



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN FOOD TRUCK EN LA LIBERTAD, 2025

**TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR
PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

AUTOR:

HENRY SAMIR GÓMEZ PICO

LA LIBERTAD – ECUADOR

2026

Aprobación del profesor tutor

En mi calidad de Profesor Tutor del trabajo de titulación, **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN FOOD TRUCK EN LA LIBERTAD, 2025”**, elaborado por el **Sr. Henry Samir Gómez Pico**, egresado de la Carrera de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de **Licenciado en Administración de Empresas**, declaro que luego de haber asesorado científica y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, éste cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente,

Ing. Flor María Villao Santos, MSc.

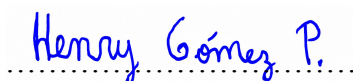
Profesor tutor

Autoría del trabajo

El presente Trabajo de Titulación denominado **“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN FOOD TRUCK EN LA LIBERTAD, 2025”**, constituye un requisito previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena.

Yo, **Henry Samir Gómez Pico** con cédula de identidad número **2450237793** declaro que la investigación es absolutamente original, auténtica y los resultados y conclusiones a los que he llegado son de mi absoluta responsabilidad; el patrimonio intelectual del mismo pertenece a la Universidad Estatal Península de Santa Elena

Atentamente



Henry Samir Gómez Pico

C.C. No: 2450237793

Dedicatoria

Este trabajo lo dedico a mis padres, por ser el pilar de mi vida y el ejemplo de perseverancia. A mi familia, por su amor y apoyo constante en cada paso que he dado. A todas las personas que creyeron en mí y me alentaron a no rendirme, especialmente a quienes me enseñaron que con esfuerzo y dedicación todo es posible.

Henry Samir Gómez Pico

Agradecimiento

Expreso mi profundo agradecimiento a Dios por darme la fortaleza y la sabiduría para culminar esta etapa. A mis padres, por su apoyo incondicional y su confianza en mí, quienes han sido mi mayor motivación. A mi tutora, Flor María Villao Santos, por su paciencia, orientación y valiosos aportes a lo largo de este proceso. A mis compañeros, por hacer entretenido este camino de aprendizaje, y finalmente a la Universidad Estatal Península de Santa Elena, por brindarme la oportunidad de formarme como profesional. Muchas gracias de todo corazón, les deseo lo mejor.

Henry Samir Gómez Pico

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lic. José Xavier Tomalá Uribe, MSc.
DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Caamaño López Libi Carol, MSc.
PROFESOR ESPECIALISTA

Ing. Villao Santos Flor María, MSc.
PROFESOR TUTOR

Ing. Sabina Villón Perero, Mgtr.
PROFESOR GUÍA DE LA UIC

Lic. Julissa González González
SECRETARIA DE LA CARRERA

ÍNDICE GENERAL

Autoría del trabajo	3
DEDICATORIA	4
AGRADECIMIENTO	5
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN	6
ÍNDICE DE TABLAS	9
ÍNDICE DE FIGURAS	10
RESUMEN	11
ABSTRACT	12
Introducción	13
Planteamiento del problema	14
Formulación del Problema.....	14
Sistematización del Problema.....	14
Objetivos.....	15
Objetivo General.....	15
Objetivo Específicos.....	15
Justificación.....	16
Justificación Teórica.....	16
Justificación Práctica.....	16
Idea a Defender.....	17
Mapeo.....	17
CAPÍTULO I	18
Revisión de la Literatura.....	18
Antecedentes Internacionales	19
Antecedentes Nacionales.....	20
Desarrollo de Teorías y Conceptos.....	21
Estudio de Proyectos y Factibilidad	21
Estudio de Mercado.....	23
Demanda Potencial	23
Competencia.....	24
Preferencias de Consumo	23
Estudio Técnico.....	24
Equipamiento.....	24
Capacidad Operativa.....	26
Cumplimiento de Requisitos Sanitarios	23
Estudio Legal y Normativo.....	27

Permisos Necesarios.....	28
Normativas a Cumplir	28
Impedimentos Legales.....	27
Estudio Financiero.....	28
Inversión Inicial.....	28
Punto de Equilibrio.....	28
Indicadores de Rentabilidad (VAN, TIR, Payback).....	29
Operación y Gestión.....	31
Estructura Organizacional	31
Modelo de Operación.....	32
Estrategias de Ubicación y Movilidad.....	32
Fundamentos Legales	32
Ámbito Constitucional.....	33
Ámbito Sanitario.....	34
Ámbito Municipal y Uso de Espacio Público	36
Ámbito Tributario (RIMPE).....	37
Ámbito Laboral (IESS).....	37
Marco Ambiental y Manejo de Residuos.....	38
Estándares Voluntarios y Responsabilidad Social.....	38
CAPÍTULO II.....	40
METODOLOGÍA.....	40
Diseño de la Investigación.....	41
Método Analítico-Sintético	41
Método Inductivo	41
Método Estadístico	41
Población y Muestra.....	41
Recolección y Procesamiento de Datos.....	43
Técnicas de Investigación.....	43
Instrumentos de Investigación.....	43
Validación de Instrumentos	44
CAPÍTULO III.....	45
Resultados y Discusión.....	44
Análisis de los Resultados de la Encuesta.....	45
Análisis de los resultados de la entrevista	65
Análisis de Rentabilidad Financiera.....	68

Discusión	71
Propuesta	72
Conclusiones.....	79
Recomendaciones	80
Referencias	81
Apéndices	86
Apéndice 1: Matriz de Consistencia.....	86
Apéndice 2: Acta de Aceptación del Tema de Investigación.....	87
Apéndice 3: Validación de Instrumentos.....	89
Apéndice 4: Certificado de validación de instrumentos	90
Apéndice 5: Encuesta dirigida a la muestra.....	91
Apéndice 6: Guía de Entrevista.....	94
Apéndice 7: Informe de Aprobación Trabajo de Titulación.....	95
Apéndice 8: Cronograma de actividades tutoriales	96
Apéndice 9: Ficha de control de tutorías.....	98
Apéndice 10: Certificado Anti plagio.....	105

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1.</i>	Etapas del proyecto de inversión.....	22
<i>Tabla 2.</i>	Equipamiento mínimo necesario para la operación de un food truck.....	25
<i>Tabla 3.</i>	Rango de edad de los encuestados	45
<i>Tabla 4.</i>	Lugar de residencia de los encuestados.....	47
<i>Tabla 5.</i>	Frecuencia de consumo fuera del hogar.....	48
<i>Tabla 6.</i>	Tipo de comida preferida	50
<i>Tabla 7.</i>	Nivel de conocimiento sobre food trucks.....	51
<i>Tabla 8.</i>	Disposición a probar un food truck.....	53
<i>Tabla 9.</i>	Factores que influyen en la elección de un food truck.....	54
<i>Tabla 10.</i>	Horario preferido para encontrar el food truck	56
<i>Tabla 11.</i>	Días preferidos para encontrar el food truck.....	57
<i>Tabla 12.</i>	Ubicación preferida para el food truck.....	59
<i>Tabla 13.</i>	Disposición a consumir alimentos preparados al momento	60
<i>Tabla 14.</i>	Precio dispuesto a pagar.....	62
<i>Tabla 15.</i>	Medio de información para conocer nuevos lugares para comer.....	63
<i>Tabla 16.</i>	<i>Inversión Inicial</i>	68
<i>Tabla 17.</i>	<i>Proyección de ingresos anuales</i>	69
<i>Tabla 18.</i>	Indicadores de Rentabilidad.....	70

ÍNDICE DE FIGURAS

<i>Figura 1.</i>	Distribución por edades de los encuestados.....	46
<i>Figura 2.</i>	Distribución por residencia de los encuestados.....	47
<i>Figura 3.</i>	Frecuencia de consumo fuera del hogar.....	48
<i>Figura 4.</i>	Tipo de comida preferida por los encuestados.....	50
<i>Figura 5.</i>	Conocimiento sobre food trucks.....	51
<i>Figura 6.</i>	Disposición a probar un food truck.....	52
<i>Figura 7.</i>	Factores que influyen en la elección de un food truck.....	54
<i>Figura 8.</i>	Horario preferido para encontrar el food truck.....	55
<i>Figura 9.</i>	Días preferidos para encontrar el food truck.....	57
<i>Figura 10.</i>	Ubicación preferida para instalar el food truck.....	58
<i>Figura 11.</i>	Disposición a consumir alimentos preparados al momento.....	60
<i>Figura 12.</i>	Precio promedio que los encuestados pagarían por un producto.....	61
<i>Figura 13.</i>	Medio de información para conocer nuevos lugares para comer.....	63
<i>Figura 14.</i>	Propuesta de estrategias.....	61
<i>Figura 15.</i>	Inversión inicial.....	75
<i>Figura 16.</i>	Flujo de caja proyectado (5 años).....	75
<i>Figura 17.</i>	Punto de equilibrio.....	76
<i>Figura 18.</i>	Indicadores de rentabilidad.....	76



“ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN FOOD TRUCK EN LA LIBERTAD, 2025”

Autor:

Henry Samir Gómez Pico

Tutor:

Ing. Villao Santos Flor María, MSc.

Resumen

El presente estudio determinó las condiciones de viabilidad de mercado, técnica y financiera para la operación sostenible de un food truck en La Libertad. Se empleó un enfoque mixto, de alcance descriptivo y diseño no experimental transversal. La población correspondió a residentes y visitantes mayores de 18 años, con una muestra de 383 personas seleccionadas mediante muestreo no probabilístico por conveniencia en puntos de alta afluencia del cantón. Se aplicó una encuesta estructurada y una entrevista al propietario del único food truck activo. Los resultados evidenciaron que el 57,4 % de los encuestados está dispuesto a probar el formato y el 87,29 % a consumir alimentos preparados al momento. Las preferencias se orientaron a opciones saludables y típicas (54,04 %). Se identificó una ubicación estratégica dual (Malecón en fines de semana y Paseo Shopping en días laborales) y un ticket promedio de \$2,50. El análisis financiero propio, con una inversión de USD 30.150, arrojó un VAN de USD 24.130, una TIR del 44,81 % y un periodo de recuperación de 2,18 años. Se concluyó que existen condiciones favorables de mercado, técnicas y financieras para la operación sostenible del formato, siempre que se gestionen adecuadamente la ubicación, los costos y el marco regulatorio.

Palabras claves: Food truck, viabilidad, estudio de factibilidad, mercado, rentabilidad.



