la recolección de información ya que se realiza en campos del entorno de la investigación, lo que ayuda a obtener la información más directa clara y confiable de lo que sucede en un mundo empresarial (Baena, 2014).

La observación participante será de gran ayuda para esta investigación, ya que mediante el contenido del libro del autor (Hernández, Fernández, & Baptista, 2014), se podrá aplicar los ítems necesarios para recolectar la información adecuada. Los ítems seleccionados se observarán en tres sitios de comida, donde se conocerá la cantidad de producción y frecuencia de consumo de comida mexicana, el valor que están dispuestos a gastar, también la cantidad de personas que consumen comida al instante y que tipo de producto es más demandado, como se muestra en el (Anexo 2). De esta forma se logrará obtener el valor de la oferta.

3.3. Periodo de referencia

El levantamiento de información, se realizó en el periodo de dos meses, abril y mayo del 2019.

3.4. Diseño de Formulario

El instrumento de medición que se utilizó para el levantamiento de información fue una encuesta, que consta de 9 preguntas. Para la elaboración del cuestionario se aplicó preguntas con el fin de lograr obtener la demanda y conocer los gustos de las personas. Una vez formulada la encuesta se pasó a la fase de validación, donde el cuestionario fue examinado por dos expertos en la materia, debido a que se realizó cambios en cuanto al orden de las preguntas, se mejoró y aumento ítems y se eliminó ciertas preguntas ya que se estaba preguntando sobre dos tipos de comida. Una vez realizadas las modificaciones del instrumento se aplicó una prueba piloto a 5 personas de la estratificación correspondiente, con base a esta experiencia se mejoró la encuesta, en cuanto a la especificación de selección de ítems, con la finalidad que las preguntas tengan un mayor entendimiento.

3.5. Procedimiento de recolección de datos

La recolección de los datos mediante la encuesta se cumplió en un periodo de dos meses, abril y mayo de 2019; en el cual se buscó lugares donde pueden transitar las personas en las edades comprendidas de 15 a 34 años para poder aplicarles la encuesta, explicando el objetivo del proyecto a realizar. Para lograr el 100% de esta actividad se visitó instituciones educativas como colegios, para aplicar las encuestas a jóvenes de edad entre 15 a 17 años y a Universidades para aplicar a los jóvenes entre edades de 18 a 25 años, también se visitó empresas públicas donde se encontraba personas de edad entre 25 a 34 años; además se aplicó algunas encuestas en lugares de comida donde se podía encontrar a la estratificación mencionada.

El encuestado tuvo toda la información e instrucciones necesarias en el inicio de la encuesta, de tal manera que podía tener toda la claridad para poder llenarla con sinceridad y confianza. Sin embargo, existieron muchos inconvenientes ya que los jóvenes no ponían seriedad en el caso; también con las personas de las empresas que por apuro no leyeron detenidamente dejando incompleto la encuesta. Los resultados obtenidos en el primer mes fueron del 50% de la muestra y del segundo mes el otro 50%.

La recolección de información mediante la observación se realizó en el periodo de 1 meses. Esta actividad se realizó en una semana por cada sitio, logrando obtener el dato de la cantidad de personas que van a consumir, si salen en familia o con amigos, el tipo de comida y cuanto están dispuestos a gastar.

3.6. Métodos de análisis de datos

Una vez recolectado y procesado todos los datos obtenidos, se realizó la tabulación en Excel, para analizar la información que fue clasificada por pregunta. Los resultados serán realizados mediante un análisis descriptivo, por distribución de frecuencias y polígonos de frecuencia; tomando en cuenta quienes, si van a consumir comida mexicana, la frecuencia de consumo, la preferencia de platos típicos.

Después de haber visitado y realizado la observación en los tres lugares seleccionados, se elaboró un diario de notas, donde se detalla el movimiento de los negocios en diferentes días y horas. Los resultados serán analizados de acuerdo a los ítems que se refiere a los precios, combos, cantidad y tipo de personas que van al sitio, tipo de productos ofertados y más consumidos.

De acuerdo a los puntos estratégicos previstos para el funcionamiento del Food Truck. La ubicación adecuada se analizará dependiendo de la preferencia de la población y de los requerimientos legales para su implementación.

A partir de los costos y gastos obtenidos, se realizará un análisis de inversión, detallando la cantidad necesaria para la creación del Food Truck y elaborando documentos contables que permitirán conocer las pérdidas o ganancias del proyecto, logrando demostrar si será factible o no.

CAPITULO IV

4. ANÁLISIS Y DISCUSIÓN

4.1. Estudio de Mercado

4.1.1. Análisis de la Encuesta

De acuerdo a la encuesta realizada, en relación a la degustación de platos típicos de comida mexicana se observa que la mayoría de los habitantes, conocen y han degustado alguna vez este tipo de productos, como se muestra en la (Figura 1); ya que en la ciudad de Ibarra existen negocios que producen y comercializan este tipo de comida.

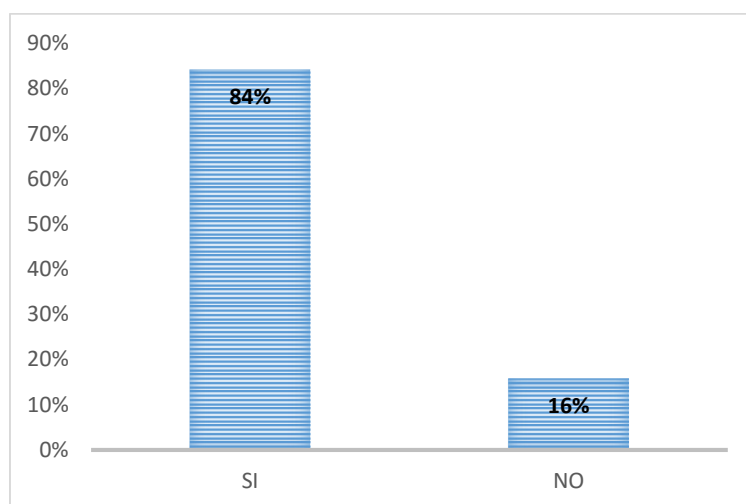


Figura 1: Degustación de comida mexicana

Referente al consumo de comida mexicana en un Food Truck se observa que un gran porcentaje de la población que representa a los habitantes de la ciudad de Ibarra, están dispuestos a consumir comida mexicana en un lugar al paso, como lo indica la (Figura 2); y en relación a la pregunta anterior se puede observar que personas que no han consumido algún plato típico mexicano, también están dispuestos a degustar de los platos ofertados. Esto refleja que existe una gran oportunidad de que el proyecto tenga una acogida en el mercado.

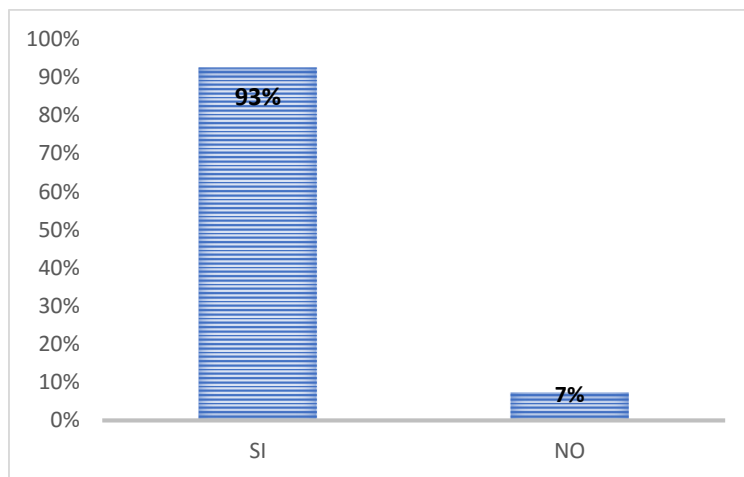


Figura 2: Consumo de comida mexicana en un Food Truck

En relación a la preferencia del consumo en el día se puede observar que los habitantes de la ciudad de Ibarra optan más por consumir comida típica mexicana al momento de la merienda o en la media tarde, como se muestra en la (Figura 3), siendo este un horario a partir de las 6 pm hasta las 11pm aproximadamente donde las personas optan por salir a comer fuera del hogar y los fines de semana según las edades comprendidas de la población meta el horario se extiende hasta horas de la madrugada.

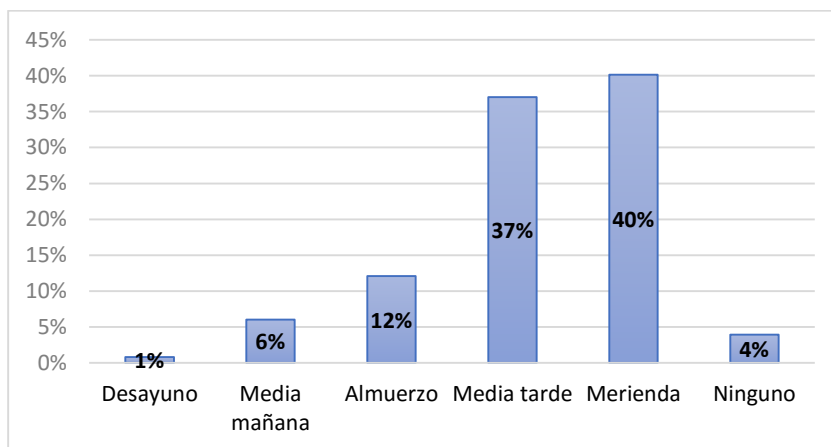


Figura 3: Preferencia de consumo en el día

En lo que concierne a la frecuencia de consumo de comida mexicana en la zona urbana de la ciudad de Ibarra se observa que las personas harían un consumo semanal, quincenal y mensual, como lo indican la (Figura 4); esto se da debido a que existen diferentes hábitos alimenticios, por lo que se puede decir que el proyecto es factible, ya que se requerirá de los productos en varios períodos a medida que transcurre el mes.

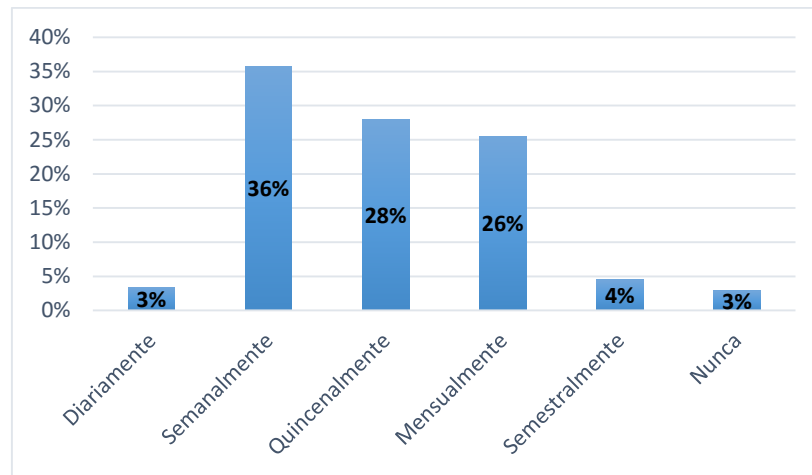


Figura 4: Frecuencia de consumo

De acuerdo a la información recolectada en relación a la preferencia de platos típicos de comida mexicana, las personas afirman que los platos que consumirían con mayor frecuencia son los tacos, burritos y nachos, lo que se respresenta mediante un promedio de 4/5 y lo otros platos típicos como son las quesadillas y enchiladas no serian consumidas muy frecuentemente, pero si son aceptables para el consumo de las personas ya que esta en un promedio de 3/5 como lo muestra la (Figura 5).

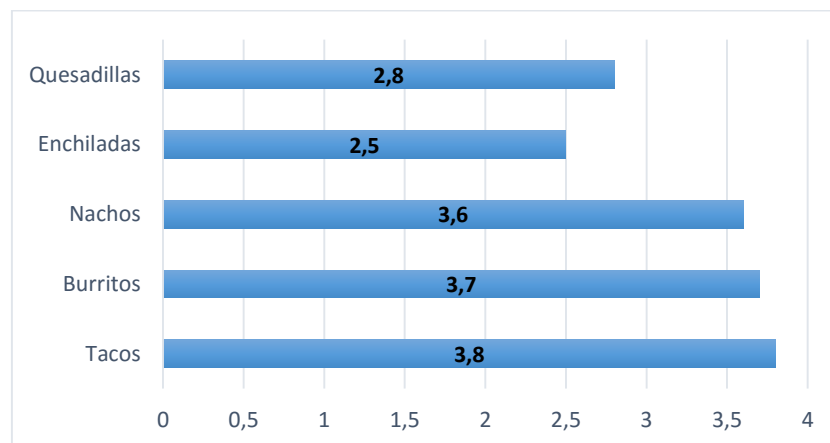


Figura 5: Preferencia de platos típicos de comida mexicana

En relación a la preferencia de bebida con la que se desearía acompañar un plato de comida mexicana, se observa que existe una igualdad de preferencias en cuanto a los dos tipos de bebidas, como se indica en la (Figura 6); por esta razon se deberá ofertar aguas frescas y bebidas frias, para poder satisfacer el consumo de los clientes.

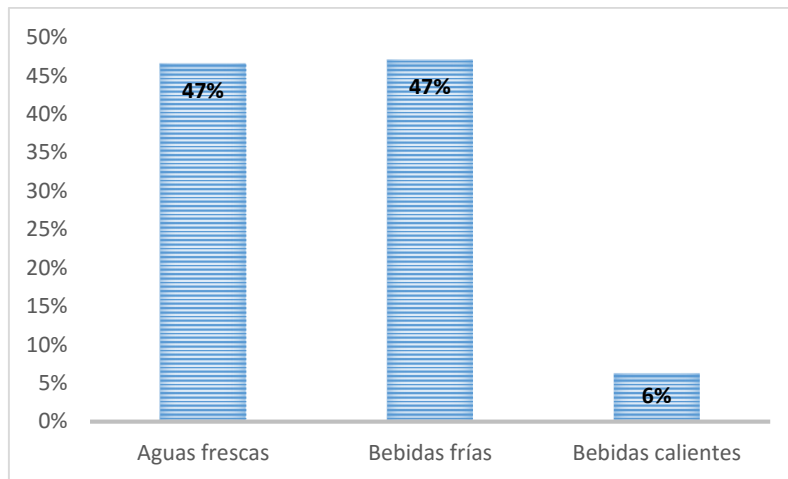


Figura 6: Preferencia de bebida

Referente a la zona de ubicación del Food Truck las personas manifiestan que los lugares más aceptables para su circulación son cerca de sitios de entretenimiento como plazas, polideportivos y bares; cerca de parques principales y en los sectores Ceibos o Yacucalle, por lo que se escogera uno de estos tres sitios para su implementación siguiendo los reglamentos y tomando en cuenta el mas conveniente. A diferencia de los otros dos sitios que se puede decir que a las personas se les hace indiferente ya que se representa en un promedio de 3/5 como se muestra en la (Figura 7).

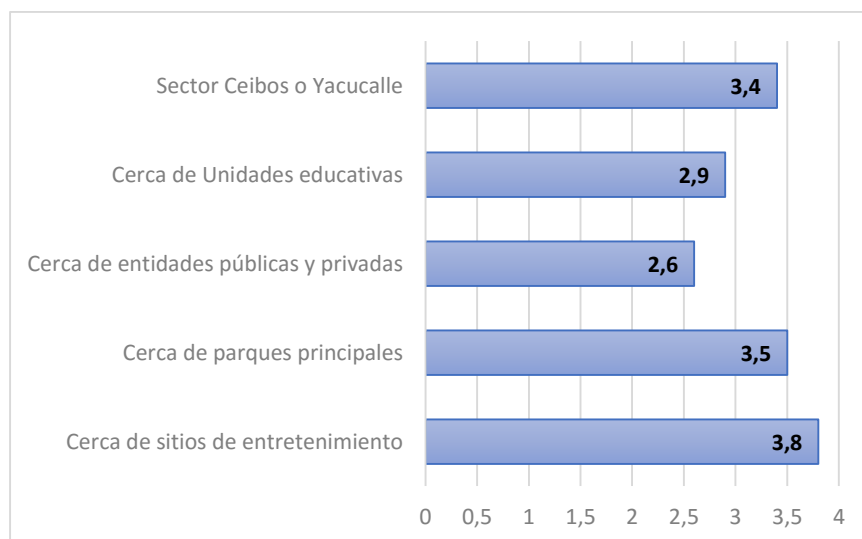


Figura 7: Zona de Ubicación del Food Truck

De acuerdo a los aspectos más importantes al momento de consumir en un Food Truck se observa que para los habitantes de zona urbana de la ciudad de Ibarra, la calidad es muy esencial para el consumo de comida, como se muestra

en la (Figura 8); cabe recalcar que la rapidez, el precio y la ubicación también son importantes ya que en su opinión estos aspectos son una atracción para el consumo en un Food Truck.

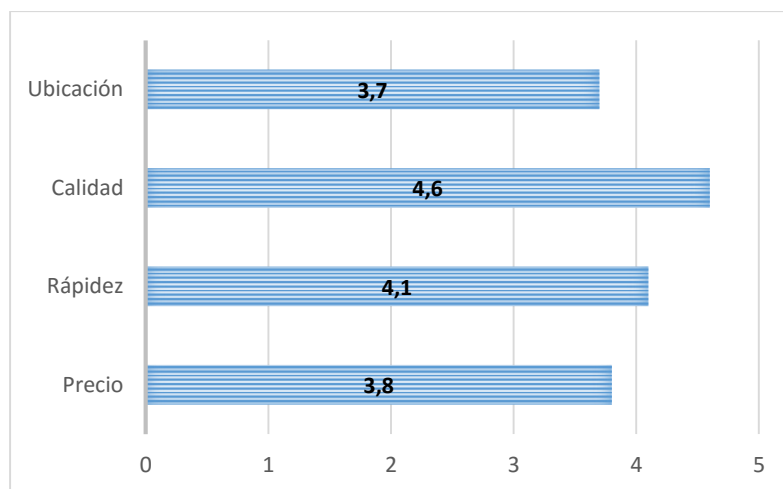


Figura 8: Aspectos importantes de consumo

En lo que concierne a los medios de comunicación para obtener información sobre el servicio, se observa que la mayor parte de la población del mercado meta prefieren mantenerse informados por medio de redes sociales, ya que es un medio de comunicación que está en tendencia y que las personas encuestadas tienen acceso. Sin embargo, existen un porcentaje de personas que prefieren informarse por los otros medios como volantes, televisión y radio por mayor facilidad o porque no manejan mucho las redes sociales, como lo muestra la (Figura 9) .

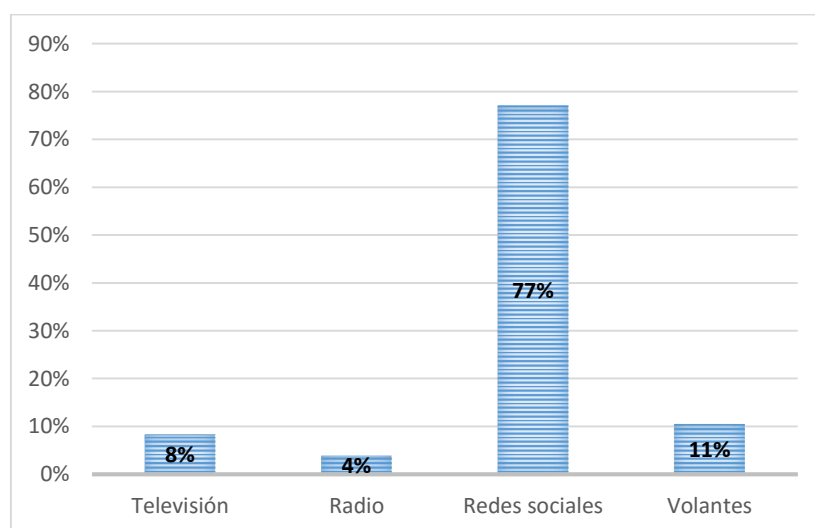


Figura 9: Medios de Comunicación

4.1.2. Análisis de la Observación

Referente a la cantidad de personas que asisten a los lugares de comida se observó que, entre semana, va poca cantidad de gente a diferencia de los fines de semana, se pudo notar que existen personas de todas las edades que consumen fuera del hogar, ya que van niños con sus padres, van señores adultos entre amigos y parejas, y así mismo van adolescentes ya sea en grupos de amigos, de familia o en parejas.

En relación a los tipos de productos se observó que en la competencia directa que vienen a ser los negocios donde venden comida mexicana, se venden más lo que son burritos, quesadillas, tacos y nachos; se pudo notar que en dos lugares como el “Mistic” y “Food Park” las bebidas compraban aparte y lo que más se vendía son las aguas frescas, a diferencia del otro lugar que es “La Carreta” la bebida viene adicional y brindan una gaseosa.

En cuanto a combos se observó que el lugar que da combos es “La Carreta” ya que da el plato más la gaseosa, y los otros dos negocios no tenían ningún combo, ya que sus productos eran individuales. A diferencia que en la Competencia indirecta que son otros locales de comida daban combos más grandes como en un local de hamburguesa que venían más papas y más gaseosa.

Referente a los precios en los tres sitios de la competencia directa se observó que existen platos entre \$2 como mínimo y \$9 como máximo. Se pudo notar que para la mayoría de personas es indiferente el costo de los productos ya que están dispuestas a pagar los precios que establecen las cartas de los locales de comida.

4.1.3. Análisis de la Demanda

Para el cálculo de la demanda actual del proyecto se considera al número de hombres y mujeres entre los 15 a 34 años que están dispuestos a adquirir el producto ofertado, de los cuales el total es del 93% que representa el 35.805 de la población que están dispuestos a consumir el producto en periodos diarios, semanales, quincenales, mensuales y semestrales, tendencia observada en las preguntas N° 2 y 4 de las encuestas aplicadas a la población seleccionada.

Tabla 4: Cálculo de la Demanda

Frecuencia	Porcentajes	N° Habitantes	Demanda Anual
Diario	3%	1074	386694
Semanal	36%	12890	618710
Quincenal	28%	10025	240610
Mensual	25%	8951	107415
Semestral	5%	1790	3581
Nunca	3%	1074	0
TOTAL	100%	35805	1357010

4.1.4. Análisis de la Oferta

Para determinar la oferta se recolectó información de la competencia directa e indirecta; es decir, de locales que venden comida mexicana y comida rápida respectivamente; esto se realizó mediante la observación directa e investigación de campo. Para efecto del cálculo de la oferta se tomó en cuenta el promedio semanal de la producción de la competencia como lo muestra la (Tabla 5).

Tabla 5: Cálculo de la Oferta

Competencia Directa	Producción promedio mensual	Competencia Indirecta	Producción promedio mensual	Ofertar comida mexicana mensual en la ciudad	Oferta comida mexicana anual en la ciudad
11	1227	46	1800	96293	1155520

4.1.5. Demanda Insatisfecha

Al ejecutar la relación entre la proyección de la demanda y oferta se determina la demanda insatisfecha, obteniendo el resultado de 201.490 atenciones de consumo de comida mexicana en la ciudad de Ibarra, como muestra la (Tabla 6); con la cual se demuestra la factibilidad para realizar el presente proyecto.

Tabla 6: Demanda Insatisfecha

AÑO	DEMANDA	OFERTA	DEMANDA INSATISFECHA
2019	1357010	1155520	201490

4.2. Estudio Técnico

4.2.1. Localización del Proyecto

4.2.1.1. Macro localización



Ilustración 1: Macro localización

Fuente: Google Maps (2019)

El presente proyecto se encontrará ubicado en la provincia de Imbabura, perteneciente al país de Ecuador que corresponde a América del Sur, el cual atraviesa la línea equinoccial, siendo este un país que está compuesto por veinticuatro provincias, ocupando un área de 283.561 km². Limita al norte con Colombia, al sur y al este con Perú, y al oeste con el Océano Pacífico.

4.2.1.2. Micro localización

La microempresa estará situada dentro de la ciudad de Ibarra, provincia de Imbabura; quien tiene el lema Ciudad Blanca a la que siempre se vuelve, por sus atractivas cualidades como el clima, cultura e historia.

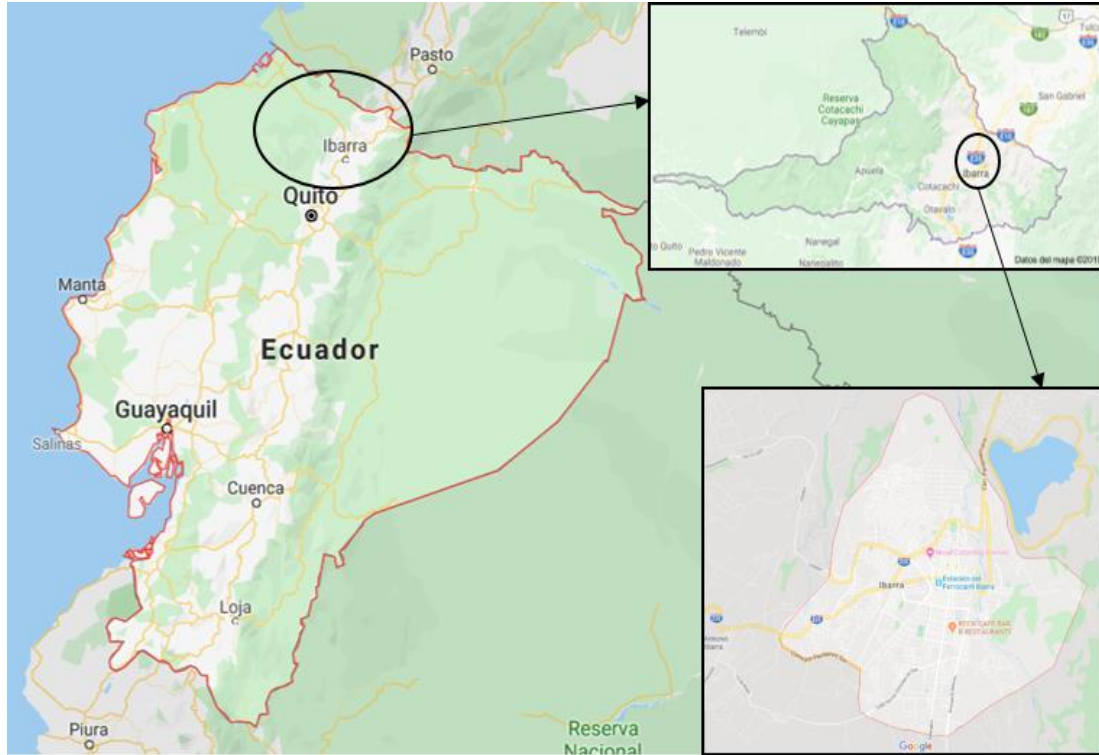


Ilustración 2: Micro localización

Fuente: Google Maps (2019)

> Alternativas de localización

Para establecer la localización óptima del proyecto se han escogido tres lugares estratégicos dentro de la ciudad de Ibarra, como lo indica la (Tabla 7). Donde se calificarán ciertos factores; considerando una escala de evaluación, siendo 5 el puntaje máximo y 1 el mínimo.