“FEASIBILITY STUDY FOR THE LAUNCH OF A FOOD TRUCK IN LA LIBERTAD, 2025”

Author:

Henry Samir Gómez Pico

Tutor:

Ing. Villao Santos Flor María, MSc.

Abstract

This study determined the market, technical, and financial feasibility conditions for the sustainable operation of a food truck in La Libertad. A mixed-methods approach was employed, featuring a descriptive scope and a non-experimental, cross-sectional design. The study population consisted of residents and visitors aged 18 and older; a sample of 383 individuals was selected using non-probability convenience sampling at high-traffic locations within the canton. Data collection involved a structured survey and an interview with the owner of the only currently active food truck. Results showed that 57.4% of respondents were willing to try this business model, and 87.29% were willing to consume food prepared on the spot. Preferences leaned toward healthy and traditional options (54.04%). A dual strategic location was identified (the boardwalk on weekends and Paseo Shopping on weekdays), along with an average transaction value of \$2.50. Financial analysis, based on an investment of USD 30,150, yielded a Net Present Value (NPV) of USD 24,130, an Internal Rate of Return (IRR) of 44.81%, and a payback period of 2.18 years. The study concluded that favorable market, technical, and financial conditions exist for the sustainable operation of this business model, provided that location, costs, and the regulatory framework are managed effectively.

Keywords: Food truck, feasibility, market viability, profitability, sustainability.

Introducción

Los estudios de factibilidad son herramientas fundamentales para evaluar la viabilidad de nuevos emprendimientos antes de realizar una inversión, pues permiten reducir la incertidumbre y orientar la toma de decisiones estratégicas. En el sector gastronómico, el formato de food truck ha surgido como una alternativa atractiva que combina la flexibilidad operativa con una inversión inicial concentrada en el vehículo y su equipamiento, a diferencia de los altos costos de arrendamiento y acondicionamiento de un establecimiento físico. La relevancia de este modelo de negocio radica en su capacidad de adaptación a entornos urbanos y turísticos, donde la movilidad y la capacidad de responder a la demanda estacional se convierten en ventajas competitivas clave.

Globalmente, el mercado de los food trucks ha mostrado un crecimiento sostenido en los últimos años, impulsado por cambios en los hábitos de consumo alimenticio que priorizan la rapidez y la novedad culinaria. Según Mordor Intelligence (2025), este sector se estima en \$ 4.42 mil millones para 2025 y se proyecta que alcance los \$ 6.06 mil millones para 2030, con una tasa de crecimiento anual compuesta del 6.5%. Sin embargo, diversos estudios señalan que el éxito no depende únicamente de la oferta, sino también de múltiples factores como la ubicación estratégica, la atención al cliente y la imagen del negocio, lo que evidencia la necesidad de contar con una planificación cuidadosa antes de operar cualquier emprendimiento.

En América Latina, el fenómeno de los food trucks ha cobrado fuerza en la última década, aunque su desarrollo ha sido heterogéneo y enfrenta desafíos regulatorios comunes, como la escasez de espacios públicos autorizados para sus operaciones y la competencia con la venta ambulante informal (Hayden & Martín, 2025). En Ecuador, la industria ha pasado de ser una idea innovadora a un sector en formalización; tal es el caso de Quito, que emitió en 2016 una resolución pionera que autorizó 60 espacios públicos para este modelo de negocio, mientras que Guayaquil aprobó en 2022 una ordenanza que habilitó 56 ubicaciones distribuidas en sus 14 distritos (El Comercio, 2021, 2022; Telégrafo, 2016).

La combinación del modelo con un estudio de factibilidad resulta especialmente útil en contextos turísticos y locales, pues este tipo de análisis permite evaluar la demanda real, los costos operativos y la rentabilidad esperada del negocio, lo que reduce la incertidumbre para quienes desean incursionar en este rubro. El presente estudio se centra en realizar un análisis de factibilidad para un food truck en La Libertad, abordando las dimensiones de mercado,

técnica y financiera, para proporcionar información actualizada que oriente la toma de decisiones de los emprendedores locales.

Como **planteamiento del problema** tenemos que, a pesar del crecimiento sostenido del mercado de este formato a nivel mundial, diversos estudios señalan que la ausencia de una evaluación previa del mercado, los requisitos legales y los costos puede llevar al fracaso tarde o temprano, como ocurre con cualquier modelo de negocio (Kraus et al., 2022). Esta falta de planificación y de herramientas metodológicas que ayuden a reducir la incertidumbre antes de invertir capital se convierte en una de las principales causas de que emprendimientos prometedores no logren consolidarse con el paso del tiempo.

En América Latina, el fenómeno de los food trucks ha cobrado fuerza en la última década. Ciudades como México DF, Bogotá, Lima y Buenos Aires han visto proliferar estos emprendimientos, pero suelen enfrentar desafíos comunes que afectan su sostenibilidad: regulaciones municipales dispersas, escasez de espacios públicos autorizados y competencia informal (Hayden & Martín, 2025). Si bien este formato parece atractivo por su flexibilidad, el éxito a largo plazo requiere un análisis riguroso que considere el mercado local, el marco legal y los hábitos de consumo, los cuales pueden variar significativamente.

En Ecuador, la industria de los food trucks ha pasado de ser una idea innovadora a un sector en formalización. Ciudades como Quito y Guayaquil han sido clave para este formato, pues sus avances demuestran que el modelo es viable cuando existe un marco regulatorio claro. Sin embargo, también evidencian que su desarrollo ha sido desigual en el país, con ciudades que aún carecen de normativas específicas para este tipo de emprendimientos (El Comercio, 2021, 2022; Telégrafo, 2016).

En el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, la presencia de food trucks es limitada y su actividad irregular. Aunque se han registrado iniciativas en los últimos años, actualmente se cuenta con pocos en operación, y los que existen operan de manera estacionaria en un punto fijo, sin aprovechar la movilidad que caracteriza a este formato a nivel internacional. Esta situación evidencia que el modelo, por atractivo que parezca, no garantiza el éxito por sí solo, y plantea interrogantes sobre las condiciones que han limitado la permanencia de estos emprendimientos en el cantón.

Esta problemática tiene su origen en diversos factores. En primer lugar, la limitada disponibilidad de estudios de factibilidad actualizados para este tipo de emprendimiento en La Libertad dificulta conocer con precisión la demanda real, los costos operativos y los requisitos legales del modelo. En segundo lugar, la posible ausencia de una ordenanza municipal específica genera incertidumbre sobre las zonas autorizadas para operar y los trámites

necesarios. En tercer lugar, la oferta gastronómica local se concentra en ciertos tipos de productos, dejando un espacio reducido para alternativas diferenciadas que podrían atraer tanto a residentes como a visitantes.

Como consecuencia, se observa un desarrollo reducido del sector de food trucks en La Libertad, con una alta tasa de desaparición de los pocos emprendimientos que han surgido, lo que genera pérdidas económicas para los emprendedores y desaprovecha el potencial del modelo como alternativa de inversión accesible y flexible. Asimismo, la falta de diversificación en la oferta gastronómica limita las opciones para residentes y visitantes, y reduce las oportunidades de generación de empleo en el cantón. Esta situación evidencia la necesidad de contar con información actualizada que permita tomar decisiones informadas y reducir el riesgo de fracaso.

Ante esta problemática, el presente estudio de factibilidad se propone determinar las condiciones de viabilidad de mercado, financiera y técnica que permitan la operación sostenible de un modelo de negocio en La Libertad, considerando el contexto de emprendimientos previos en el cantón.

Con este fin, se plantea la siguiente **formulación del problema**: “¿Cuáles son las condiciones de viabilidad de mercado, técnica y financiera que permiten la operación sostenible de un food truck en el cantón La Libertad?”.

Por lo consiguiente, se plantean las siguientes **sistematización de los problemas específicos**:

-¿Cuál es la demanda potencial y las preferencias de consumo de los residentes y visitantes de La Libertad hacia el formato food truck?

-¿Cuáles son los requisitos técnicos, operativos y legales que condicionan la operación de un food truck en el cantón?

-¿Cuál es la viabilidad financiera del proyecto a partir de los indicadores de rentabilidad?

Con el fin de dar respuesta a estas preguntas, se establecieron los siguientes objetivos. **El objetivo general** de la investigación es “Determinar las condiciones de viabilidad de mercado, técnica y financiera para la operación sostenible de un food truck en el cantón La Libertad.”

Los objetivos específicos, por su parte, son:

-Analizar la demanda potencial y las preferencias de consumo de los residentes y visitantes de La Libertad respecto al formato food truck.

- Identificar los requisitos técnicos, operativos y legales que condicionan la operación de un food truck en el cantón.

- Determinar la viabilidad financiera del proyecto a partir de los indicadores de rentabilidad.

La justificación teórica del estudio se sustenta en tres ejes conceptuales desarrollados en la literatura especializada. En primer lugar, la evaluación de proyectos constituye el marco metodológico principal, pues permite determinar la viabilidad de una inversión a través del análisis secuencial de sus dimensiones: mercado, técnica, legal, financiera y administrativa (Baca Urbina, 2013; N. Sapag Chain & R. Sapag Chain, 2008). Este enfoque resulta pertinente para el presente estudio, dado que se requiere evaluar no solo la rentabilidad esperada del modelo, sino también las condiciones operativas y legales que inciden en la operación de un food truck en el cantón La Libertad.

En segundo lugar, este tipo de modelo de negocio ha sido ampliamente estudiado en diferentes contextos, tanto urbanos como turísticos, identificando factores críticos como la ubicación estratégica, la calidad del servicio y la adaptabilidad a la demanda estacional (Alkaabi & Mehmood, 2025; Kraus et al., 2022). Estos estudios proporcionan una base teórica para comprender las particularidades operativas de este formato y su potencial en entornos costeros como el de La Libertad, donde la movilidad y la capacidad de respuesta a la demanda son ventajas competitivas clave.

En tercer lugar, el comportamiento del consumidor frente a ofertas gastronómicas diferenciadas permite identificar qué atributos valoran los clientes al elegir un camión de comidas. Según Koay et al. (2023) y Choi et al. (2020), factores como el sabor, la higiene, el precio y la novedad son determinantes en la intención de compra. El presente estudio complementa estos aportes al incorporar el análisis del contexto local, donde los emprendimientos previos no han logrado sostenerse, y al evaluar las condiciones de viabilidad bajo un modelo de operación móvil que contrasta con el modelo estacionario observado en el cantón.