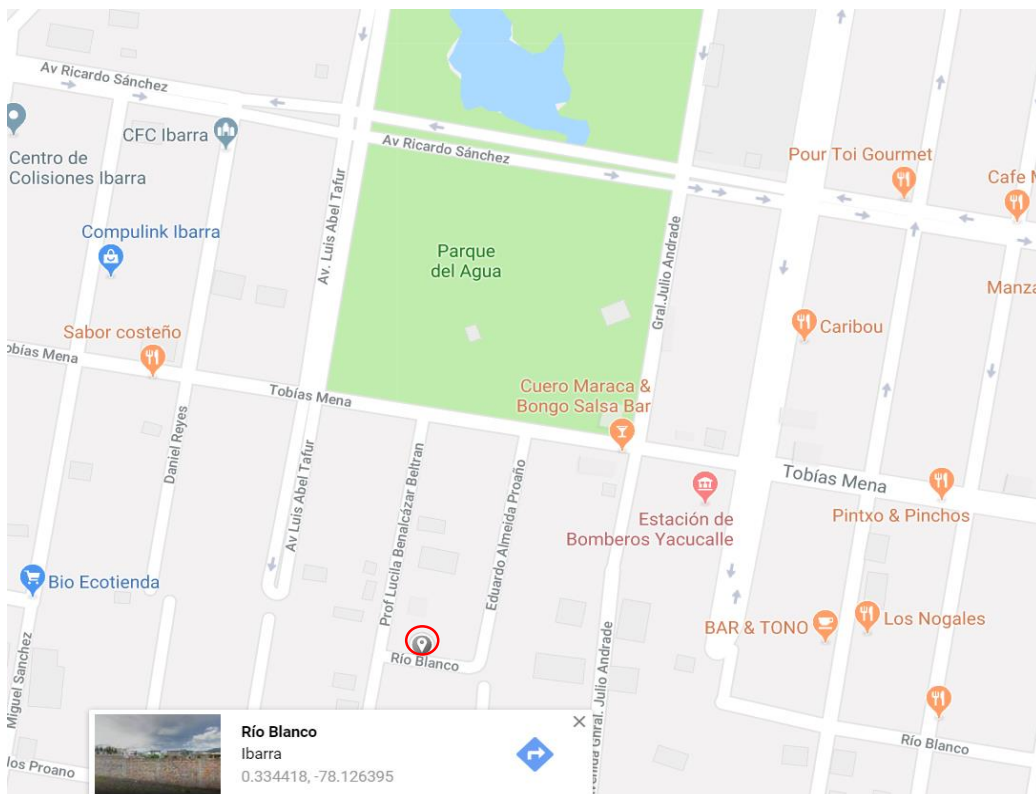
Tabla 7: Alternativas de localización

Representación	Dirección
A	Av. Camilo Ponce Enríquez y Corredor Periférico Sur
B	Río Blanco y Lucila Benalcázar
C	Río Quinindé y Hernán Gonzales de Saa

Tabla 8: Matriz de factores de micro localización

Factores	A	B	C
Ubicación	5	5	5
Espacio físico	5	5	3
Servicios básicos	3	5	3
Seguridad	4	5	4
Disponibilidad de materia prima	4	4	4
Permisos	4	5	2
TOTAL	25	29	21

Mediante los resultados obtenidos del estudio de alternativas de localización, se considera que la opción idónea para la ubicación del proyecto es en la parroquia San Francisco, en el barrio Yacucalle ya que se ha vuelto un sector comercial y tiene mucha afluencia de gente. Por lo que se situará en la calle Río Blanco entre Lucila Benalcázar y Eduardo Almeida.



Fuente: Google Maps (2019)

4.2.2. Descripción del proceso

Para entregar el producto requerido según el proceso del servicio en un Food Truck se debe seguir los siguientes pasos:

- ✓ Llegar al lugar: el cliente llega al lugar donde se encuentra el Food Truck y puede observar la carta donde indica todos los productos ofertados.
- ✓ Realizar el pedido: el cliente después de observar la carta escoge el producto deseado y hace el pedido en caja.
- ✓ Tomar la orden: el administrador toma y cobra el pedido, luego pasa al auxiliar de cocina para que lo prepare.
- ✓ Preparar el pedido: el auxiliar de cocina prepara el pedido y pasa al administrador.
- ✓ Entregar el pedido: el administrador revisa que el pedido este completo y entrega al cliente.

4.2.3. Flujograma de Procesos

Tabla 9: Simbología del Flujograma de Procesos


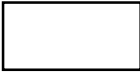

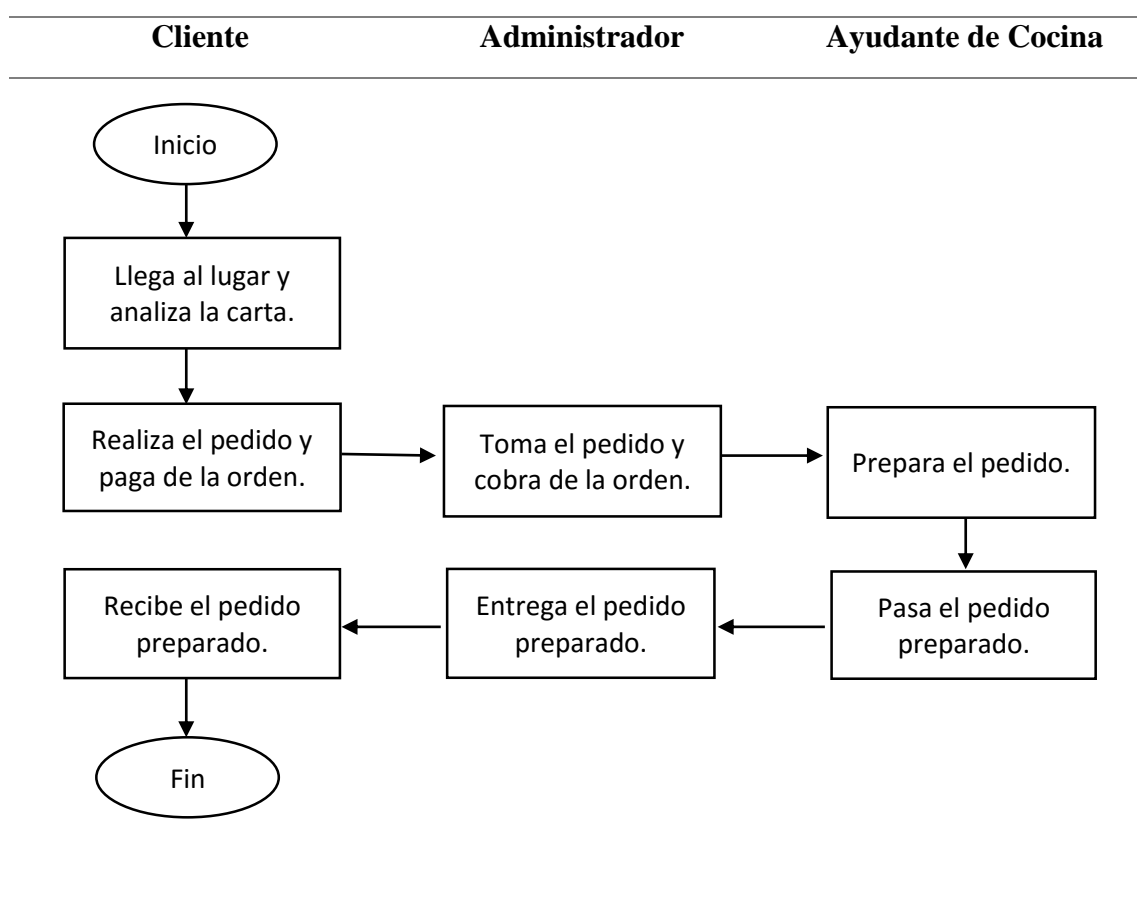
Nombre	Descripción	Simbología
Inicio/Fin	Muestra el inicio y el final de un proceso	
Proceso	Muestra la actividad o función que se va a ejecutar	
Dirección de Flujo	Muestra la conexión de dos procesos e indica la secuencia en la que se van a ejecutar	

Tabla 10: Flujograma de Procesos del servicio de Food Truck



4.3. Estudio financiero

4.3.1. Inversión Fija

Para obtener una inversión fija se detalla los siguientes activos fijos necesarios que se utilizarán para este proyecto, debido a que se realizará una inversión en equipo de cómputo y en mobiliario para adecuar el Food Truck.

Tabla 11: Inversión fija en Mobiliario

Detalle	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Carrocería de furgón	1	\$500	\$ 500,00
Cocina	1	\$200	\$ 200,00
Campanilla de olores	1	\$220	\$ 220,00
Lava platos	1	\$100	\$ 100,00
Mesón	1	\$200	\$ 200,00
Alacena	1	\$100	\$ 100,00
TOTAL		\$1.320,00	\$1.320,00

Tabla 12: Inversión fija en Equipo de Computo

DETALLE	Cantidad	V. Unitario	V. Total
Laptop Dell	1	\$ 500,00	\$ 500,00
TOTAL		\$500,00	\$500,00

Una vez detallado todas los distintos activos fijos se mostrará resumidamente el valor total de la inversión fija del proyecto con su respectiva depreciación, que se ha calculado bajo el método de línea recta y bajo parámetros legales, tomando en cuenta que su valor residual es el 10% del costo inicial, como se indica en la (Tabla 13).

Tabla 13: Resumen de Inversión Fija y Gastos Depreciación

Detalle	V. Total	Años	% Deprec.	Valor residual 10%	Total	Mensual	Anual
Mobiliario	\$1.320,00	9	10%	\$ 132,00	\$1.188,00	\$ 10	\$ 119
Equipo de computo	\$ 500,00	5	33%	\$ 50,00	\$ 450,00	\$ 12	\$ 149
Total	\$1.820,00			\$ 182,00	\$1.638,00	\$ 22	\$ 267

4.3.2. Costos de Producción

4.3.2.1. Materia Prima Directa

Para calcular el total de la materia prima directa se detallarán todos los requerimientos necesarios que serán utilizados para obtener los costos de cada uno de los productos ofertados.

Tabla 14: Materia Prima Directa para un Burrito

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor
Tortilla	u	1	\$0,19
Carne Molida	g	83	\$0,27
Frejol	g	42	\$0,07
Lechuga	g	18	\$0,04
Tomate	g	35	\$0,04
Aguacate	g	75	\$0,13
Queso	g	21	\$0,25
TOTAL			\$0,99

Tabla 15: Materia Prima Directa para un Taco

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor
Tortilla	u	1	\$0,21
Carne Molida	g	60	\$0,20
Lechuga	g	12	\$0,03
Tomate	g	35	\$0,04
Aguacate	g	75	\$0,06
Queso	g	14	\$0,11
TOTAL			\$0,65

Tabla 16: Materia Prima Directa para un Nacho

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor
Tostitos	g	100	\$0,50
Carne Molida	g	85	\$0,28
Aguacate	g	75	\$0,06
Queso	g	50	\$0,38
TOTAL			\$1,22

Tabla 17: Materia Prima Directa para una Enchilada

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor
Tortilla	u	2	\$0,38
Carne Molida	g	170	\$0,56
Aguacate	g	75	\$0,06
Queso	g	25	\$0,33
TOTAL			\$1,33

Tabla 18: Materia Prima Directa para una Quesadilla

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor
Tortilla	u	2	\$0,38
Carne Molida	g	140	\$0,46
Aguacate	g	75	\$0,06
Queso	g	25	\$0,33
TOTAL			\$1,23

Una vez detallados y calculados los costos de cada uno de los productos que se van a comercializar, se realiza el cálculo total de la materia prima directa, donde se tomara en cuenta el total de la cantidad de producción diaria que sería de 52 unidades, y que según los gustos y preferencias de la población meta, tendencia observada en la pregunta N°5 de la encuesta, se obtienen los porcentajes para la cantidad de producción de cada uno de los productos ofertados, como se muestra en la (Tabla 19).

Tabla 19: Costo de Materia Prima Directa

Productos	%	V.U. MPD	Producción Diaria	Costo Diario	Costo Mensual	Costo Anual
Burrito	23%	\$0,99	12	\$11,86	\$237,15	\$2.845,78
Taco	23%	\$0,65	12	\$ 7,76	\$155,15	\$1.861,78
Nacho	22%	\$1,22	11	\$13,40	\$268,03	\$3.216,41
Enchilada	15%	\$1,33	8	\$10,66	\$213,20	\$2.558,41
Quesadilla	17%	\$1,23	9	\$11,10	\$222,01	\$2.664,12
TOTAL	100%		52	\$54,78	\$1.095,54	\$13.146,51

4.3.2.2. Mano de Obra Directa

Se planea trabajar con un ayudante de cocina, la persona contratada trabajará medio tiempo, el cual se le asignará basándonos en el salario básico 2019, donde según cálculos se le pagará medio sueldo más beneficios de ley que será de \$233, como lo muestra la (Tabla 20).

Tabla 20: Costo de Mano de Obra Directa

Área	Cant.	Cargo	Sueldo	A.I 9.45%	A.I 11.15%	13RO	14TO	V. Mensual	V. Anual
Producción	1	Ayudante de cocina	\$ 197	\$18,62	\$ 21,97	\$16,42	\$16,42	\$ 233	\$2.798
TOTAL			\$ 197					\$ 233	\$2.798

4.3.2.3. Costos Indirectos de Fabricación

Para calcular los costos indirectos de fabricación se detalla la materia prima indirecta, los materiales indirectos y los servicios básicos que serán necesarios para la elaboración de los productos, los mismos que harán que el producto sea más apetitoso y con una acogedora presentación.

Tabla 21: Materia Prima Indirecta

Detalle	Unidad	Cantidad	Valor	Cantidad mensual	Valor mensual
Pasta de Tomate	g	44	\$ 0,19	1040	\$ 201,59
Especias	g	140	\$ 0,25	1040	\$ 260,00
Limón	u	1	\$ 0,03	1040	\$ 32,50
TOTAL					\$ 494,09

Tabla 22: Materiales Indirectos

Detalles	Unidad	Cantidad	Valor	Cantidad mensual	Valor mensual
Fundas desechables	u	1	\$ 0,02	1040	\$ 20,80
Platos desechables	u	1	\$ 0,05	1040	\$ 46,80
Cucharas desechables	u	1	\$ 0,01	1040	\$ 5,20
Vasos desechables	u	1	\$ 0,01	1040	\$ 13,00
Gas	cilindro	1	\$ 2,50	2	\$ 5,00
TOTAL					\$ 90,80

Una vez detallada la información requerida se presenta un resumen de los costos indirectos de fabricación donde muestra el valor total.

Tabla 23: Resumen Costos Indirectos de Fabricación

DETALLE	V. MENSUAL	V. ANUAL
Materia Prima Indirecta	\$ 494,09	\$ 5.929,03
Materiales Indirectos	\$ 90,80	\$ 1.089,60
TOTAL	\$ 584,89	\$ 7.018,63

4.3.3. Gastos Administrativos

Los Costos que se realizan para los Gastos administrativos corresponden al sueldo del administrador, el cual, se le establecerá un salario básico más los beneficios que la ley asigna; también se tomará en cuenta otros gastos administrativos como los servicios básicos que se utilizaran en esta área y los suministros.

Tabla 24: Sueldo Administrativo

ÁREA	Cant.	Cargo	Sueldo	A.I	A.I	13RO	14TO	V.	V.
				9.45%	11.15%			Mensual	Anual
Administrativa	1	Administrador	\$ 394	\$ 37,23	\$ 43,93	\$ 32,83	\$ 32,83	\$ 466	\$ 5.596
TOTAL			\$ 394					\$ 466	\$ 5.596

Tabla 25: Servicios

SERVICIO	V.	V. ANUAL
	MENSUAL	
Energía Eléctrica	\$ 8,00	\$ 96,00
Agua potable	\$ 6,00	\$ 72,00
Internet	\$ 12,00	\$ 144,00
Total	\$ 26,00	\$ 312,00

Tabla 26: Suministro de Aseo y Limpieza

Detalle	Cantidad	V. Unitario	T. Anual
Escoba	1	\$ 2,00	\$ 2,00
Recogedor de basura	1	\$ 1,00	\$ 1,00
Basurero	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Desinfectante de 4lt.	1	\$ 4,00	\$ 4,00
TOTAL	5	\$ 12,00	\$ 17,00

Tabla 27: Constitución de la microempresa

DETALLE	Cantidad	V. Unitario	T. Anual
Certificados salud municipal	2	\$ 10,00	\$ 20,00
TOTAL		\$ 10,00	\$ 20,00

Tabla 28: Suministros y Materiales

DETALLE	Cantidad	V. Unitario	T. Anual
Rótulo	1	\$ 50,00	\$ 50,00
Tool (acero inoxidable)	1	\$ 38,00	\$ 38,00
Pocillos de Tool	6	\$ 30,00	\$ 180,00
Ollas	2	\$ 70,00	\$ 140,00
Utensilios de cocina (pinzas, pocillos, cucharas)	1	\$ 30,00	\$ 30,00
Caja de paquetes de servilletas	1	\$ 25,00	\$ 25,00
Paquete de guantes x 100u	3	\$ 8,00	\$ 24,00
Mandil	2	\$ 5,00	\$ 10,00
Canguro	1	\$ 6,00	\$ 6,00
TOTAL	18	\$ 262,00	\$ 503,00

Una vez determinados y detallados los valores de los gastos administrativos, se presenta en la (Tabla 29) un resumen sobre el valor total mensual y el valor total anual.

Tabla 29: Resumen de Gastos Administrativos

Detalle	T. Mensual	T. Anual
Sueldos	\$ 466,36	\$ 5.596,38
Servicios	\$ 26,00	\$ 312,00
Suministros de aseo y limpieza	\$ 1,42	\$ 17,00
Constitución de la empresa	\$ 1,67	\$ 20,00
Suministros y materiales	\$ 41,92	\$ 503,00
Depreciación	\$ 22	\$ 267
Total	\$ 560	\$ 6.716

4.3.4. Gastos de Ventas

Los Gastos de ventas corresponde al costo que se utilizará en publicidad y marketing siendo el valor de \$20 mensuales como mínimo, debido a que más se utilizará las redes sociales para dar a conocer el servicio.

Tabla 30: Gastos de Ventas

Detalle	T. Mensual	T. Anual
Publicidad y Marketing	\$ 20,00	\$ 240,00
TOTAL	\$ 20,00	\$ 240,00

4.3.5. Capital de Trabajo

Para determinar el capital de trabajo se toma en cuenta todos los Costos y Gastos, el cual nos da un valor de \$2.993, considerando también un valor de 500 dólares por imprevistos que se puedan presentar.

Tabla 31: Capital de Trabajo

Detalle	Valor
MPD	\$ 1.095,54
MOD	\$ 233,18
CIF	\$ 584,89
Gastos Administrativos	\$ 559,64
Gastos de ventas	\$ 20,00
Total	\$ 2.493
Imprevistos	\$ 500
Capital de trabajo	\$ 2.993

4.3.6. Inversión Total

La inversión total que se necesita para realizar este proyecto es de \$ 4.813, como lo muestra la (Tabla 32).

Tabla 32: Inversión Total

Detalle	Valor Total
Activo Fijo	\$ 1.820
Capital de trabajo	\$ 2.993
Total	\$ 4.813

4.3.7. Financiamiento

La inversión que se necesita para el proyecto será financiada el 100% con recursos propios, por lo que se obtuvo el valor de \$4.813 en la inversión total, demostrando una cantidad asequible y no muy elevada, que podrá ser recuperada a corto plazo.

4.3.8. Balance General

Tabla 33: Balance General

LA BURRITA MEXICANA			
BALANCE GENERAL			
<u>ACTIVOS</u>		<u>PASIVOS</u>	
<i>Activos Corrientes</i>		<i>Pasivos Corrientes</i>	
Bancos	\$ 2.993		
Total Activos Corrientes	\$ 2.993	Total Pasivos Corrientes	\$ -
<i>Activos Fijos</i>			
Equipo de computo	\$ 500		
Mobiliario	\$ 1.320		
Total Activos Fijos	\$ 1.820		
		<u>PATRIMONIO</u>	
		Capital Social	\$ 4.813
Total Activos Diferidos		Total Patrimonio	\$ 4.813
Total Activos	\$ 4.813	Total Pasivo +Patrimonio	\$ 4.813

1.1.1. Estado de Resultados

El cálculo del estado de resultados, da a conocer la utilidad neta que es de \$514, como se expone en la (Tabla 35), la cual representa la ganancia que se tendrá en el mes, lo que muestra que el proyecto es factible y recuperable. Para obtener el valor de las ventas se proyectó la cantidad vendida al mes por producto, como se encuentra en la (Tabla 34) .

Tabla 34: Proyección ventas

PRODUCTOS	%	C. Vta u	P, vta 35%	Cant Vendida	Total Ventas
Burrito	23%	\$1,86	2,86	240	686,05
Taco	23%	\$1,52	2,33	240	559,90
Nacho	22%	\$2,10	3,22	220	709,36
Enchilada	15%	\$2,24	3,45	160	552,40
Quesadilla	17%	\$2,13	3,28	180	590,15
TOTAL	100%	\$1,97	\$3,03	1040	3098

Tabla 35: Estado de Resultados

LA BURRITA MEXICANA			
ESTADO DE RESULTADOS			
Cuentas	Mensual	Anual	
Ventas	\$ 3.098	\$ 37.174	
(-) Costos de producción	\$ 1.914	\$ 22.963	
(=) Utilidad Bruta	\$ 1.184	\$ 14.211	
(-) Gastos Administrativos	\$ 560	\$ 6.716	
(-) Gastos de ventas	\$ 20	\$ 240	
(=) Utilidad de operaciones	\$ 605	\$ 7.255	
(-) Gastos financieros	\$ -	\$ -	
(=) U. antes de participación a trabajadores	\$ 605	\$ 7.255	
(-) 15% Participación trabajadores	\$ 91	\$ 1.088	
(=) UTILIDAD NETA	\$ 514	\$ 6.167	

1.1.2. Flujo de caja

El flujo de caja nos permite ver la liquidez que tendrá la empresa cada mes, notándose que todos los valores son positivos por lo que se puede tomar decisiones sobre la inversión ya sea en compras en efectivo o para adquirir más mercadería.

Tabla 36: Flujo de Caja

Detalle	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Inversión	4813											
Ingresos												
Utilidad Neta	514	514	514	514	514	514	514	514	514	514	514	514
Depreciación	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22	22
Total Ingresos	536	536	536	536	536	536	536	536	536	536	536	536
Egresos												
15% Participación trabajadores	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
Total Egresos	91	91	91	91	91	91	91	84	91	91	91	91
Flujo de Caja Neto	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446	446

1.1.3. Punto de Equilibrio

Para calcular la cantidad exacta que se deberá producir para equilibrar los costos e ingresos se utilizó las siguientes formulas del punto de equilibrio: $PE_u = \text{Costos fijos} / (\text{Precio de venta unitario} - \text{Costo variable unitario})$ y $PE\$ = \text{Costos fijos} / 1 - (\text{Costo variable total} / \text{Venta total})$; obteniendo que el punto de equilibrio para no ganar ni perder debe ser de 547 unidades al mes y en valor monetario de \$561.39 mensual, como se muestra en la (Tabla 37).

Tabla 37: Punto de Equilibrio

Detalle	Burrito	Taco	Nachos	Enchilada	Quesadilla	Total PE
C. Variables	\$ 1,86	\$ 1,52	\$ 2,10	\$ 2,24	\$ 2,13	
Costos Fijos	\$ 129,67	\$ 126,26	\$ 122,85	\$ 83,31	\$ 95,55	
Ventas	\$ 686,05	\$ 559,90	\$ 709,36	\$ 552,40	\$ 590,15	
PE Dólares	\$ 130,02	\$ 126,60	\$ 123,21	\$ 85,66	\$ 95,89	\$ 561,39
Precio	\$ 2,89	\$ 2,33	\$ 3,22	\$ 3,45	\$ 3,28	
C. Vta u	\$ 1,86	\$ 1,52	\$ 2,10	\$ 2,24	\$ 2,13	
PE Cantidad	130	155	109	71	83	547

4.4. Estructura Organizacional

4.4.1. Nombre o Razón Social

LA BURRITA MEXICANA

Este nombre se asignó al emprendimiento, dado a que, el negocio se basa en la producción de comida mexicana y entre los productos ofertados está el burrito que será el plato especial por ser uno de los más consumidos por las personas.



Ilustración 3: Imagen Corporativa



Ilustración 4: Imagotipo

4.4.2. Requisitos de Funcionamiento

Debido a que el Food Truck se localizara en la Ciudad de Ibarra, los requisitos para el funcionamiento del proyecto se solicitarán al GAD Municipal de Ibarra, en el departamento de Coordinación de Comisaria Municipal, ya que por ser un sitio de comida al paso se necesita lo siguiente:

- ✓ Certificados de salud municipal del propietario y empleados.

4.4.3. Misión

“La burrita mexicana es un emprendimiento dedicado a la producción y comercialización de comida mexicana que brinda un excelente servicio y una variedad de platillos de calidad y eficacia con el fin de satisfacer el paladar del consumidor y generar economía”.

4.4.4. Visión

“La burrita mexicana en el año 2024 contará con una proyección de expansión para ser un restaurante de prestigio y reconocido por su exquisito sabor, convirtiéndose en líder del servicio de restaurantes de la ciudad de Ibarra”.

4.4.5. Políticas

- ✓ Llevar un cuidadoso proceso de higiene en todos los equipos de trabajo y alimentos.
- ✓ Alcanzar un servicio rápido y eficiente, siguiendo el proceso y manteniendo un buen comportamiento con el cliente.
- ✓ Proporcionar al cliente un producto sano de excelente sabor y nutritivo.
- ✓ Atender al cliente siempre con amabilidad, dándole un trato justo y esmerado.
- ✓ Los integrantes de la microempresa deben mantener un comportamiento ético e íntegro.