Desde una **perspectiva práctica**, este estudio surge de una necesidad concreta y observable en el territorio. La Libertad, a pesar de su alto flujo turístico y su base de residentes, no ha visto un desarrollo pleno del modelo de negocio. La presencia de food trucks es limitada, y los pocos emprendimientos que han surgido han tenido una alta tasa de desaparición, lo que evidencia la falta de información actualizada que permita a los emprendedores tomar decisiones informadas y reducir el riesgo de fracaso.

Los resultados del estudio serán de utilidad directa para distintos actores. En primer lugar, para los emprendedores e inversionistas locales, quienes dispondrán de información sobre la demanda real, los requisitos legales y la rentabilidad esperada del proyecto, lo que les facilitará evaluar con mayor certeza la conveniencia de invertir en este modelo de negocio. Además, conocer los factores que han limitado la permanencia de emprendimientos previos les permitirá diseñar estrategias más sólidas y adaptadas al contexto local, evitando repetir los errores del pasado.

En segundo lugar, para las autoridades municipales del cantón La Libertad, el estudio proporciona insumos para la toma de decisiones en materia de regulación y fomento de emprendimientos gastronómicos móviles. La ausencia de una ordenanza específica para este tipo de emprendimiento genera incertidumbre entre los inversionistas; este estudio ofrece evidencia que podría orientar la creación de un marco normativo claro, reduciendo la incertidumbre y fomentando el desarrollo ordenado del sector. Asimismo, la información recabada podría ser utilizada para diseñar políticas públicas que incentiven el emprendimiento y la diversificación de la oferta gastronómica local.

Finalmente, para los residentes y visitantes del cantón, el estudio podría traducirse en una oferta gastronómica más diversa y adaptada a sus preferencias, mejorando su experiencia de consumo. La incorporación de opciones saludables y de comida típica ecuatoriana, que son las preferencias mayoritarias identificadas en la encuesta, permitiría atender una demanda insatisfecha. Además, el fortalecimiento del sector gastronómico móvil podría generar nuevas oportunidades de empleo y dinamizar la economía local, especialmente en temporadas de alta afluencia turística, contribuyendo así al desarrollo económico y social del cantón.

La idea a defender del presente estudio plantea que “Las condiciones de viabilidad de mercado, técnica y financiera identificadas permiten la operación sostenible de un food truck en el cantón La Libertad.”

El mapeo del estudio se estructura en tres capítulos. El Capítulo I, denominado Marco Referencial, constituye la base conceptual sobre la cual se sostiene todo el trabajo. En él se presenta una revisión de antecedentes investigativos tanto nacionales como internacionales, reuniendo información sobre food trucks, emprendimientos gastronómicos y evaluación de factibilidad en contextos similares. También se desarrollan las teorías y conceptos que conforman las variables del estudio. El capítulo cierra con los fundamentos legales que enmarcan el proyecto.

El Capítulo II, titulado Metodología, explica con detalle cómo se llevó a cabo la investigación. En este apartado se describe el diseño no experimental y transversal, con un enfoque cuantitativo y alcance descriptivo. Además, se especifican los métodos de investigación aplicados, la definición de la población y la muestra, así como las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección de datos.

El Capítulo III, denominado Resultados y Discusión, integra todos los elementos anteriores. En este capítulo se presentan y analizan los hallazgos del trabajo de campo, se contrastan con los estudios previos identificados en el marco referencial y se expone la propuesta del estudio. Finalmente, se presentan las conclusiones y recomendaciones derivadas del análisis, complementadas con las referencias bibliográficas y los apéndices correspondientes.

Capítulo I

Marco Referencial

Revisión de la literatura

Para comprender el estado actual del conocimiento sobre los food trucks y su viabilidad como modelo de negocio, se han revisado estudios tanto a nivel internacional como nacional.

Kraus et al. (2022), en su artículo 'Attracting the millennial customer: The case of food trucks', publicado en el British Food Journal, realizaron un estudio cuantitativo en Estados Unidos con 247 clientes millennials de este formato de comida móvil. La investigación abordó las percepciones de los millennials sobre este tipo de emprendimiento y tuvo como objetivo identificar los factores que fomentan sus intenciones de comportamiento. La metodología fue de alcance descriptivo y diseño transversal, aplicando un cuestionario estructurado y utilizando regresión por mínimos cuadrados ordinarios. Los resultados revelaron que la imagen del vehículo de comida y la amabilidad del personal incidieron en la satisfacción y en la disposición a recomendar el servicio, mientras que la calidad de la comida no resultó ser un predictor significativo. El estudio concluyó que los aspectos estéticos y la atención al cliente son determinantes clave en la experiencia del consumidor.

Alkaabi y Mehmood (2025), en su artículo 'Exploring key factors influencing food truck businesses success: A case of the UAE', publicado en la European Business Review, encuestaron a 250 propietarios de estos negocios móviles en los Emiratos Árabes Unidos. El estudio abordó los factores que influyen en el éxito de este formato y tuvo como objetivo analizar dichos factores. La metodología empleó modelos de ecuaciones estructurales para evaluar las relaciones entre las variables. Los resultados destacaron que la ubicación estratégica y el apoyo gubernamental son factores de mayor impacto directo en el desempeño del negocio; asimismo, se encontró que la conveniencia para el cliente no opera de forma aislada, sino que su efecto depende de una ubicación adecuada. El estudio concluyó que la sinergia entre ubicación y políticas públicas es clave para la sostenibilidad del modelo.

Liu et al. (2021), en su artículo National Culture and Culinary Exploration: Japan Evidence of Heterogenous Moderating Roles of Social Facilitation, publicado en Frontiers in Psychology, presentaron un estudio mixto que combinó minería de texto con encuestas para analizar el comportamiento culinario de turistas internacionales en Osaka, Japón. El estudio abordó la influencia de la cultura nacional en la exploración culinaria y tuvo como objetivo examinar cómo la cultura nacional influye en este comportamiento. La metodología empleó

dos estudios: el primero aplicó minería de texto a 7,803 reseñas de TripAdvisor de usuarios de 86 países; el segundo analizó 9,141 encuestas a turistas de más de 60 países. Los resultados revelaron que tanto la evitación de la incertidumbre como el individualismo-colectivismo afectan significativamente el consumo de alimentos y la variedad de opciones culinarias. Además, se encontró que los turistas de culturas colectivistas tienden a ampliar su variedad de consumo cuando viajan acompañados. El estudio concluyó que los acompañantes de viaje moderan la relación entre la cultura y las elecciones culinarias.

Estos tres estudios, aunque desarrollados en contextos distintos, ofrecen aportes valiosos para el presente trabajo, pues resaltan que el éxito de un formato de negocio como este o incluso de cualquier modelo de negocio no depende únicamente de la oferta gastronómica, sino de factores como la imagen, la ubicación estratégica y la capacidad de adaptación a los flujos de demanda. Estos hallazgos resultan especialmente relevantes para el contexto de La Libertad, donde los emprendimientos previos han operado de manera estacionaria sin aprovechar la movilidad característica del formato, lo que podría explicar su limitada permanencia en el cantón. Por tanto, el presente estudio se centra en determinar las condiciones de viabilidad de mercado, financiera y técnica que permitirían en un escenario futuro la operación de este tipo de emprendimiento bajo un esquema de movilidad estratégica que supere las debilidades observadas y responda tanto a la demanda local como a la estacionalidad turística.

Andrade Palacios (2022, pp. 27, 37), de la Universidad de Las Américas, desarrolló la tesis titulada Plan de negocio para la creación de un food truck de comida típica en la ciudad de Quito. La investigación tuvo como objetivo determinar la viabilidad de este formato en la ciudad. Su estudio, de enfoque mixto y alcance descriptivo, aplicó 381 encuestas en la parroquia Iñaquito. Los resultados revelaron que el 60% de los encuestados consume alimentos fuera del hogar más de diez veces al mes, que el 80% prioriza la calidad del producto como atributo principal, y que el horario de mayor demanda se concentra entre las 12:00 y las 15:00 horas. En el plano financiero, el proyecto requirió una inversión inicial de \$33.013,38, alcanzó un VAN de \$31.098,69 y una TIR del 39,06%, con un periodo de recuperación de 1,97 años. El estudio concluyó que el modelo de food truck de comida típica es financieramente viable en Quito, aunque su éxito depende de una ubicación estratégica y una oferta de calidad.

Sani Paguay y Valarezo Macías (2018, p. 47), de la ESPOL, realizaron la tesis titulada 'Análisis de la factibilidad de implementar food trucks como medio para impulsar el turismo en la ciudad de Riobamba'. El objetivo fue analizar la factibilidad de este modelo en la ciudad.

Su investigación combinó un modelado de procesos de negocio (BPM) con una encuesta de mercado a 400 personas. Los hallazgos mostraron que el 91,3% de los encuestados había comido o deseaba comer en este formato, aunque el 67,5% estaba dispuesto a pagar menos de \$3 dólares. En términos financieros, el proyecto arrojó un VAN de \$9.654,54, una TIR del 21% y una TMAR del 18,46%. El estudio concluyó que, aunque el formato es atractivo, la sensibilidad al precio es un factor crítico en mercados de menor poder adquisitivo, por lo que la estrategia de precios debe ser accesible.

Barriónuevo Almeida (2018, pp. 77-78), de la Universidad Politécnica Salesiana, desarrolló la tesis titulada 'Diseño e implementación de un "food truck" furgón tipo combi independiente con anclaje a camioneta 4x4'. El objetivo fue diseñar e implementar este prototipo siguiendo normas sanitarias y de seguridad del Distrito Metropolitano de Quito. Su estudio incluyó el diseño de los componentes estructurales y la selección de equipos industriales (cocina, freidora, refrigerador) con un costo total de fabricación de \$7.673,41. Los resultados de su encuesta mostraron que el 63% de los encuestados consume alimentos fuera de casa diariamente y que el 72% está dispuesto a pagar entre \$3 y \$5 dólares por una comida de este formato. El estudio concluyó que la implementación técnica del prototipo es viable y que existe una demanda significativa en el mercado quiteño, lo que respalda la continuidad del formato.

Estos tres estudios nacionales ofrecen referentes concretos para el presente trabajo. Los indicadores financieros sirven como parámetros de comparación para contextualizar la rentabilidad esperada en La Libertad. Asimismo, el diseño técnico proporciona una base para comprender los requerimientos operativos del formato. En conjunto, estos antecedentes ofrecen un marco de referencia metodológico y financiero que, contrastado con las condiciones específicas del cantón y las lecciones de los emprendimientos previos, permite orientar el análisis de viabilidad de esta investigación.