4.4.6. Principios

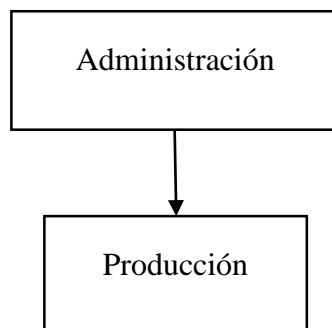
- ✓ Calidad. - Ofrecer el producto con materia prima de primera y cumpliendo con las normas sanitarias.
- ✓ Efectividad. – Seguir el proceso establecido y cumplir con las responsabilidades planteadas.
- ✓ Eficacia. – Entregar el producto de calidad en el tiempo previsto.
- ✓ Excelencia. - Ofrecer un servicio amable, demostrando paciencia y adaptación a los gustos del cliente.

- ✓ Mejora continua. - Mantenerse en constante progreso en cuanto a procesos, materiales y atención al cliente.
- ✓ Ética profesional. – El personal debe ser justo con los clientes y elaborar correctamente sus actividades.

4.4.7. Valores

- ✓ Responsabilidad. – Cumplir a cabalidad con todas las actividades asignadas.
- ✓ Respeto. – Tener la capacidad de aceptación al resto de personas.
- ✓ Solidaridad. – Apoyarse incondicionalmente en todo momento, sean estos buenos o malos.
- ✓ Tolerancia. - Aceptar las opiniones y comportamientos diferentes para lograr un ambiente laboral saludable.
- ✓ Puntualidad. - Cumplir con los horarios establecidos de entrada y salida, como también de cualquier actividad que se organice la empresa.
- ✓ Honestidad. – Hablar con la verdad y actuar con sinceridad en lo que se hace, en lo que se piensa y en lo que se dice.

4.4.8. Estructura Orgánica



4.4.9. Manual de Funciones

Tabla 38: Manual de Funciones del Administrador

Unidad Administrativa:	Administración
Cargo:	Administrador
RMU:	\$466
NATURALEZA DEL PUESTO	
En este puesto se encarga de administrar, controlar y dirigir de manera eficaz y eficiente todos los recursos del Food Truck "La Burrita Mexicana", con el fin de cumplir los objetivos propuestos.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Representar legalmente a la empresa ✓ Administrar correctamente todos los recursos de la empresa ✓ Verificar que se cumplan los procesos de producción ✓ Controlar el abastecimiento y la calidad de la materia prima ✓ Proponer planes y estrategias para el posicionamiento ✓ Ofrecen la mejor atención al cliente ✓ Tomar decisiones para el progreso de la empresa ✓ Controlar que se cumplan las políticas de la empresa ✓ Custodiar la economía de la empresa 	
PERFIL PROFESIONAL	
Formación	Título de tercer nivel
Especialidad	Administración o carreras afines
Idiomas	Inglés básico
Edad	entre los 25 a 35 años
COMPETENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Toma de decisiones ✓ Conocimientos de atención al cliente ✓ Liderazgo ✓ Autocontrol ✓ Innovación 	

Tabla 39: Manual de Funciones del Operario

Unidad Administrativa:	Producción
Cargo:	Operario
RMU:	\$223 (1/2 tiempo)
NATURALEZA DEL PUESTO	
En este puesto se encarga de la manipulación y transformación de la materia prima en el producto terminado, con el fin de satisfacer al consumidor.	
FUNCIONES	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Regirse y cumplir con las normas de higiene ✓ Controlar y ordenar la materia prima ✓ Cumplir con un proceso de producción ✓ Mantener organizado el tiempo para entregar el pedido ✓ Realizar el mantenimiento básico de la maquinaria ✓ Presentación y elaboración de los productos ofertados ✓ Utilizar adecuadamente el set de cocina (mandil, gorro, guantes) ✓ Cumplir con las políticas de la empresa ✓ Mantener el lugar limpio y en orden 	
PERFIL PROFESIONAL	
Formación	Título de tercer nivel
Especialidad	Gastronomía, nutrición o carreras afines
Idiomas	Inglés básico
Edad	mayor a 25 años
COMPETENCIA	
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Conocimientos técnicos de gastronomía ✓ Dominio de la cocina ✓ Disciplina y compromiso en el trabajo ✓ Mantener actitud positiva ✓ Innovación 	

CONCLUSIONES

Respecto al diagnóstico situacional se pudo identificar y analizar los aspectos internos y externos, los que ayudaron a establecer aliados, oponentes, oportunidades y riesgos para la creación de la microempresa, logrando determinar que en la ciudad de Ibarra existe una gran oportunidad para la implementación de este proyecto ya que se puede cumplir con los requisitos necesarios.

Referente al marco teórico, se logró realizar una investigación bibliográfica, la cual fue analizada e interpretada conceptualmente, con el fin de esclarecer todos los conceptos de los temas que se desarrollaron en el proyecto y lograr así obtener mejores resultados.

La población objetivo es de 38.500, quienes fueron las personas entre edades comprendidas de 15 a 34 años que pertenecen a la zona urbana de la ciudad de Ibarra, población que orientó mediante la encuesta y la observación, a determinar los gustos y preferencias en cuanto a los platos típicos de comida mexicana, ya que es de gran importancia para la producción del servicio.

De los resultados obtenidos con las herramientas de investigación se logró calcular la demanda anual que fue de 1.357.010 y una oferta anual de 1.155.520, dando como resultado una demanda insatisfecha de 201.490, dado que es una cantidad que se puede abastecer con la creación de la microempresa.

Respecto al estudio técnico se pudo establecer el flujograma de procesos y la localización óptima para el funcionamiento de la microempresa, la cual será en la parroquia San Francisco de la ciudad de Ibarra, exactamente en la calle Río Blanco entre Eduardo Almeida y Lucila Benalcázar.

El estudio financiero permitió determinar los ingresos, costos y gastos del proyecto, logrando así conocer la inversión que se requerirá para la creación de la microempresa, y mediante los estados financieros conocer las ganancias que se obtendrán en el año.

La estructura organizacional se ha definido para mantener un orden jerárquico y tener las responsabilidades claramente definidas, logrando así llevar una buena administración y cumplir con las metas propuestas; por lo que se creará la microempresa con su misión, visión, políticas, principios, valores y organigrama.

REFERENCIAS

- Aurora, R., Toalombo, E., & Rocafuerte, H. C. (2016). Una mirada a la globalización: pymes ecuatorianas.
- Baca, G. (2016). *Evaluación de Proyectos* (Octava). McGraw-Hill.
- Baena, G. (2014). *Metodología de la Investigación*. ProQuest Ebook Central. Retrieved from [https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3228423&query=metodologia de la investigacion](https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3228423&query=metodologia%20de%20la%20investigacion)
- Banco de proyectos. (2014). Food Truck. Retrieved from <http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/es/guia/food-truck>
- Berezi. (2015). 5 usos novedosos que le puedes dar a un food truck en tu boda - Berezi Moments. Retrieved from <http://berezimoments.com/5-usos-novedosos-que-le-puedes-dar-a-un-food-truck-en-tu-boda/>
- Bustos, C. (2005). *La calidad en la microempresa merideña y su impacto en el ambiente*. (R. A. C. Faces, Ed.). ProQuest Ebook Central Reader. Retrieved from https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3161878&query=MICROEMPRESA#goto_toc
- Celaya, J. (2000). La empresa. Retrieved from [https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1NK1FPVV5-2DJTVN2-1FS0/La empresa web.pdf](https://cmapspublic3.ihmc.us/rid=1NK1FPVV5-2DJTVN2-1FS0/La_empresa_web.pdf)
- Chávez, O., Humberto, O., & Díaz, F. (2013). Consumo de comida rápida y obesidad , el poder de la buena alimentación en la salud Fast Food Intake The Power of Good Food. Retrieved from <https://www.redalyc.org/pdf/4981/498150315010.pdf>
- Córdoba, M. (2011). *Formulación y evaluación de proyectos*. Ecoe Ediciones. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3197583&query=formulaci3n+y+evaluaci3n+de+proyectos>
- Cuevas, M. (2018). Política Nacional para el Desarrollo de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas. *Ministerio de Economía*, 59. Retrieved from http://www.segeplan.gob.gt/downloads/clearinghouse/politicas_publicas/Pmipyme.pdf

- Curiel, J., Sánchez, V., & Antonovica, A. (2014). *Turismo gastronómico y enológico*. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3229574&query=importancia+de+la+gastronomia>
- Decofila. (2015). FOOD TRUCKS: DISEÑO SOBRE RUEDAS. Retrieved from <https://decofilia.com/blog/food-trucks-diseno-sobre-ruedas/>
- FCAS. (2008). *La gastronomía prehispánica en México- tradiciones heredadas*. FCAS-Fundación Cultural Armella Spitalier. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3181135&query=gastronomia+mexicana>
- Fernández, G., Mayagoitia, V., & Quintero, A. (2010). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión*. Instituto Politécnico Nacional. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3187211&query=formulación+y+evaluación+de+proyectos>
- Flórez, J. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME (tercera)*. Ecoe Ediciones. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4422269&query=proyectos+de+inversion>
- Forbes. (2014). Food Trucks, tendencia culinaria sobre ruedas. Retrieved from <https://www.forbes.com.mx/food-trucks-tendencia-culinaria-sobre-ruedas/>
- GAD-I. (2003). PLAN DE DESARROLLO Y ORDENAMIENTO TERRITORIAL DEL CANTÓN IBARRA.
- GAD-I. (2018). Socialización de nueva ordenanza de uso de suelo. Retrieved from <https://www.ibarra.gob.ec/web/index.php/component/tags/tag/uso-de-suelo>
- García, D. (2011). Una etnografía económica de los tacos callejeros en México . El caso de Monterrey An economic ethnography of Mexico ' s taco. *Estudios Sociales (Hermosillo, Son.)*, 19(37), 31–63. <https://doi.org/0188-4557>
- Google Maps. (n.d.). Provincia de Imbabura.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la investigación*. *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53).

<https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>

- INEC. (2010). Fascículo provincial imbabura. Retrieved from <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/imbabura.pdf>
- INEC. (2011). Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE 2011, (9), 1–4. Retrieved from http://www.ecuadorencifras.gob.ec//documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- Isique, J. (2016). *Proyectos agropecuarios*. MACRO EIRL.
- Lira, P. (2013). *Evaluación de proyectos de inversión: herramientas financieras para analizar la creación de valor*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4184879&query=Flujo+de+caja>
- Loporta, R. (2016). *Costos y gestión empresarial: incluye costos con ERP*. Ecoe Ediciones. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4870523&query=volumen+costo+utilidad>
- Mendoza, C. (2016). *Contabilidad financiera para contaduría y administración*. ProQuest Ebook Central. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=4722180&query=activos+fijos>
- Mesa, M. (2012). *Fundamentos de marketing*. Ecoe Ediciones. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3197377&query=mercado+metahttps://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3197377&query=mercado+meta>
- Meyer, R. L. (2005). MICROEMPRESAS Y.
- Morales, P., Smeke, J., & Huerta, L. (2018). *Costos gerenciales*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=5635966&query=definici%25C3%25B3n%2Bde%2Bmateria%2Bprima>

- Moreno, M. (2009). *Estados financieros*. El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3182482&query=balance+general>
- Ortiz, A., Izquierdo, H., & Rodríguez, C. (2013). Gestión Ambiental en Pymes Industriales. *Interciencia*, 38(3), 179–185. Retrieved from <http://www.redalyc.org/pdf/339/33926977006.pdf>
- Palacios, L. (2012). *Estrategias de creación empresarial*. Ecoe Ediciones. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3197086&query=palacios+luis>
- Pardo, J. (2012). *Configuración y usos de un mapa de procesos*. AENOR - Asociación Española de Normalización y Certificación. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3214182&query=flujograma%2Bde%2Bprocesos>
- Pastrana, A. (2012). *Contabilidad de costos*. El Cid Editor | apuntes. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3201850&query=contabilidad+de+costos>
- Perfil. (2016). El negocio de los food trucks: llegan a facturar hasta 70 mil pesos por día. Retrieved from <https://www.perfil.com/noticias/sociedad/el-negocio-de-los-food-trucks-llegan-a-facturar-hasta-70-mil-pesos-por-dia.phtml>
- Ramírez, E., & Tunal, G. (2016). El trabajo informal de los vagoneros en el Metro de la Ciudad de México. *Revista Pensamiento*, 9(16), 78–109. Retrieved from <http://coruniamericana.edu.co/publicaciones/ojs/index.php/pensamientoamericano/article/view/340>
- Ríos, M. (2014). Análisis De La Preparación Tecnológica En Las Pymes. *REVISTA INTERNACIONAL ADMINISTRACION & FINANZ*, 7, 1–20. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=2499675>
- Rodríguez, F. (2018). *Formulación y evaluación de proyectos de inversión: una propuesta metodológica*. Instituto Mexicano de Contadores Públicos. Retrieved from <https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=5635971&query=>

ery=formulación+y+evaluación+de+proyectos

Rumbo, C., Athzel, E., & Arias, C. (2009). Naturaleza jurídica de las PyMES ., 1–28.

Retrieved from

http://acacia.org.mx/busqueda/pdf/01_PF281_Naturaleza_Jur__dica_de_PyMEs.pdf

Sastre, F., & Navarro, A. (2009). *¿Qué entendemos por cultura?* ProQuest Ebook

Central Reader. Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/detail.action?docID=3181432&query=Qué+entendemos+por+cultura>

Suárez, M. (2018). *Interaprendizaje de Estadística Básica* (segunda).

Szlaifsztein, G. (2009). *Hipótesis y teoría de la organización*. El Cid Editor | apuntes.

Retrieved from

<https://ebookcentral.proquest.com/lib/utnortesp/reader.action?docID=3181571&query=Estructura+organizacional>

USFQ. (2016). Tendencia culinaria: Food Trucks en Ecuador. Retrieved from

<http://aulamagna.usfq.edu.ec/?p=3739>

ANEXOS

Anexo 1: Encuesta aplicada a la población meta

UNIVERSIDAD TÉCNICA DEL NORTE
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y ECONÓMICAS
ENCUESTA

Saludos cordiales, soy estudiante de la Universidad Técnica del Norte, estoy realizando una investigación con el objetivo de determinar el consumo de comida mexicana mediante un Food Truck.

Instrucciones: A continuación, se presenta una serie de interrogantes, de acuerdo a su criterio marque con una (X) la alternativa que usted considere conveniente y se adecue a su realidad personal. La información que nos brinde es confidencial, por lo que puede responder con toda sinceridad y confianza.

CUESTIONARIO

1. ¿Ha degustado algún plato típico de comida mexicana?

SI		NO	
----	--	----	--

2. ¿Le gustaría consumir comida mexicana mediante un Food Truck (carro de comida)?

SI		NO	
----	--	----	--

3. ¿A qué momento del día preferiría consumir comida mexicana en un Food Truck? (Marque 1 opción)

Desayuno	Media mañana	Almuerzo	Media tarde	Merienda	Ninguno

4. ¿Con que frecuencia consumiría comida típica mexicana en un Food Truck? (Marque 1 opción)

Diariamente	Semanalmente	Quincenalmente	Mensualmente	Semestralmente	Nunca

5. Según sus preferencias, ¿Qué comida típica mexicana consumiría con mayor frecuencia? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es igual a menor consumo y 5 a mayor consumo.

Tipos de Comida	1	2	3	4	5
Tacos					
Burritos					
Nachos					
Enchiladas					
Quesadillas					

6. ¿Con que bebida le gustaría acompañar su comida mexicana? (Marque 1 opción)

Aguas frescas (Jamaica, Tamarindo, limón)

Bebidas frías (Gaseosas, té)

Bebidas calientes (café, té, chocolate)

7. Si se implementara un Food Truck de comida mexicana. ¿En qué zona preferiría que se ubique? Califique en una escala del 1 al 5, donde 1 es su menor preferencia y 5 su mayor preferencia.

ZONAS	1	2	3	4	5
Cerca de sitios de entretenimiento (parques, plazas, bares)					
Cerca de parques principales					
Cerca de entidades públicas y privadas					
Cerca de unidades educativas					
Sector Ceibos o Yacucalle					

8. Mencione que aspectos considera importante al momento de consumir comida en un Food Truck. Califique en una escala del 1 al 5, tomando en cuenta que 1 es poco importante y 5 muy importante.

ASPECTOS	1	2	3	4	5
Precio					
Rapidez					
Calidad					
Ubicación					

9. ¿Mediante qué medio de comunicación le gustaría obtener información sobre este servicio? (Marque 1 opción)

Televisión	Radio	Redes Sociales	Volantes

DATOS INFORMATIVOS:

Género:

Edad:

Hombre	
Mujer	

15 – 19	
20 – 24	
25 – 29	
30 – 34	

GRACIAS POR SU TIEMPO

Anexo 2: Guía de Observación

ÍTEM	COMPETENCIA
Cantidad y tipo de personas	Bolivar Food Park
Tipos de productos consumidos	Mistic
Combos	La Carreta
Precios	

Anexo 3: Diario de notas de observación en Bolívar Food Park

HORA	DESCRIPCIÓN
18:00	<p>Llegué y fui a comprar unas quesadillas en el puestito de comida mexicana. En ese momento estaban 15 mesas ocupadas, en la tienda de cafetería se encontraba un grupo de 6 personas adultas entre edades de 50 a 54 años. En la mesa de un lado estaban 3 amigas igual entre las mismas edades tomando café con humita y conversando.</p> <p>En una mesa del centro se encuentra una pareja entre los 30 a 34 años con un bebe y 1 chica de 30 a 34 años con su hijo de 5 a 9 años. Están consumiendo 1 shawarma+papas, tacos mexicanos de 3u, y una michelada.</p> <p>En la barra de la isla se encuentran 3 amigos entre edades de 30 34 años, conversando mientras están tomando 3 cervezas pilsener y 1 coctel de fresa.</p> <p>En una mesa de la entrada están 3 amigas de 15 a 19 años consumiendo 1 frappe de chocolate, 1 waffle y 1 crepe de dulce.</p> <p>En otra mesa se encuentran un grupo de 8 amigos, de edades entre 25 a 29 años. Están tomando cocteles y cerveza. Después de unos 40 min llegaron cinco amigos más, 2 hombres entre 30 a 34 años y 2 chicas entre 25 a 29 años y una de 20 a 24 años.</p> <p>En otra mesa está una pareja de 25 a 29 años, se encuentran comiendo 1 tablita de \$10 (contiene papas + carne y chorizo + ensalada y salsas).</p> <p>En otra mesa esta una familia de una pareja de 30 a 34 años con su hija de 5 a 9 años. Ellos están comiendo pizza mediana con 1 gaseosa de 1lt.</p> <p>En otra mesa están dos parejas entre edades de 30 a 34 años, se encuentran conversando. Luego compraron 2 aguas dasani y dos cervezas pilsener.</p> <p>En otra mesa cerca de la entrada se encuentra una señora entre los 35 a 39 años con su hija de 20 a 24 años. Están comiendo 1 frappe de chocolate cada una .</p> <p>En una mesa del centro está una familia de 1 pareja entre 35 a 39 años con sus dos hijas, una de 20 a 24 años y una recién nacida. Pidieron un combo de alitas (contiene alitas+papas+té frío).</p> <p>En la mesa de alado mío se encontraban tres señores, un señor y dos señoras de edades entre 40 a 44 años. Pidieron un combo de aitas y agua dasani de 1lt.</p> <p>Salieron de una mesa de atrás dos señores entre los 30 a 34 años con su hija de 10 a 14 años. Y atrasito de ellos, fue saliendo otra pareja de 25 a 29 años</p> <p>En otra mesa se encuentra una pareja entre 25 a 29 años. El chico pidió hamburguesa + papas + cola y la chica pidió un batido de guanábana y crepe de sal de \$4,50 (contiene papas con pollo en salsa de champiñones y ensalada).</p>

	Llegó un grupo de 6 personas, al parecer son pareja tienen edad entre los 50 a 54 años y se dirigieron al puesto de cafetería.
19:00	<p>Llegó una familia de 4 personas, una señora de 45 a 49 años, pareja de esposos de 25 a 29 años con su hija de 1 año. Compraron 3 aguas frescas, 1 de Jamaica y 2 de Tamarindo, el chico fue a coger el pedido y llevaba 2 platos de flautas mexicanas y 1 plato de tacos de 3 unidades.</p> <p>Salieron de una mesa del fondo 4 jóvenes amigos, 3 hombres, 1 entre edad de 20 a 24 y 2 entre 15 a 19 años; y 1 mujer igual entre los 15 y 19 años.</p> <p>Llegó una pareja entre los 25 a 29 años y pidieron 1 shawarma con papas fritas, 1 frappe de chocolate y 1 combo de alitas + agua.</p> <p>En una mesa de la esquina del lugar se encuentra 1 familia: 1 pareja entre 55 a 59 años, consumiendo 2 tablititas que tenían papas fritas+ carne y pollo asado, 1 señora entre 35 a 39 años con sus 4 hijas entre 10 a 14 años comiendo hamburguesa+ papas y combo de alitas, cada quien tiene su bebida personal 4 jugos de coco, 1 de naranja y 2 de mora. Luego el señor pidió 2 milshake de fresa y 1 jarra de limonada.</p> <p>Diagonal se encuentra una pareja de edad entre 30 a 34 años, la chica tiene en sus brazos a una niña recién nacida. Ellos estaban comiendo una pizza pequeña de jamón.</p> <p>Entró una familia: 1 pareja entre 30 y 35 años con 1 hijo de 10 a 14 años y 1 señor de 50 a 54 años. Pidieron un combo 4 de alitas que tenía un valor de \$10,99.</p> <p>Luego llegan 6 chicas, al parecer son amigas 2 entre 30 y 34 años, 2 entre los 25 a 29 años y 2 entre los 20 a 24 años. Se sentaron en una mesa esquinera y se pusieron a conversar hasta decidir que pedir. Tres de ellas pidieron el combo de papas fritas + pollo salteado, 1 pidió sushi y 2 pidieron maizitos (clásico de \$2,5 y bandeja \$2,75).</p> <p>Entró una pareja de edad entre 30 a 34 con su hijo de 10 a 14 años. Pidieron 2 cervezas club, 1 pizza pequeña de peperoni + 1 cocacola personal, 1 plato de papas mixtas de \$8,00 (papas fritas+chorizo+carne+queso+ensalada). Después de una media hora les pasaron un sandwich+papas fritas, 1 sushi y 1 frappe de chocolate.</p> <p>En una mesa del centro se encuentra una pareja de 35 a 39 años, con sus 3 hijos, 1 de 15 a 19 años y 2 niñas entre 5 a 9 años. Están consumiendo comida mexicana, quesadillas, tacos, nachos y 2 aguas frescas de horchata.</p> <p>Entró 2 amigas entre 20 a 24 años y pidieron una tablita para las dos (contiene papas fritas carne y chorizo asado).</p> <p>Salieron de una mesa del fondo 3 señores 2 hombres y 1 mujer de edad entre 40 a 44 años con 1 chico de 25 a 29 años y 1 una niña de 10 a 14 años.</p> <p>En una mesa cerca de la isla se encuentran 2 amigas entre los 30 a 34 años. Están consumiendo 2 cocteles y 1 pipa árabe.</p> <p>Entró una pareja entre 15 a 19 años y pidieron un combo de alitas y 1 plato de sushi.</p> <p>En una mesa por la mitad se encuentra, una pareja de 30 a 34 años conversando. Pidieron comida mexicana, el chico está comiendo 1 plato de quesadillas con 1 agua fresca de Jamaica y la chica 1 plato de tacos con 1 agua fresca de tamarindo.</p>
20:00	El lugar se encuentra lleno, en una mesa se encuentra una pareja de 20 a 24 años de edad, están consumiendo 1 taco de 3u con 1 batido de chocolate de \$2,00 y 1 jugo de fruta (mora) de \$1,50.

En otra mesa se encuentran dos parejas de edades entre 25 a 29 años, las chicas tienen cargados a sus hijos que apenas tienen meses. Los chicos pidieron dos combos 2 de alitas (contiene papas fritas+alitas+gaseosa). Luego 1 chico compro 4 cocteles y 1 jugo de fresa de \$1,50.

Entró una pareja de 20 a 24 años y pidieron un combo 2 de alitas para llevar.

En una mesa están sentados tres señores de edad entre 30 a 34 años. Se encuentran consumiendo 3 cocteles y 2 cervezas club. Luego de una media hora se pidieron 3 maizitos clásicos.

Llegaron 4 amigos, 2 chicos y 2 chicas entre 30 a 34. Compraron 2 cervezas club. Luego de 15 minutos pidieron una hamburguesa+papas +cola y un combo 1 de alitas.

En otra mesa está una pareja de 25 a 29 años, esperando su pedido. Pidieron 1 taco con papas. 1 taco 3u, nachos y dos micheladas.

En frente se encuentra una pareja de 25 a 29 años que compraron 1 jugo de naranja y dos combo 1 de alitas de \$3,50 (contiene alitas papas fritas).

Entró una pareja de 40 a 44 años con dos hijos de 5 a 9 años. Pidieron una hamburguesa+papas+ cola y unas alitas combo 2 (alitas+papas+cola).

En las sillas de la barra de la isla se encuentran tres señores de edad entre 40 a 44 años. Se pidieron 1 coctel para cada uno y están conversando.

Acaban de salir tres chicos de edad entre 15 a 19 años.

Entró una señora de 40 a 44 años con 1 pareja de 15 a 19 años. Se pidieron un frappe de chocolate, una hamburguesa + papas + cola y unas alitas combo 2 (alitas+papas+cola).

En otra mesa están dos amigos conversando y tomando 2 cervezas corona.

Diagonal se encuentran cuatro señores entre 40 a 44 años. Compraron 1 coctel para cada uno.

Entraron 6 amigos de edades entre 15 a 19 años y se dirigieron para la parte de atrás del lugar. Pidieron una pizza familiar de \$12 y una gaseosa de 1 lt. Después de unos 20 minutos llegaron cinco amigos más de la misma edad y fueron directo a donde ellos.

En otra mesa se encuentran dos parejas entre los 25 a 29 años. Están consumiendo dos cervezas pilsener mientras conversan. Después compraron un combo 1 de alitas (alitas+papas).

Entró una familia de dos señores entre 45 a 49 años con su hija de 20 a 24 años. Ellos pidieron 1/2 Jarra de vino hervido de \$6.

En una mesa del fondo se encuentra una pareja de 30 a 34 años. Están consumiendo un combo de alitas de (alitas papas). Luego compraron 3 cervezas corona.

Están saliendo de un lugar de atrás un grupo de siete amigos de edad entre los 15 a 19 años.

Llegaron seis amigos, cuatro chicos de 15 a 19 años y dos chicos entre los 20 a 24 años. Se sentaron a lado de mi mesa y cuatro de ellos están consumiendo hamburguesa + papas + cola, un chico pidió un combo 2 de alitas (contiene alitas+papas+cola), y otro chico una tablita que contiene papas con carne y chuleta azada.