Desarrollo de teorías y conceptos

Estudio de Proyectos y de Factibilidad

Para poder comprender el alcance del presente estudio, es necesario comenzar definiendo qué se entiende por un estudio de proyectos. Según N. Sapag Chain y R. Sapag Chain (2008, pp. 22 y 23), el estudio de proyecto es el proceso que busca determinar si es conveniente realizar una determinada inversión en algún proyecto que desee ser implementado estimando sus beneficios y sus costos. Según los autores, el proceso de un proyecto reconoce cuatro grandes etapas que se desarrollan secuencialmente en el tiempo:

Tabla 1

Etapas del proyecto de inversión

Etapas	Características principales
Idea	En la etapa de la idea se realiza la identificación del problema y de las oportunidades de negocio, por así decirlo es el resultado de un diagnóstico sistemático que identifica distintas vías de solución a un problema identificado.
Preinversión	En esta etapa se realizan los estudios de viabilidad (perfil, prefactibilidad y factibilidad), esta etapa es la más importante para el evaluador ya que aquí se decide si es conveniente implementar el proyecto o no implementarlo.
Inversión	En esta etapa cuando el proyecto es aprobado se procede con la ejecución física del mismo.
Operación	Y finalmente la etapa de la operación cuando el proyecto entra en funcionamiento este debería generar ingresos y egresos hasta su vida útil o indefinidamente.

Nota. Etapas del proyecto de inversión.

En la etapa de preinversión, la cual es la más relevante para el evaluador, se distinguen tres niveles de estudio:

En el primer nivel se encuentra el estudio de perfil, que constituye el primer acercamiento a una idea de proyecto. Se elabora a partir de información existente y su valor radica en la experiencia, al responder a la pregunta: ¿qué ocurriría en el futuro si no se implementa la iniciativa propuesta? Esto permite descartar alternativas inviables y seleccionar las más prometedoras para análisis posteriores.

El segundo nivel corresponde al estudio de prefactibilidad, que profundiza la investigación a partir de fuentes secundarias para definir las variables principales, como el mercado, las técnicas de producción y la capacidad financiera de los inversionistas.

El tercer y último nivel es el estudio de factibilidad, el más completo de los tres, ya que consiste en un análisis que realizan las empresas para evaluar la viabilidad y el potencial de un nuevo proyecto con base en información de primera mano. Este estudio permite construir los flujos de caja definitivos y determinar con mayor precisión la rentabilidad esperada de la inversión.

El presente trabajo se ubica en el tercer nivel de la preinversión y tiene como propósito determinar las condiciones de viabilidad de mercado, financiera y técnica para la operación de un food truck en La Libertad. Por consiguiente, los resultados obtenidos no serán meras estimaciones, sino que se sustentarán en datos recolectados directamente en el contexto local.

Estudio de mercado

El estudio de mercado es un proceso de investigación que permite a las empresas comprender a fondo un sector específico, consumidores y competencia, con el propósito de analizar la viabilidad de un nuevo producto o servicio, así como identificar oportunidades de crecimiento y tomar decisiones estratégicas informadas (Sánchez Galán, 2015a).

En el presente estudio, el análisis de mercado permitirá conocer si existe una demanda real para un food truck en La Libertad, identificando quiénes serían los potenciales consumidores y qué factores valoran al momento de elegir un lugar para comer. Esta información será clave para determinar si las condiciones del mercado son favorables para la operación de este formato de negocio en el cantón, o si representan un obstáculo para su viabilidad.

Demanda potencial

Según Sánchez Galán (2020), la demanda potencial es el nivel máximo de demanda que se puede alcanzar para un producto o servicio en un mercado determinado bajo condiciones específicas. Es decir, no se trata de lo que la gente compra actualmente, sino de lo que podría comprar si existiera una oferta que se ajuste a sus gustos o necesidades.

En el contexto de La Libertad, la demanda potencial para un food truck está vinculada a dos factores principales: el alto flujo turístico que caracteriza al cantón y la oferta gastronómica local, dominada por productos tradicionales con escasa presencia de opciones saludables. Este desajuste entre la afluencia de visitantes y la oferta disponible es el punto de partida para justificar la viabilidad del proyecto. Por ello, en el estudio de campo se cuantificará esta demanda mediante encuestas que permitan estimar el tamaño real del mercado y sus características específicas.

Competencia

Según Gil (2015), la competencia es la situación en la que diferentes personas, empresas o vendedores compiten entre sí para captar clientes, ofreciendo mejores productos, servicios o precios. Para un negocio de este tipo, la competencia no solo incluye a otros formatos similares, sino también a cualquier establecimiento que ofrezca comida rápida o alimentos preparados en el mismo mercado objetivo.

La competencia en el sector gastronómico está dominada por establecimientos que ofrecen comida tradicional, con una presencia muy limitada de estos emprendimientos móviles. Aunque se han registrado al menos tres iniciativas de este tipo en los últimos años, actualmente solo una se encuentra en operación, lo que evidencia que el modelo, por atractivo que parezca, no garantiza el éxito por sí solo.

Esta situación refleja que la competencia para este formato no solo proviene de negocios similares, sino también de la oferta tradicional, que sigue siendo la opción predominante para residentes y visitantes. Comprender esta dinámica permitirá diseñar una propuesta de valor que se diferencie de la oferta existente y se adapte a las preferencias del mercado local.

Preferencias de consumo

Según Sánchez Galán (2015b), las preferencias del consumidor se definen por los bienes o servicios que aportan utilidad a las personas dentro de sus limitaciones presupuestarias. Esto significa que no solo importa lo que la gente quiere, sino también lo que puede pagar y lo que valorará al momento de elegir un producto o servicio.

En el contexto de este formato de negocio, la literatura ha identificado múltiples factores que influyen en la decisión de compra. Por ejemplo, Alkaabi y Mehmood (2025) señalaron que la ubicación estratégica y la atención al cliente son predictores clave del éxito. Por su parte, Choi et al. (2020) identificaron cuatro segmentos de consumidores, lo cual sugiere que no todos los clientes buscan lo mismo al elegir este tipo de establecimiento, pues algunos pueden estar orientados al sabor, la salud, el precio o la conveniencia.

Estos hallazgos indican que, para un emprendimiento de este tipo en La Libertad, los atributos que deben medirse con prioridad son el sabor, la higiene, el precio y la ubicación. Por ello, la encuesta del presente estudio incluirá preguntas orientadas a identificar estas preferencias, así como la frecuencia de consumo esperada y los horarios preferidos por los potenciales clientes.

Estudio técnico

Según Algor Education (s. f.), el estudio técnico evalúa la viabilidad técnica de un proyecto y establece las pautas para su implementación efectiva, incluyendo la determinación del tamaño, la ubicación estratégica, los procesos de producción, la infraestructura y el equipamiento necesarios.

Este análisis es clave porque influye directamente en la capacidad de producción y se relaciona con el estudio de mercado, proporcionando una base sólida para evaluar la factibilidad del proyecto. Con base en la matriz de consistencia, esta dimensión se operacionaliza a través de tres indicadores que se desarrollan a continuación.

Equipamiento

Según Quiroa (2020), los recursos materiales incluyen todos los insumos, materias primas, herramientas, máquinas y equipos necesarios para el proceso productivo. Su correcta administración permite producir de manera rápida, eficiente y al menor costo posible, optimizando el proceso y mejorando la competitividad.

Para que un food truck pueda funcionar de manera legal, segura y eficiente, el equipamiento es indispensable, pues su ausencia puede comprometer la higiene de los alimentos, la seguridad del personal y la viabilidad operativa, además de impedir el cumplimiento de la normativa sanitaria vigente. A continuación, se presentan los principales equipos que conforman el estándar mínimo para la operación de este formato, organizados por categoría y prioridad.

Tabla 2

Equipamiento mínimo necesario para la operación de un food truck.

Categoría	Equipamiento Esencial	Función Principal	Prioridad
Cocción	Parrilla (griddle), freidora, horno de convección, cocina de gas, microondas	Preparación de alimentos y el corazón de la cocina móvil	Alta
Refrigeración y Almacenamiento	Refrigerador bajo mostrador (undercounter), congelador, máquina de hielo, mesa de preparación refrigerada	Conservación de insumos y bebidas a temperaturas seguras	Alta

Ventilación y Seguridad	Campana extractora tipo I (sobre equipos de cocción), sistema de supresión de incendios, extintor Clase K	Eliminación de humos, olores y calor; prevención de incendios	Alta
Fontanería y Saneamiento	Fregaplatos de 3 compartimentos, lavamanos exclusivo, tanques de agua potable y residual, calentador de agua	Lavado de utensilios, higiene del personal y cumplimiento sanitario	Alta
Preparación y Manipulación	Mesa de trabajo de acero inoxidable, procesador de alimentos, licuadora, batidora	Eficiencia en la preparación y consistencia de los alimentos	Alta
Servicio y Tecnología	Sistema POS (punto de venta), generador eléctrico, vajilla desechable, luces	Gestión de pedidos, pagos y suministro eléctrico	Media
Seguridad y Limpieza	Botiquín de primeros auxilios, contenedores de residuos, guantes, delantales, limpiador	Protección del personal y mantenimiento de la higiene	Media

Nota. Equipamiento mínimo requerido para la operación de un food truck.

Para un food truck, la selección del equipamiento debe priorizar, en primer lugar, el cumplimiento de la normativa local, según la Guía de GoFoodservice (2026) advierte que la refrigeración de tamaño insuficiente y una ventilación inadecuada son las causas más comunes de fallos en las inspecciones sanitarias.

Capacidad operativa

Según Jacobs y Chase (2018), la capacidad operativa se define como la cantidad de producción que un sistema es capaz de generar durante un periodo específico. En el caso de este formato de negocio, esta capacidad se traduce en el número máximo de pedidos que se pueden preparar y entregar en un periodo de tiempo, considerando las limitaciones del espacio del vehículo, el equipamiento instalado, el número de empleados y la velocidad de preparación de los platos.

En La Libertad, la capacidad operativa de este tipo de servicio debe dimensionarse considerando los picos de demanda turística, especialmente durante la temporada alta, donde el volumen de ventas puede incrementar significativamente. Un cálculo adecuado de la

capacidad operativa permite optimizar los recursos y garantizar que el servicio pueda atender la demanda sin afectar la calidad.