Entraron cuatro amigos entre edad de 15 a 19 años y solo dieron una vuelta porque al instante salieron.

	<p>En una mesa del centro están cinco amigas entre 40 a 44 años con 1 niño de 5 a 9 años. Ellas pidieron 6 cervezas pilsener y 1 plato de hamburguesa + papas + cola para el niño.</p> <p>En una mesa cerca a la entrada se encuentran dos chicas de 15 a 19 años conversando y comiendo tacos de 3u y 1 fuztea. Después llegaron tres chicos de la misma edad y saludaron con ellas.</p> <p>Entraron 5 amigos, son hombres entre edades de 15 a 19 años y se dirigen a una mesa del fondo. Después de 10 min se dirigieron al puesto de pizza y compraron 2 pizzas familiares para llevar.</p>
21:00	<p>Llegaron dos chicas entre 20 a 24 años acompañadas de 2 chicos de 25 a 29 años y pidieron en el puesto "maizitos" una bandeja grande de \$3,75 y un maizito clásico de \$2,50 con una gaseosa pequeña y 1 agua manantial pequeña, también compraron una pipa árabe. Después de 30 min llegó una pareja de 25 a 29 años y se unieron a ellos.</p> <p>Llegó una familia, 1 señora de edad entre 50 a 54 años con 1 pareja de 25 a 29 años. Pidieron 3 gaseosas personales y 3 pizzas personales, una de peperoni, otra de jamón y la otra hawaiana.</p> <p>Entró una pareja de edad entre 20 a 24 años. Primero compraron dos cervezas club y luego un plato de \$5, llamado patacón baracucho de pollo.</p> <p>Entraron tres amigos en edad de 25 a 29 años. Compraron una salchipapa, un plato de tacos 3u y un combo 1 de alitas.</p> <p>En las sillas de la barra de la isla se encuentran dos chicos de edad entre 25 a 29 años. Mientras conversaban, compraron 2 cocteles uno de fresa y uno de menta.</p> <p>Llegó una pareja entre los 25 a 29 años. Se acercaron al puesto de comida mexicana y compraron una quesadilla de 4 slices (\$5,50) con una agua fresca de Jamaica (\$1,50).</p> <p>Entró una pareja de 35 a 39 años con su hijo de 3 o 4 años de edad. Compraron un combo de alitas para los tres.</p> <p>En una mesa cerca de la isla se encuentran 2 amigos entre los 25 a 29 años. Compraron en el puesto de maizitos 2 clásicos de \$2,50.</p> <p>Entraron cinco amigos de edades entre los 20 a 24 años, dos chicos pidieron tacos de 3u para cada uno la chica y los otros dos chicos compraron pizza mediana de peperoni y jamón. Luego de 30 min la pareja pidió una tablita de \$10 (contiene papas fritas con carne molida).</p> <p>Llegó una pareja de 25 a 29 años y se acercaron a la barra de la isla y pidieron una michelada y un coctel de fresa. Luego de unos 10 min llegó otra pareja de edad entre 30 a 34 años y se unió a ellos. Compraron otro coctel más y una cerveza club.</p> <p>En una mesa del centro una pareja de 25 a 29 años. Pidieron dos sanduche mixto para llevar.</p> <p>Entraron tres amigos, dos chicas de 25 a 29 años y un chico de 30 a 34 años. Compraron papas al curry de \$3,50 con cola sprite y unas quesadillas mexicanas con agua fresca de tamarindo.</p> <p>En la mesa de la esquina se encuentra una pareja de 25 a 29 años. Están consumiendo un frappes de chocolate (\$3,75). Luego al terminar se compraron un waffle de vainilla para los dos.</p> <p>Entraron dos amigas entre 15 a 19 años y se sentaron cerca de mi mesa. Están consumiendo un combo 2 (alitas + papas + fuzte)</p>

	<p>Salió una familia, dos señores entre 30 a 34 años y un chico de 25 a 29 años. Atrás de ellos salieron cuatro señores de 50 a 54 años.</p>
22:00	<p>Entró una familia, pareja de 45 a 49 años con dos hijos uno de 25 a 29 años y otro como de 3 años. Pidieron una picadita de \$5, y una ensalada (contiene pepeproni, jamón, queso y aceitunas). Después les pasaron 1/2 jarra de vino hervido de \$6 y luego de 30min les pasaron sushi + 1 sprite.</p> <p>Llegó una pareja de 30 a 34 años. Pidieron un waffle de chocolate y una tablita de carnes asadas.</p> <p>Entró dos parejas de edades entre 30 a 34 años y se dirigieron a la barra de la isla compraron unos cocteles y luego se fueron a una mesa del fondo.</p> <p>En una mesa del fondo se encuentran seis amigas, tres de 25 a 29 años y las otras tres de 30 a 34 parecen ser compañeras de trabajo. Pidieron una jarra de limonada, nachos, tacos 3u y un burrito, también 3 hamburguesas + papas + cola.</p> <p>En una mesa cerca de la entrada se encontraba un señor entre los 45 a 49 años con su hijo de 5 a 9 años. Compraron una pizza mediana de \$6 y un té frío de 1lt</p> <p>Llegaron tres señoras de 40 a 44 años. Se dirigen a la barra de la isla y compraron tres cocteles 1 de fresa y 2 de meta.</p> <p>Llegaron tres chicos entre 25 a 29 años. Se sentaron en una mesa esquinara. Pidieron 3 cervezas corona. Luego compraron 1 burrito mexicano con agua fresca de Jamaica, unas quesadillas (4 splices) con una agua fresca de tamarindo y 1 sanduche mixto + cola.</p> <p>Entró una familia, una pareja de 30 a 34 años con dos hijas, la una de 15 a 19 y la otra de 10 a 14 años. Ellos compraron un combo de alitas grande + fuztea y 4 jugos (2 de mora, 1 de fresa y 1 de coco).</p>

Anexo 4: Diario de notas de observación en Mystic

HORA	DESCRIPCIÓN
18:00	<p>Llegué y me senté en una mesa esquinera, el mesero me paso la carta y una picadita de entrada mientras esperaba mi pedido. En ese momento estaban 2 mesas ocupadas en la parte principal y por adentro estaban 3 mesas más ocupadas. En una de ellas está una pareja festejando su aniversario, están consumiendo un burrito mojado y enchiladas, tienen dos aguas frescas de Jamaica.</p> <p>En una mesa frente a mi está una pareja de 35 a 39 años con su hija de 5 a 9 años. Terminaron de comer y se dirigen a pagar su cuenta.</p> <p>En otra mesa se encuentra una pareja de 45 a 49 años se encuentran conversando y consumiendo una enchilada y una quesadilla con 1 agua fresca cada uno, son de distintos sabores (Jamaica y Tamarindo).</p> <p>En la mesa de la esquina del fondo se encuentra un grupo de amigos, son 3 hombres y 3 mujeres. Ellos están comiendo un burrito mojado de carne, dos chimichangas (una de pollo y una de carne) y una quesadilla. Para acompañar tiene 6 bebidas (4 de Jamaica y 2 de tamarindo).</p> <p>En una de las mesas de adentro se encuentra una familia, dos señores de 45 a 49 años con su hijo de 20 a 24 años. Tienen tres aguas frescas una de tamarindo y 2 de Jamaica. Les están sirviendo unas fajitas de pollo, unas quesadillas de carne y unas flautas de carne.</p> <p>En otra mesa se encuentra una pareja de 25 a 29 años. Ellos están consumiendo un nacho personal y unas quesadillas de carne. De bebida tienen dos aguas frescas de Jamaica.</p> <p>Llegaron 3 amigos de 20 a 24 años de edad y se dirigieron para la parte de adentro. Pidieron un taco mixto, un burrito mojado y una quesadilla de carne, para tomar pidieron 2 aguas frescas de tamarindo y una gaseosa.</p> <p>Entró una familia, una señora de 50 a 54 años con sus dos hijos, un hombre de 30 a 34 años y una chica de 20 a 24 años. Compraron una flauta mixta y un nacho personal.</p>
19:00	<p>Llegó una señora de 45 a 49 años con su hijo de 20 a 24 años. Les sirven dos aguas frescas de Jamaica y un plato de chimichangas mixta.</p> <p>Entraron tres amigas de 30 a 34 años. Se dirigen a una mesa cerca de la caja. Ellas están conversando mientras deciden que pedir. Compraron un nacho especial y un burrito mojado de pollo, también pidieron un café y dos aguas frescas de Jamaica.</p> <p>Entro una familia, una pareja de 40 a 44 años con tres hijos, un chico de 15 a 19 años y dos niñas entre los 5 a 9 años. Pidieron 2 aguas frescas de Tamarindo y 3 coca-colas, un burrito mojado de carne, una quesadilla mixta y un nacho personal.</p> <p>Llegó una pareja de 20 a 24 años. Son LGBTI, ellas pidieron una enchilada de carne, una gaseosa y una agua fresca de Jamaica.</p> <p>Llega ron 5 compañeras de trabajo de edades entre 25 a 29 años y 2 de 30 a 34 años. Se dirigieron para una de las mesas de adentro. Pidieron un nacho personal, una quesadilla de pollo y una de carne, una fajita de pollo y un taco de carne. De bebidas compraron 3 aguas frescas una de Jamaica y dos de tamarindo, dos cafés y una coca-cola.</p> <p>Entraron tres amigas de 20 a 24 años. Se dirigieron a la mesa cerca de la entrada y pidieron tres aguas frescas dos de Jamaica y una de Tamarindo. Luego les pasaron su pedido de un nacho especial y un burrito mojado de carne.</p>

	<p>Entró una pareja de 50 a 54 años. Se fueron a una de las mesas de adentro. Pidieron una chimichanga de pollo y una quesadilla de carne con dos cafés.</p> <p>Entraron dos parejas de 25 a 29 años y se dirigieron a la mesa de mi lado. Ellos pidieron una quesadilla mixta, una enchilada mixta y un nacho personal. Para tomar compraron 2 aguas frescas de Jamaica y 2 coca-colas.</p> <p>En una mesa de adentro se encuentra un grupo grande de señores de 45 a 49 años. Están todos en parejas son 5. Están consumiendo una fajita de pollo y de carne, una quesadilla mixta y de pollo, un nacho personal y un burrito mojado de carne. De bebidas tienen dos cafés, dos aguas aromáticas, cuatro aguas frescas (3 de Jamaica y 1 de Tamarindo) y dos coca-colas.</p> <p>Llegó una pareja de 20 a 24 años. Se fueron a una mesa cerca de la caja, primero pidieron dos micheladas; luego compraron un burrito de carne y una flauta de pollo.</p> <p>Entraron 5 amigos de 20 a 24 años, 3 chicas y 2 chicos. Pidieron un nacho personal, una quesadilla de pollo, un burrito mojado mixto y un taco de carne. Para beber pidieron tres aguas frescas de Jamaica y dos coca-colas.</p>
20:00	<p>Llegó una pareja de 30 a 34 años con un bebe recién nacido. Pidieron dos aguas frescas (una de Jamaica y una de Tamarindo), una quesadilla mixta y un burrito mojado de pollo.</p> <p>Enseguida entraron 4 chicas entre 25 a 29 años. Compraron un burrito mojado de carne, un nacho especial y pidieron para llevar.</p> <p>En una mesa se encuentran tres amigos conversando y tomando tres cervezas.</p> <p>Entraron tres parejas de 25 a 29 años. Pidieron cuatro aguas frescas de Tamarindo y dos gaseosas. Para comer una pareja pidió un nacho especial, otra un burrito mojado mixto, la otra pareja hicieron un pedido individual de una quesadilla de carne y una fajita de pollo.</p> <p>Llegaron dos parejas de 20 a 24 años. Compraron una enchilada de pollo, dos burritos mojados (uno de pollo y uno de carne) y cuatro aguas frescas (2 de Jamaica y 2 de Tamarindo).</p> <p>Llegó un grupo de amigos de 30 a 34 años. Están tres mujeres y cinco hombres. Pidieron una coca-cola personal para cada uno, tres quesadillas de carne, dos burritos mojados de carne, una flauta de pollo y un nacho personal.</p> <p>Entro una pareja de 25 a 29 años. Compraron dos aguas frescas de Jamaica y un nacho especial.</p> <p>Entró una pareja de 40 44 años con su hijo de 5 a 9 años. Pidieron un burrito mojado de pollo y una quesadilla mixta con dos gaseosas y una agua fresca de Tamarindo.</p> <p>De una mesa de la parte de adentro salieron una pareja de 45 a 49 años con sus dos hijo una chica de 15 a 19 años y un niño de 5 a 9 años.</p> <p>Llegó una pareja de 25 a 29 años con una amiga de la misma edad. Pidieron una enchilada de pollo y un nacho personal. Para tomar pidieron 1 gaseosa y 2 aguas frescas una de Jamaica y otra de Tamarindo.</p> <p>Entró dos parejas de edades entre 25 a 29 años. Las chicas llevan a su bebe en sus brazos. Compraron dos micheladas y dos cervezas, luego pidieron un burrito mojado mixto y una enchilada mixta.</p>