Cumplimiento de requisitos sanitarios

El cumplimiento de requisitos sanitarios se refiere a la adopción de prácticas y condiciones que garanticen la inocuidad de los alimentos, desde su recepción hasta su entrega al consumidor. En Ecuador, la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA) exige que todos los establecimientos de alimentos cumplan con las Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que incluyen controles de temperatura, limpieza y desinfección, manejo de residuos y control de plagas (ARCSA, 2025).

Para un food truck, el cumplimiento de estos requisitos es obligatorio e indispensable. Esto implica disponer de un lavamanos exclusivo, tanques de agua potable y residual, un sistema de ventilación adecuado y un plan de limpieza documentado. Además, el personal debe contar con el carné de manipulación de alimentos vigente. El incumplimiento de estas normas puede derivar en multas, clausuras o sanciones que afecten la viabilidad del proyecto. Es importante mencionar que este apartado presenta una síntesis de los principales requisitos, mientras que el desarrollo normativo detallado se abordará en el marco legal del Capítulo I.

Estudio Legal

Permisos necesarios

Según Pavón Romero (2021), los permisos son actos administrativos mediante los cuales se remueve un impedimento legal para el ejercicio de un derecho. Para un negocio de este tipo, los permisos necesarios incluyen el Permiso de Funcionamiento Sanitario, la Patente Municipal y el Permiso de Uso de Espacio Público, entre otros. La obtención de estos permisos es fundamental para garantizar la viabilidad legal del proyecto, pues sin ellos el emprendimiento no puede operar de manera formal y se expone a sanciones o clausuras.

No obstante, la ausencia de una ordenanza municipal específica para este formato en el cantón genera incertidumbre sobre los requisitos exactos y las zonas autorizadas para operar, lo que puede desincentivar a los emprendedores. Por tal motivo, en el presente estudio se identificarán y analizarán cada uno de los permisos necesarios para operar este tipo de establecimiento en La Libertad, con el fin de proporcionar una guía clara para los futuros emprendedores.

Normativas a cumplir

Según López Cabia (2017), el cumplimiento normativo es una función de las empresas para garantizar que se respeten las normas y se cumplan las leyes vigentes. Su función es asesorar, vigilar y monitorear los riesgos de posibles incumplimientos legales. El cumplimiento de estas normativas es obligatorio y su incumplimiento puede derivar en multas o la suspensión de actividades.

Para el food truck en La Libertad, el cumplimiento de estas normativas es indispensable para operar de manera formal y evitar sanciones. Además, el conocimiento de las normativas aplicables permitirá al emprendedor diseñar un plan de operación que cumpla con todos los requisitos legales, desde la manipulación de alimentos hasta las condiciones laborales del personal. En consecuencia, en el presente estudio se revisarán las normativas vigentes y se elaborará un resumen de los requisitos aplicables, lo que facilitará el cumplimiento de las obligaciones legales por parte del emprendedor.

Impedimentos legales

Desde la perspectiva del derecho mercantil, los impedimentos legales son aquellas restricciones o prohibiciones establecidas por la ley que limitan el ejercicio de una actividad comercial. El Código de Comercio establece que no podrán ejercer el comercio, entre otros, los sentenciados a pena de interdicción civil, los declarados en quiebra mientras no hayan obtenido rehabilitación, y los que por leyes especiales no puedan comerciar (Código de Comercio, s. f.).

Para estos negocios móviles, un impedimento común es la falta de una ordenanza municipal específica que regule su funcionamiento, lo que genera incertidumbre sobre las zonas autorizadas y los requisitos para operar. Por tal motivo, en el presente estudio se identificarán los principales impedimentos legales que podrían afectar la operación de este formato en La Libertad, para proponer estrategias que los mitiguen y faciliten la toma de decisiones de los futuros emprendedores.

Estudio Financiero

Los aspectos financieros tienen como propósito determinar la viabilidad económica del proyecto, esto es, si los flujos de efectivo proyectados permiten recuperar la inversión, cubrir los costos operativos y generar una rentabilidad atractiva para el emprendedor (N. Sapag Chain & R. Sapag Chain, 2008).

El análisis financiero permitirá conocer si el proyecto es rentable y en qué plazo se recuperará la inversión, datos clave para la toma de decisiones fundamentadas. Con base en la matriz de consistencia, esta dimensión se operacionaliza a través de tres indicadores: inversión inicial, punto de equilibrio y rentabilidad esperada.

Inversión inicial

La inversión inicial es el conjunto de gastos que una empresa debe realizar para empezar a operar, incluyendo la adquisición de activos, equipos y los trámites administrativos necesarios para iniciar su actividad (Westreicher, 2020). Para un food truck, abarca desde la compra del vehículo y el equipamiento, hasta la obtención de licencias y el capital de trabajo inicial.

En el presente estudio, la inversión inicial del food truck se determinará a partir de cotizaciones reales de vehículos y equipos, así como de los costos de permisos y licencias necesarios para operar en La Libertad. Esto permitirá establecer un monto realista y actualizado de los recursos necesarios para iniciar el proyecto.

Punto de equilibrio

El punto de equilibrio es el volumen de ventas que una empresa necesita alcanzar para cubrir todos sus costos, sin generar ni pérdidas ni ganancias. Su conocimiento es fundamental para determinar el mínimo necesario para mantenerse en el mercado (Rus Arias, 2020).

El cálculo del punto de equilibrio permitirá determinar cuántos combos debe vender diariamente para cubrir sus costos operativos, considerando los precios de los productos y los costos variables y fijos. Esta información será clave para establecer metas de ventas realistas y evaluar la sostenibilidad del negocio a corto plazo.

Indicadores de rentabilidad

Valor Actual Neto (VAN)

El valor actual neto (VAN) es un criterio de inversión que consiste en actualizar los cobros y pagos de un proyecto para conocer cuánto se va a ganar o perder con esa inversión (Velayos Morales, 2014a). En esencia, el VAN calcula el valor presente de todos los ingresos y gastos futuros de un proyecto, y su resultado es un valor monetario que indica el valor que generaría el proyecto.

Fórmula del VAN:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

- F_t = Es el flujo de dinero en cada periodo de tiempo
- I_0 = es la inversión realiza en el momento inicial
- n = es el número de periodos de tiempo
- k = es el tipo de descuento o tipo de interés exigido a la inversión

El VAN sirve para generar dos tipos de decisiones. En primer lugar, ver si una inversión es rentable: por ejemplo, si el VAN es mayor que 0, el proyecto generará beneficios. En segundo lugar, comparar inversiones. Si el VAN es igual a 0, el proyecto no genera beneficios ni pérdidas; y si es menor que 0, el proyecto genera pérdidas, por lo que deberá ser rechazado.

Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad esperada que ofrece una inversión y se mide en porcentaje sobre la inversión realizada. Cuánto más alta es la TIR mayor es la rentabilidad esperada de la inversión. Está muy relacionada con el valor actualizado neto (VAN). De hecho, la TIR también se define como el valor de la tasa de descuento que hace que el VAN sea igual a cero (Sevilla Arias, 2014).

Fórmula de la TIR:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

- F_t = flujo de dinero en cada periodo de tiempo
- I_0 = inversión inicial
- n = número de periodos de tiempo

Cuando la tasa de descuento es superior al TIR, el proyecto no es viable porque nos cuesta más financiar el proyecto, que los beneficios a largo plazo por la inversión supongamos

un ejemplo si la TIR resulta que es igual a un 5% pero mi tasa de descuento es de un 12%, el proyecto no es será viable, pero por otro lado si el valor de la TIR es mayor a mi tasa de descuento significa que el proyecto generará beneficios en el futuro.

Período de recuperación (payback)

El payback o plazo de recuperación es un criterio para evaluar inversiones que se define como el periodo de tiempo requerido para recuperar el capital inicial de una inversión. Es un método estático para la evaluación de inversiones (Velayos Morales, 2014b).

Fórmula del Payback:

$$Payback = \frac{I_0}{F}$$

- I_0 = inversión inicial
- F = es el valor de los flujos de caja

Si, por el contrario, los flujos de caja no son iguales habrá que ir restando a la inversión inicial los flujos de caja de cada periodo, hasta que lleguemos al periodo en que recuperamos la inversión. Entonces aplicamos la siguiente fórmula:

$$Payback = a + \frac{I_0 - b}{F_t}$$

- a = es el número del periodo inmediatamente anterior hasta recuperar el desembolso inicial
- I_0 = inversión inicial del proyecto
- b = es la suma de los flujos hasta el final del periodo «a»
- F_t = es el valor del flujo de caja del año en que se recupera la inversión

El payback permite calcular el número de periodos necesarios para recuperar el desembolso inicial de una inversión. Se trata de un criterio de liquidez y riesgo fundamental a la hora de decidir si un proyecto resulta aceptable o debe ser rechazado.

Operación y gestión

Estructura organizacional

La estructura organizacional es el sistema formal de tareas, funciones y responsabilidades que define cómo se coordina el trabajo en una organización (Chiavenato, 2009). En el contexto de un food truck, esta estructura suele ser simple y flexible, con roles claramente definidos para garantizar una operación eficiente en un espacio reducido.

El propietario o gerente general asume la responsabilidad de la planificación estratégica, la gestión financiera y la toma de decisiones clave. El personal de cocina, por su parte, se encarga de la preparación de los alimentos, el mantenimiento del equipamiento y el cumplimiento de las normas sanitarias. Finalmente, el personal de atención al cliente gestiona los pedidos, el cobro y la interacción con los consumidores, asegurando una experiencia positiva que fomente la fidelización. Esta estructura permite una operación ágil y coordinada, adaptándose a los picos de demanda turística sin comprometer la calidad del servicio.

Modelo de operación

El modelo de operación describe el flujo de trabajo de un negocio, desde la recepción de los insumos hasta la entrega del producto final al cliente (Heizer & Render, 2008). En un food truck, este modelo se caracteriza por su simplicidad y rapidez, pues el espacio reducido exige una organización precisa de las tareas para evitar cuellos de botella. El proceso comienza con la recepción y almacenamiento de los insumos en condiciones adecuadas de refrigeración y limpieza. Luego, el personal de cocina prepara los platos al momento, siguiendo los estándares de calidad e higiene establecidos. Simultáneamente, el personal de atención al cliente recibe los pedidos, gestiona los pagos y entrega los productos en el menor tiempo posible. Este modelo debe estar diseñado para atender los picos de demanda turística, priorizando la rapidez y la calidad del servicio para garantizar la satisfacción del cliente.

Estrategias de ubicación y movilidad

La ubicación estratégica es un factor determinante para el éxito de este modelo de negocio, pues influye directamente en la visibilidad, el acceso a los clientes y el volumen de ventas (Alkaabi & Mehmood, 2025). Por ello, la selección de los puntos de operación debe basarse en un análisis detallado de la demanda, la competencia y las regulaciones municipales. En el contexto de La Libertad, los puntos de mayor afluencia turística, como el malecón, el Paseo Shopping y Buenaventura Moreno, representan opciones prioritarias para la ubicación de este formato. Además, la movilidad del vehículo permite adaptarse a eventos

especiales y a la estacionalidad turística, maximizando las oportunidades de venta. La combinación de ubicaciones estratégicas y una adecuada planificación de la movilidad permitirá al negocio captar tanto a residentes como a visitantes, asegurando la sostenibilidad del emprendimiento a largo plazo.

Fundamentos Legales

El ordenamiento jurídico ecuatoriano se organiza en una pirámide jerárquica donde cada norma debe ajustarse a la de nivel superior. Para un food truck, la normativa aplicable se estructura desde la Constitución hasta las ordenanzas cantonales, abarcando los ámbitos constitucional, sanitario, municipal, tributario, laboral y ambiental.

Ámbito Constitucional

La Constitución de la República del Ecuador sienta las bases que todo emprendimiento gastronómico debe observar (Constitución de la República del Ecuador, 2008).

1) Soberanía alimentaria y derecho a la alimentación (arts. 13, 281 y 282)

- El artículo 13 de la Constitución garantiza el derecho de las personas y colectividades al acceso seguro y permanente a alimentos sanos, suficientes y nutritivos, preferentemente producidos a nivel local y en correspondencia con sus tradiciones culturales.

- El artículo 281 declara a la soberanía alimentaria como un objetivo estratégico del Estado, imponiéndole la responsabilidad de impulsar la producción agroalimentaria nacional, adoptar políticas fiscales y arancelarias que protejan al sector, y promover la preservación de la agrobiodiversidad y los saberes ancestrales.

- El artículo 282 complementa esta disposición al normar el uso y acceso a la tierra, prohibiendo el latifundio y la concentración de la propiedad, y regulando el manejo del agua de riego bajo principios de equidad y sostenibilidad ambiental.

2) Derecho a la salud y al ambiente sano (arts. 14 y 32)

El artículo 14 de la Constitución reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir (sumak kawsay). Esta disposición declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados.

El artículo 32 garantiza el derecho a la salud, vinculándolo al ejercicio de otros derechos como el agua, la alimentación, el trabajo y la seguridad social. El Estado debe asegurar el acceso permanente y sin exclusión a programas y servicios de promoción y atención integral de salud, con enfoque de género y generacional.

3) Protección del consumidor (art. 52)

El artículo 52 de la Constitución establece que las personas tienen derecho a disponer de bienes y servicios de óptima calidad y a elegirlos con libertad, así como a recibir información precisa y no engañosa sobre su contenido y características. La misma norma dispone que la ley establecerá los mecanismos de control de calidad, los procedimientos de defensa de los consumidores y las sanciones por vulneración de estos derechos, incluyendo la reparación e indemnización por deficiencias, daños o mala calidad de bienes y servicios, así como por la interrupción injustificada de servicios públicos.

4) Libertad de empresa y derecho al trabajo (arts. 283 y 284)

El artículo 283 define al sistema económico ecuatoriano como social y solidario, reconociendo al ser humano como sujeto y fin del mismo. Este sistema se integra por las formas de organización económica pública, privada, mixta, popular y solidaria, incluyendo a los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios.

El artículo 284 enumera los objetivos de la política económica, entre los que destacan: la productividad, la incentivación de la producción nacional y competitividad sistémicas; impulsar el pleno empleo valorando todas las formas de trabajo con respeto a los derechos laborales; y propiciar un consumo social y ambientalmente responsable.

Ámbito Sanitario

La base del control sanitario para establecimientos de alimentos en Ecuador es la Ley Orgánica de Salud. Esta ley faculta a la Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA), como entidad rectora adscrita al Ministerio de Salud Pública, para regular y vigilar todos los procesos de fabricación, almacenamiento, distribución y comercialización de alimentos para consumo humano (ARCSA, 2025). Para un emprendimiento de food truck, el cumplimiento de este marco sanitario es obligatorio y se estructura en los siguientes pilares:

1) Permiso de Funcionamiento Sanitario

Este es el requisito mínimo para operar, pues se trata de una autorización anual que se tramita en línea a través del portal oficial www.controlsanitario.gob.ec. A diferencia del Registro Único de Contribuyentes (RUC) o la patente municipal, este permiso certifica que el establecimiento cumple con las condiciones sanitarias para la manipulación y expendio de alimentos. La falta de este permiso es una de las causas más comunes de clausura durante los operativos de control.

2) Buenas Prácticas de Manufactura (BPM)

La normativa de la ARCSA exige la implementación de un sistema de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM) que garantice la inocuidad de los alimentos desde su recepción hasta su entrega al consumidor, esto incluye obligatoriamente:

- **Control de temperaturas:** Mantener cadenas de frío en alimentos perecederos y temperaturas de cocción adecuadas para eliminar microorganismos patógenos.
- **Limpieza y desinfección:** Contar con programas documentados para la limpieza de superficies, utensilios y equipos, utilizando productos que tengan registro sanitario vigente.
- **Manejo de residuos:** Gestionar adecuadamente los desechos sólidos y líquidos para evitar la proliferación de plagas y contaminación.
- **Control de plagas:** Implementar un plan preventivo (trampas, sellado de rendijas) que evite la presencia de roedores o cucarachas, un hallazgo que genera clausura inmediata.

3) Carné de Manipulación de Alimentos

Todo el personal que tenga contacto directo con los alimentos debe contar con un carné de manipulación de alimentos vigente. Este documento, que se puede obtener a través de la ARCSA o del Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP), acredita que el equipo ha sido capacitado en temas fundamentales como higiene personal, prevención de contaminación cruzada y conservación de alimentos.

4) Inspecciones y Sanciones

La ARCSA realiza inspecciones periódicas sin previo aviso para verificar el cumplimiento de las condiciones higiénico-sanitarias. Durante estas visitas, los inspectores levantan un acta con sus observaciones. Si se detectan incumplimientos que no representan un riesgo grave, se concede un plazo para su enmienda. En cambio, hallazgos graves como la presencia de plagas, la falta de un lavamanos funcional, productos caducados o la ausencia del permiso de funcionamiento, derivan en la aplicación de medidas provisionales de protección que incluyen la clausura temporal o definitiva del establecimiento, el decomiso de productos o la suspensión de actividades. Reportes de la ARCSA indican que esta medida es cada vez más frecuente; solo en 2024 se clausuraron 197 restaurantes en todo el país (Zambrano, 2024).

Ámbito Municipal y Uso del Espacio Público

La operación de un food truck en el cantón La Libertad se encuentra bajo la competencia exclusiva de su Gobierno Autónomo Descentralizado (GAD) Municipal, en virtud de lo dispuesto en el Código Orgánico de Organización Territorial, Autonomía y Descentralización (COOTAD). Para un emprendimiento de este tipo, esto implica la necesidad de obtener las siguientes autorizaciones de origen municipal (Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad, 2019).

1) Patente Municipal:

Es el permiso que otorga el GAD para el funcionamiento de toda actividad comercial dentro de su jurisdicción. Es un requisito independiente del permiso sanitario de la ARCSA o del RUC.

2) Permiso de Uso de Espacio Público:

Dado que un food truck opera en la vía pública, es indispensable obtener una autorización específica del GAD, regulada por la "Ordenanza Sustitutiva que regula, controla y administra la ocupación, utilización de la vía, espacios públicos y bienes de propiedad municipal del cantón La Libertad". Esta ordenanza establece en su Artículo 26 los tipos de permisos (eventuales, temporales y anuales) para la ocupación de la vía y espacios públicos. Para un food truck, el permiso más adecuado sería el "anual" (Art. 26.3), destinado a la "venta de productos y servicios" (Art. 26.3.c). Sus requisitos se detallan en el Artículo 27.2:

- Pago de tasa por servicios administrativos.

- Solicitud dirigida al Alcalde del GAD Municipal.
- Copia de cédula de ciudadanía, papeleta de votación y número de teléfono.
- Certificado de no ser deudor del GAD municipal.
- Autorización del propietario del inmueble que dé frente al espacio en la vía pública utilizado.

3) Prohibiciones y sanciones:

La ordenanza establece en su Artículo 67 las prohibiciones relacionadas con el uso del espacio público. Es relevante señalar la prohibición de "kioscos de comidas y bebidas" en zonas comerciales y regeneradas, y dentro de los 500 metros alrededor de los mercados y centros comerciales municipales. Un food truck, al ser un vehículo, no se considera un "kiosco", pero la Dirección de Justicia, Policía y Vigilancia es la encargada de otorgar los permisos y deberá determinar si aplican restricciones similares.

Ámbito tributario y régimen simplificado (RIMPE)

El food truck, como emprendimiento individual, debe registrarse en el Servicio de Rentas Internas (SRI) y obtener el Registro Único de Contribuyentes (RUC) como persona natural con actividad económica. Dado que los ingresos brutos anuales proyectados no superarían los \$ 300.000, el emprendedor puede acogerse al Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE), creado mediante la Ley Orgánica para el Desarrollo Económico y la Sostenibilidad Fiscal, vigente desde enero de 2022. Este régimen simplifica las obligaciones tributarias de los pequeños contribuyentes y busca promover la formalización de los negocios.

Sus principales obligaciones son:

- Los Comprobantes electrónicos
- El Impuesto a la Renta
- El IVA

Además, se debe verificar que la actividad de venta de alimentos preparados no esté dentro de las actividades excluidas del RIMPE (SRI, s. f.).

Ámbito laboral y seguridad social

Si el emprendedor contrata personal, deberá cumplir con las obligaciones establecidas en el Código del Trabajo (Asamblea Nacional del Ecuador, 2005) y ante el Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social (IESS, 2024). Las principales obligaciones son:

1) La Afiliación al IESS:

Desde el primer día de labores ya que todo trabajador bajo relación de dependencia debe ser afiliado desde el inicio de sus actividades y sin excepción.

2) Los Aportes mensuales:

Los trabajadores afiliados en relación de dependencia aportan el 9,45% de su salario, mientras que los empleadores cubren el 11,15% del salario básico unificado (SBU). Con el nuevo sueldo básico, el descuento mensual para el trabajador aumentará de \$ 44,42 a \$ 45,55, un incremento de \$ 1,13 destinado a financiar salud, pensiones y cesantías. El aporte patronal también subirá: de \$ 52,41 a \$ 53,74 mensuales desde enero de 2026 (Proaño, 2025).