	<p>Entró una pareja de 20 a 24 años. Pidieron una agua fresca de Jamaica y una coca-cola, para comer compraron un nacho personal y una fajita de carne.</p> <p>Llegó una pareja de 30 a 34 años. Primero compraron dos micheladas y luego pidieron una chimichanga mixta con un agua fresca de Jamaica.</p>
21:00	<p>Entró una familia al parecer uno de ellos está de cumpleaños. Están 3 parejas una de 50 a 54 y dos entre 30 a 34 años, 3 chicas y 1 chico igual entre los 30 a 34 años y 1 chico de 25 a 29 años. Pidieron dos burritos mojados de carne, una enchilada de pollo, una chimichanga de carne, un taco de cerdo y una quesadilla mixta. Para tomar pidieron 3 cafés, 5 gaseosas y 3 aguas frescas de Jamaica.</p> <p>Llegó una pareja de 25 a 29 años. Pidieron 1 taco mixto y un burrito mojado de carne. Para tomar pidieron dos coca-colas.</p> <p>Entró una señora de 40 a 44 años con 1 pareja de 30 a 34 años. Pidieron una quesadilla de carne y un nacho personal. Para tomar compraron un café y dos gaseosas.</p> <p>Entró una pareja de 45 a 49 años con dos hijos de 5 a 9 años. Pidieron dos gaseosas, un agua fresca de Jamaica y un café. Para comer compraron una quesadilla de pollo, una enchilada de pollo y un nacho personal.</p> <p>En una mesa de adentro se encuentra una pareja de 30 a 34 años. Están consumiendo una fajita de carne, una quesadilla de carne y dos aguas frescas de Tamarindo. Luego compraron dos micheladas.</p> <p>Llegó una pareja de 25 a 29 años. Primero compraron una cerveza y una michelada. Luego de unos 20 min pidieron unas enchiladas mixtas.</p> <p>Llegó una familia, una pareja de 55 a 59 años con sus hijas, una chica de 25 a 29 años y una niña de 5 a 9 años. Pidieron una chimichanga mixta y un burrito mojado de carne. Para tomar pidieron dos cafés, un agua fresca de Jamaica y una coca-cola.</p> <p>Llegó una pareja de 20 a 24 años con un amigo de la misma edad. Compraron dos cervezas y una michelada. Para comer pidieron una enchilada de cerdo y un burrito mojado mixto.</p> <p>Entraron dos señoras entre 30 a 34 años y un chico de 25 a 29 años. Pidieron una chimichanga de carne y un nacho especial. Para tomar compraron dos aguas frescas de Jamaica y una gaseosa.</p> <p>En una mesa se encuentran cuatro señores de 50 a 54 años, están conversando mientras comen una quesadilla de pollo cada uno y para acompañar compraron 2 cafés y 2 aguas aromáticas.</p> <p>Llegaron 3 amigos de 25 a 29 años. Compraron dos cervezas y para comer una quesadilla de carne, un burrito de carne y una enchilada de pollo.</p> <p>Entro una familia, una pareja de 45 a 49 años con sus dos hijos un niño de 10 a 14 años y una niña como de 4 años. Pidieron una chimichanga de pollo y un burrito mojado mixto. Para tomar pidieron dos cafés y dos gaseosas.</p> <p>Entró una pareja de 35 a 39 años. Compraron una michelada y dos aguas frescas de Jamaica. Para comer pidieron un burrito mojado mixto.</p> <p>Llegaron 5 amigos, 3 chicos y 2 chicas en edades de 25 a 29 años. Compraron aguas frescas 2 de Jamaica y 3 de Tamarindo. Luego les sirvieron una quesadilla de carne y un de pollo, un nacho personal y un burrito de carne.</p>

Llegó una pareja de 30 a 34 años con un niño de 5 a 9 años. Pidieron una gaseosa y dos aguas frescas de Tamarindo. Para comer una enchilada de carne y una chimichanga mixta.

Anexo 5: Diario de notas de observación en La Carreta

HORA	DESCRIPCIÓN
18:00	<p>Llegué a comprar un taco con frejol y me senté en una banca que hay aquí. En ese momento estaban comprando 2 grupos de personas. Uno de ellos son 2 personas adultas, una señora de 50 a 54 años y una de 30 a 34 años con su hijo de 10 a 14 años. El otro grupo son de 5 chicos, 3 mujeres y 2 hombres de 20 a 24 años.</p> <p>El lugar es muy acogedor ya que solo tiene la cocina rodante que está ubicada en un garaje. En la parte de al frente del carro tiene un mesón donde están las salsas, las cuales contienen guacamole, salsa de queso, dos tipos de mayonesa, salsa de tomate. Al lado derecho tiene una banca.</p> <p>En este momento no hay nadie haciendo ningún pedido, hay poca gente por afuera del lugar hay grupo de chicos entre 15 a 19 años por la esquina y otros grupos de 20 a 24 años por al frente del lugar.</p> <p>Pasando 30 min llegaron nueve jóvenes de 15 a 19 años. Dos son parejas y todos son amigos, son 3 mujeres y 6 hombres. Compraron 5 tacos con frejol de \$3,25 (contiene en la tortilla frejol con pollo + cola) y 4 tacos mixtos \$3,50 (contiene en la tortilla frejol negro, choclo y pollo + cola).</p> <p>Llegó un señor a realizar un pedido para el fin de semana porque tenía un evento el pedido es más o menos de 15 unidades porque pago \$50.</p> <p>Llegó una familia, una pareja de 45 a 49 años con sus dos hijos, uno de 15 a 19 años y otro de 5 a 9 años. Compraron 4 tacos con frejol (contiene en la tortilla frejol con pollo + cola).</p> <p>Llegó una pareja de 20 a 24 años y pidieron un taco con frejol (en la tortilla viene el frejol rojo y pollo) y un taco mixto (en la tortilla viene el frejol, choclo y pollo). Pusieron salsas a su gusto y se sentaron junto a mí en la banca.</p> <p>Llegaron dos parejas de 25 a 29 años. Pidieron un taco con pollo con frejol negro y dos tacos de pollo con frejol rojo y un taco mixto. Pusieron salsas a su gusto y se retiraron.</p> <p>Llegaron tres amigos de 35 a 39 años. Compraron tres tacos mixtos, luego pusieron salsas a su gusto y se pusieron a comer fuera de su carro.</p>
19:00	<p>Llegaron cinco chicos de 20 a 24 años. Pidieron 5 tacos mixtos y se dirigieron a fuera de su carro a comer mientras conversaban.</p> <p>Llegó un chico de 25 a 29 años con su hija de 5 a 9 años. Pidieron un taco mixto y un taco con frejol y pidieron para llevar.</p> <p>Llegó un grupo de 5 amigos de 20 a 24 años. Compraron una bandeja (el plato es más grande, en la tortilla viene pollo, choclo, frejol negro y el rojo + cola), dos súper tacos con frejol (es más grande y viene en la tortilla frejol con pollo + cola), 2 tacos mixtos (en la tortilla viene el frejol, choclo y pollo). Pusieron salsas a su gusto y luego se fueron a sentar a fuera en la vereda.</p>

	<p>Llegó un grupo de amigos de 15 a 19, 3 parejas y 2 chicos. Todos pidieron taco con frejol de \$3,25 (contiene en la tortilla el frejol y pollo + cola). Luego pusieron salsas a su gusto y se quedaron comiendo por ahí afuera.</p> <p>Llegó una pareja de 30 a 34 años. Compraron un súper taco con frejol de \$3,50 y un taco con choclo de \$3,25 (contiene en la tortilla choclo con pollo + cola), pusieron salsas a su gusto y se dirigieron al carro y ahí se quedaron comiendo.</p> <p>Llegaron 3 amigos de 40 a 44 años. Pidieron para llevar 3 bandejas de \$4,50 que contiene (en la tortilla viene pollo, choclo, frejol negro y el rojo + cola), pusieron salsas a su gusto y se dirigieron al carro retirándose del lugar.</p> <p>Llegó un grupo de 6 amigos, 4 hombres y 2 mujeres. Compraron dos súper tacos con frejol de \$3,50, dos bandejas de \$4,50 y dos tacos con frejol de \$3,25. Luego se dirigieron a carro y estaban comiendo ahí a un lado mientras conversaban.</p> <p>Llegaron tres amigos de 20 a 24 años y pidieron un taco mixto de \$3,50 y dos tacos de \$3,25. Pusieron salsas a su gusto y se dirigieron a comer a fuera del lugar.</p> <p>Llegó una persona que realiza encomiendas. Hizo un pedido grande de 10 tacos. Se demoró como 20 min mientras esperaba el pedido.</p> <p>Un grupo de 6 chicos de 15 a 19 años, 3 parejas, salieron del bar de la vuelta y llegaron a comprar 6 tacos con frejol de \$3,25. Pusieron salsas a su gusto y se cruzaron a comer al frente.</p>
20:00	<p>Hay mucha gente alrededor del lugar, pero no se encuentran consumiendo en este momento. Están muchos grupos reunidos unos a pie y otros en carro. Todos los grupos se encuentra tomando cervezas.</p> <p>Llegó una pareja de 30 a 34 años y pidieron para llevar un taco con choclo de \$3,25 y un taco de frejol de \$3,25. Pusieron salsas al gusto y se dirigieron a su carro.</p> <p>Llegó una pareja de 30 a 34 años. Pidieron dos combos de taco con frejol de \$3,25(contiene en la tortilla frejol con pollo + cola). Pusieron salsas a su gusto y se quedaron comiendo fuera de su carro.</p> <p>Entraron 3 amigas de 25 a 29 años. Las tres compraron un taco con frejol de \$3,25. Pusieron salsas a su gusto y se dirigieron a comer dentro del carro.</p> <p>Llegó una pareja de 30 a 34 años con su hijo de 10 a 14 años. Hicieron pedido para llevar, compraron dos tacos con frejol (en la tortilla viene el frejol rojo y pollo) y un taco mixto (en la tortilla viene el frejol, choclo y pollo). Pusieron salsas a su gusto y se dirigieron al carro retirándose del lugar.</p> <p>Llegaron tres amigas de 20 a 24 años y pidieron un súper taco con choclo de \$3,50 y dos tacos con frejol de \$3,25. Pusieron salsas a su gusto y se dirigieron a comer a fuera del lugar.</p> <p>Llegaron 3 amigos de 40 a 44 años. Pidieron para llevar 3 bandejas de \$4,50 que contiene (en la tortilla viene pollo, choclo, frejol negro y el rojo + cola), pusieron salsas a su gusto y se dirigieron al carro retirándose del lugar.</p> <p>Llegaron dos señoras de 45 a 49 años con un niño de 5 a 9 años. Compraron dos tacos con choclo de \$3,25 y un taco con frejol. Su pedido fue para llevar.</p> <p>Llegó una pareja de 25 a 29 años. Compraron un súper taco con frejol y un taco con choclo. Pusieron salsa a su gusto y se quedaron comiendo afuera del lugar.</p>

	<p>Llego un grupo de 7 amigos entre hombres y mujeres, dos son pareja y los 5 son chicos. Pidieron dos súper tacos con frejol de \$3,50 y tres tacos mixtos de \$3,50. Pusieron salsas al gusto y se fueron a comer al frente fuera de su carro.</p> <p>Entraron dos parejas una entre edades de 20 a 24 y la otra de 25 a 29 años. Pidieron dos tacos mixtos de \$3,50 y un taco con frejol de \$3,25. Pusieron salsa a su gusto y se quedaron por afuera comiendo.</p> <p>Entraron dos amigos entre edades de 25 a 29 años. Compraron dos tacos mixtos de \$3,50 y un taco con frejol de \$3,25 para llevar. Pusieron salsa a su gusto y cruzaron a comer fuera del carro.</p>
21:00	<p>Llegó una pareja de 20 a 24 años y pidieron dos tacos con frejol (en la tortilla viene el frejol rojo y pollo + cola). Pusieron salsas a su gusto y se dirigieron a su carro y se quedaron comiendo ahí.</p> <p>Llegaron unos 5 amigos de 30 a 34 años. Compraron dos tacos mixtos de \$3,50 y un súper taco de frejol de \$3,50, un taco con frejol de \$3,25 y uno con choclo de \$3,25. Pusieron salsas a su gusto y se dirigieron a comer a fuera del carro.</p> <p>Entró una pareja de 25 a 29 años. Pidieron dos tacos mixtos de \$3,50, pusieron salsas al gusto y se quedaron comiendo por afuera del lugar.</p> <p>Entraron 3 amigos de 25 a 29 años, una pareja y una chica. Pidieron un súper taco con frejol de \$3,50 y dos tacos con frejol de \$3,25. Pusieron salsa al gusto y se quedaron comiendo dentro de su carro.</p> <p>Entraron dos parejas de 30 a 34 años. Pidieron dos tacos mixtos de \$3,50, un taco con frejol y uno de choclo de \$3,25. Pusieron salsa al gusto. Se dirigieron al carro subieron y se retiraron del lugar.</p> <p>Llegaron dos señores de 45 a 49 años estaban con aliento a licor, en mal estado. Compraron dos bandejas de \$4,50 y luego se sentaron en la banca del lugar.</p> <p>Llegaron cuatro amigas de 25 a 29 años. Compraron un súper taco con frejol de \$3,50, un taco con choclo y dos con frejol de \$3,25 l. Pusieron salsa a su gusto y se dirigieron a comer dentro del carro.</p> <p>Llegaron 3 amigos de 30 a 34 años. Pidieron una bandeja de \$4,50 y dos súper tacos con frejol de \$3,50. Pusieron salsa a su gusto y se quedaron comiendo fuera del carro.</p> <p>Entro una chica de 30 a 34 años. Pidió 2 tacos mixtos de \$3,50. Puso salsas al gusto y llevo al carro ahí estaba una señora de 55 a 59 años al parecer es su madre.</p>