3) Registro de novedades

El empleador debe informar al IESS sobre altas, bajas y modificaciones de los trabajadores dentro de los plazos establecidos.

4) Certificado de Cumplimiento de Obligaciones Patronales

El empleador debe mantener actualizado este certificado, que se obtiene en línea a través del portal del IESS, para acreditar que no se encuentra en mora.

Marco ambiental y gestión de residuos

El food truck debe cumplir con la Ley Orgánica para la Racionalización, Reutilización y Reducción de Plásticos de un Solo Uso (Asamblea Nacional del Ecuador, 2020), que prohíbe la fabricación, importación, comercialización y entrega de plásticos de un solo uso, incluyendo sorbetes, fundas, vasos, platos, cubiertos y envases de tecnopor.

En consecuencia, se deben utilizar envases biodegradables (papel, cartón, fibra de caña, almidón de maíz) y utensilios de materiales sostenibles (bambú, madera certificada). Adicionalmente, el negocio debe implementar un sistema básico de gestión de residuos que incluya:

- Depósitos diferenciados para orgánicos, reciclables y no reciclables.
- Manejo adecuado de aceites usados.
- Limpieza y desinfección diaria del área de trabajo.

El incumplimiento de estas obligaciones puede derivar en sanciones económicas, suspensión o cancelación de permisos, clausura del establecimiento, inhabilitación para contratar con el Estado, intereses de mora y responsabilidad civil patronal ante accidentes laborales no cubiertos por el seguro.

Estándares voluntarios y responsabilidad social

Aunque no son de cumplimiento obligatorio, la adopción de estándares internacionales y prácticas de responsabilidad social puede fortalecer la competitividad del food truck y alinearse con los principios constitucionales de solidaridad y respeto al ambiente.

Normas ISO

➤ La ISO 9001:

Los sistemas de gestión de calidad permiten estandarizar procesos y mejorar la satisfacción del cliente.

➤ La ISO 14001:

El sistema de gestión ambiental facilita la identificación y reducción de impactos ambientales, como el control de residuos y consumo de combustible.

Aunque la certificación formal tiene costos, el emprendimiento puede comenzar por adoptar sus principios como parte de su plan operativo (*ISO 9001*, 2015; *ISO 14001*, 2015).

Responsabilidad Social Empresarial (RSE)

En el sector gastronómico, la RSE puede manifestarse en varios puntos por ejemplo el uso de envases biodegradables, comprar ingredientes locales, ofrecer condiciones laborales dignas y transparencia en la información para nuestros consumidores. Estudios recientes indican que las empresas que adoptan prácticas socialmente responsables mejoran su reputación y acceso a financiamiento (Ponce Iturralde & Cevallos Bravo, 2024).

Capítulo II

Metodología

Diseño de la investigación

Según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), la metodología de la investigación se refiere al conjunto de procedimientos, técnicas y herramientas utilizadas para llevar a cabo una investigación de manera sistemática y organizada, garantizando la validez y confiabilidad de los resultados. Por ello, el presente capítulo describe el camino metodológico seguido para evaluar la viabilidad de la operación de un food truck en La Libertad, detallando el diseño de investigación, los métodos aplicados, la población y muestra, así como las técnicas e instrumentos utilizados para la recolección y análisis de datos.

El diseño de investigación, según Ruiz Mitjana (2019), es un conjunto de técnicas y métodos que escoge un investigador para llevar a cabo un proyecto de investigación. El diseño adoptado en el presente estudio fue no experimental y de corte transversal. Fue no experimental porque no se manipularon deliberadamente las variables; los fenómenos se observaron en su contexto natural para su posterior análisis. Fue transversal porque la recolección de datos se realizó en un solo momento y en un tiempo único, con el propósito de describir y analizar la viabilidad del proyecto en las condiciones actuales del cantón La Libertad.

El estudio adoptó un enfoque mixto, con predominio cuantitativo y un componente cualitativo complementario. El enfoque cuantitativo permitió medir y cuantificar la demanda potencial, las preferencias de consumo y la disposición a pagar mediante una encuesta estructurada aplicada a 383 residentes y visitantes de La Libertad. Este enfoque, según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), se basa en la recolección de datos para probar hipótesis con base en la medición numérica y el análisis estadístico, lo cual resultó adecuado para los objetivos del presente estudio. El componente cualitativo se incorporó a través de una entrevista semiestructurada dirigida al propietario del único establecimiento de este tipo en operación en el cantón, con el fin de obtener información de primera mano sobre su experiencia, desafíos operativos y percepción del contexto local.

En cuanto al alcance de la investigación, Sybing (s. f.) señala que el alcance indica lo que los investigadores están observando y lo que no, proporcionando el contexto necesario para comprender cómo se llevó a cabo el estudio y qué conclusiones generó. En el presente estudio, el alcance fue de tipo descriptivo, pues se buscó caracterizar la oferta y demanda

actual de comida rápida en La Libertad, identificar los requisitos técnicos y legales para la operación de este formato, y detallar los indicadores financieros para determinar su viabilidad.

Métodos de investigación

Para alcanzar los objetivos propuestos se emplearon los siguientes métodos

Método analítico-sintético

Según Rodríguez Jiménez y Pérez Jacinto (2017), el método analítico-sintético se refiere a dos procesos intelectuales inversos que operan en unidad. El primero es el análisis, un procedimiento lógico que permite descomponer mentalmente un todo en sus partes, cualidades, relaciones y componentes. El segundo es la síntesis, la operación inversa, que establece la unión o combinación de las partes previamente analizadas, permitiendo descubrir relaciones y características generales entre los elementos de la realidad.

En la investigación cuantitativa, este método se caracteriza por descomponer el fenómeno de estudio en variables y dimensiones específicas que pueden ser medidas y analizadas por separado. En el presente estudio, el método analítico-sintético permitió descomponer el objeto de estudio en sus dimensiones para analizarlas individualmente y luego integrarlas en una visión global que facilitó la interpretación de los resultados.

Método inductivo

El método inductivo es un procedimiento científico que deriva conclusiones generales a partir de premisas individuales, recolectando datos específicos a través de la observación y la experimentación para formular una conclusión aplicable a todos los casos similares (Narvaez, 2024).

El razonamiento inductivo permitió transitar de lo particular a lo general, construyendo conocimiento a partir de los datos recabados. Así, a partir de los resultados obtenidos en las encuestas, se infirieron las características de la demanda potencial y las preferencias de consumo de los residentes y visitantes de La Libertad, generalizando los hallazgos de la muestra a la población de estudio.

Método estadístico. -

El método estadístico es una representación simplificada de algún proceso complejo, creado para simplificar el análisis cuantitativo de las variantes involucradas en un proceso (Marketing, 2021).

Este método es fundamental en la ruta cuantitativa, pues permite describir los datos recolectados y realizar inferencias sobre la población a partir de los resultados obtenidos en la muestra. En el presente estudio se aplicó para el procesamiento de los datos cuantitativos de las encuestas, así como para calcular la muestra representativa y elaborar tablas y gráficos que permitieran interpretar la demanda y las preferencias del consumidor, lo que garantizó la validez y confiabilidad de los resultados.

Población y muestra

Según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), la población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. En coherencia con esta definición, la población del estudio estuvo constituida por los residentes y visitantes del cantón La Libertad. De acuerdo con el Censo de Población y Vivienda 2022 del INEC (2022), La Libertad cuenta con 112.247 habitantes.

Se consideró como criterio de elegibilidad que los encuestados fueran mayores de 18 años, por ser este el inicio de la mayoría de edad y de la capacidad legal para realizar transacciones comerciales de manera independiente. No se distinguió entre residentes permanentes y visitantes temporales, ya que ambos grupos fueron considerados en el estudio de campo.

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{e^2 (N - 1) + Z^2 \times P \times q}$$

Donde:

$Z=1,96$

$p=0,5$

$q=0,5$

$e = 0,05$

$N = 112.247$

$$n = \frac{(1,96)^2 \times 0,5^2 \times 0,5 \times 112.247}{(0,05)^2 * (112.247-1) + (1,96)^2 \times 0,5 \times 0,5} = 383 \text{ encuestas}$$

Reemplazando los valores:

Reemplazando los valores se obtuvo una muestra de 383 encuestas. Para la selección de la muestra, se empleó un **tipo de muestreo** no probabilístico por conveniencia, aplicando las encuestas a residentes y visitantes mayores de 18 años que se encontraban en los puntos de

43 mayor afluencia del cantón (Malecón, Paseo Shopping, avenida principal hacia Santa Elena y zonas feriales) durante el período de levantamiento de datos.

Recolección y Procesamiento de los datos

Para la recolección de información primaria, se emplearon dos técnicas de investigación: la encuesta y la entrevista semiestructurada.

Técnicas

La encuesta es una técnica cuantitativa que, según Casas Anguita et al. (2003), consiste en un procedimiento estandarizado para recoger y analizar datos de una muestra representativa de una población. Su propósito es obtener información numérica sobre variables de interés, permitiendo describir características, medir actitudes y establecer relaciones entre variables.

La guía de entrevista, por su parte, es una técnica cualitativa que se basa en un guion de preguntas abiertas, pero con flexibilidad para profundizar en las respuestas del entrevistado (Díaz-Bravo et al., 2013). Su objetivo es comprender las percepciones, experiencias y opiniones de los actores clave, aportando una perspectiva profunda que complementa los datos cuantitativos.

Instrumentos

Los instrumentos utilizados para la recolección de datos fueron un cuestionario para la encuesta y una guía de entrevista para la entrevista semiestructurada. El cuestionario es un instrumento cuantitativo que, según Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018), consiste en un conjunto de preguntas estandarizadas que permiten medir variables y obtener información numérica de una muestra representativa. La guía de entrevista, por su parte, es un instrumento cualitativo que contiene un conjunto de preguntas abiertas y flexibles, organizadas por temas, que guían la conversación con el entrevistado sin limitar su libertad de expresión (Díaz-Bravo et al., 2013). Su propósito es explorar percepciones, experiencias y opiniones de actores clave.

En el presente estudio, se aplicó un cuestionario estructurado con 13 preguntas cerradas, organizadas en escalas nominal, ordinal y de intervalo, distribuidas en cinco secciones: datos sociodemográficos, hábitos de consumo, preferencias hacia el food truck, disposición a pagar y percepción final. Las preguntas fueron de selección múltiple y escala de Likert (1 a 5), lo que permitió obtener información cuantitativa sobre las variables de interés. El cuestionario se aplicó a 383 residentes y visitantes mayores de 18 años en los puntos de mayor afluencia del cantón.

Adicionalmente, como parte del componente cualitativo, se aplicó una guía de entrevista semiestructurada al propietario del único food truck en operación en el cantón La Libertad. La entrevista se realizó en el mes de agosto de 2026 y tuvo una duración aproximada de 30 minutos. Las preguntas se orientaron a conocer su experiencia operativa, los desafíos enfrentados, su percepción sobre la normativa municipal y sus recomendaciones para futuros emprendedores. Las respuestas fueron registradas mediante notas de campo, ya que el entrevistado no autorizó la grabación de audio por motivos de seguridad.

Para garantizar la validez y confiabilidad del instrumento cuantitativo, el cuestionario se sometió a juicio de expertos, quienes evaluaron la claridad, pertinencia y redacción de las preguntas. Posteriormente, los datos recolectados fueron tabulados y procesados con herramientas como Excel y Google Forms, calculando frecuencias, porcentajes y medidas de tendencia central para el análisis cuantitativo de la información.

Los datos cualitativos obtenidos de la entrevista fueron analizados mediante un análisis de contenido temático, que consistió en la identificación, codificación y agrupación de las respuestas del entrevistado en categorías relacionadas con los desafíos operativos, la normativa municipal y la percepción sobre la viabilidad del formato. Este análisis permitió complementar y contrastar los hallazgos cuantitativos de la encuesta, enriqueciendo la discusión de los resultados.

Validación de instrumentos

Hernández Sampieri y Mendoza Torres (2018, pp. 230-235) señalan que la validez de expertos también denominada *face validity* se refiere al grado en que un instrumento mide la variable de interés de acuerdo con voces calificadas, y se establece mediante su evaluación por parte de especialistas. Asimismo, estos autores vinculan este tipo de validez con la validez de contenido, entendida como el grado en que un instrumento refleja el dominio específico de contenido que se pretende medir.

Los instrumentos de recolección de datos fueron validados mediante el método de juicio de expertos, quienes evaluaron la claridad, pertinencia y redacción de las preguntas. Con base en sus observaciones, se ajustaron los instrumentos antes de aplicarlos en el trabajo de campo.

Capítulo III

Resultados y Discusión

En el presente capítulo se exponen los hallazgos obtenidos a partir del tguía de entrevistaguía de entrevistarabajo de campo, los cuales permiten dar respuesta a los objetivos específicos planteados en la investigación.

Para el **análisis de datos** se realizó un levantamiento de información primaria, donde se aplicaron 383 encuestas a residentes y visitantes mayores de 18 años en los puntos de mayor afluencia del cantón La Libertad, entre ellos el Malecón, el Paseo Shopping, la avenida principal hacia Santa Elena y las zonas feriales. A continuación, se presentan los resultados obtenidos para cada una de las preguntas del cuestionario.

Análisis de los resultados de la encuesta

Pregunta 1: ¿En qué rango de edad se encuentra?

Tabla 3

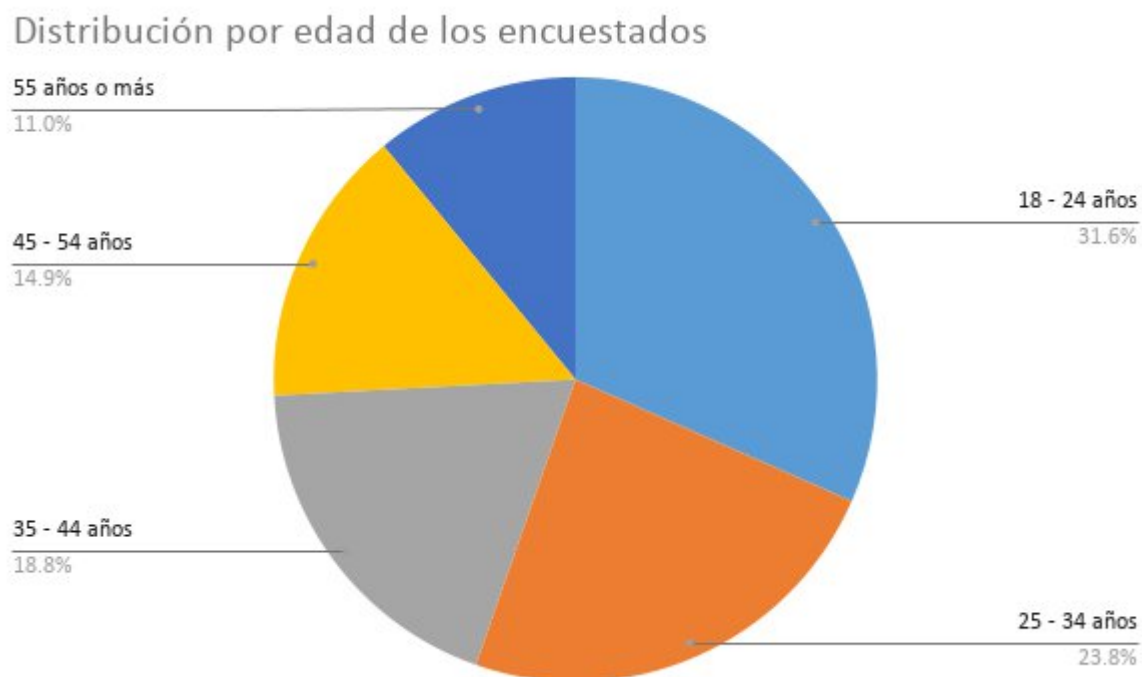
Rango de edad de los encuestados

Rango de edad	Frecuencia	Porcentaje (%)
18 - 24 años	121	31,59%
25 - 34 años	91	23,76%
35 - 44 años	72	18,80%
45 - 54 años	57	14,88%
55 años o más	42	10,97%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 1.

Gráfico de los datos obtenidos.



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 1 y su tabla correspondiente presentan la distribución de los encuestados según su rango de edad. Se observa que los grupos etarios se encuentran equilibrados, con una ligera mayoría en el rango de 18 a 24 años (121 respuestas, 31,59%), seguido de cerca por el grupo de 25 a 34 años (91 respuestas, 23,76%). Los rangos de 35 a 44 años, 45 a 54 años y 55 años o más presentan frecuencias de 71, 57 y 42, respectivamente.

Estos resultados reflejan que la muestra es homogénea en términos de edad, lo que evidencia que el food truck tiene potencial para atraer a un público amplio y variado, sin limitarse a un solo segmento etario. Esta diversidad etaria es favorable para el proyecto, pues permite ofrecer un menú y una estrategia de comunicación que pueda adaptarse a diferentes grupos generacionales, desde jóvenes adultos hasta adultos mayores. Sin embargo, la leve concentración en el grupo de 18 a 34 años señala que las estrategias de marketing digital y redes sociales podrían ser particularmente efectivas, ya que este segmento es el que presenta mayor afinidad con estos canales.

Pregunta 2: ¿Usted es residente de?

Tabla 4:

Lugar de residencia de los encuestados

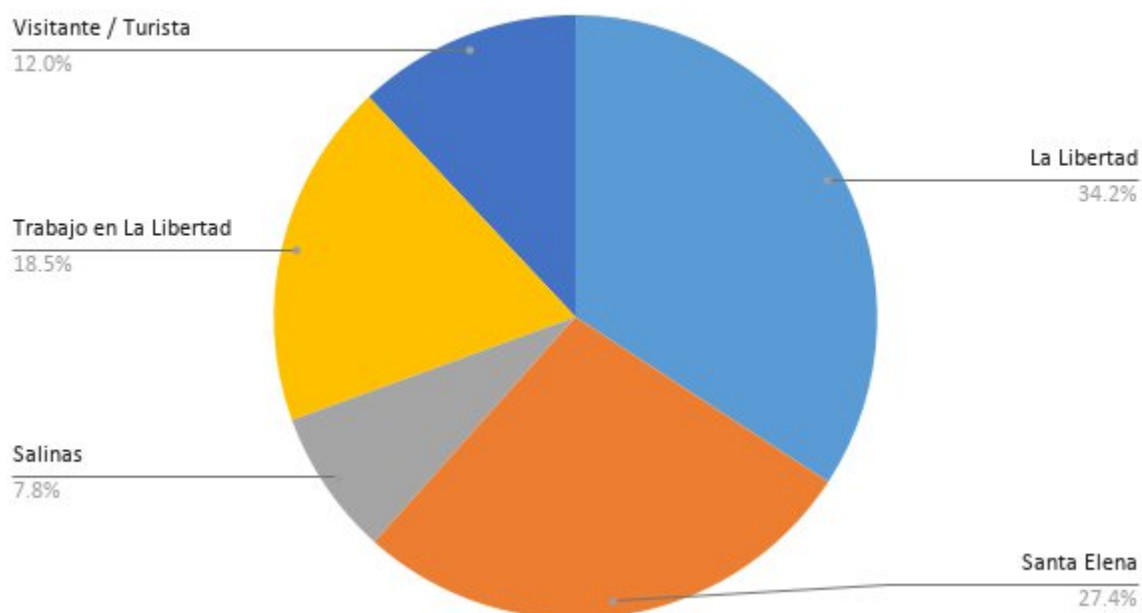
Lugar de residencia	Frecuencia	Porcentaje (%)
La Libertad	131	34,20%
Santa Elena	105	27,42%
Salinas	30	7,83%
Trabaja en La Libertad (no reside)	71	18,54%
Turista / Visitante	46	12,01%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 2.

Gráfico de los datos obtenidos.

Distribución por Residencia de los Encuestados



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 2 y su tabla correspondiente muestran los resultados relacionados con el lugar de residencia de los encuestados. Se observa que la mayoría reside en La Libertad (34,20%), seguida de Santa Elena (27,42%) y Salinas (7,83%). Un 18,54% de los encuestados trabaja en el cantón, pero no reside en él, mientras que los visitantes o turistas representan el 12,01% de la muestra.

Estos resultados reflejan que el mercado potencial de este formato se concentra principalmente en residentes de La Libertad y cantones cercanos como Santa Elena y Salinas. La presencia de turistas, aunque minoritaria en la muestra, es un segmento relevante debido al alto flujo de visitantes que recibe la provincia durante los períodos vacacionales y feriados. Por ello, la ubicación estratégica del negocio podría permitir captar tanto a residentes como a visitantes, maximizando las oportunidades de venta.

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de su hogar?

Tabla 5:

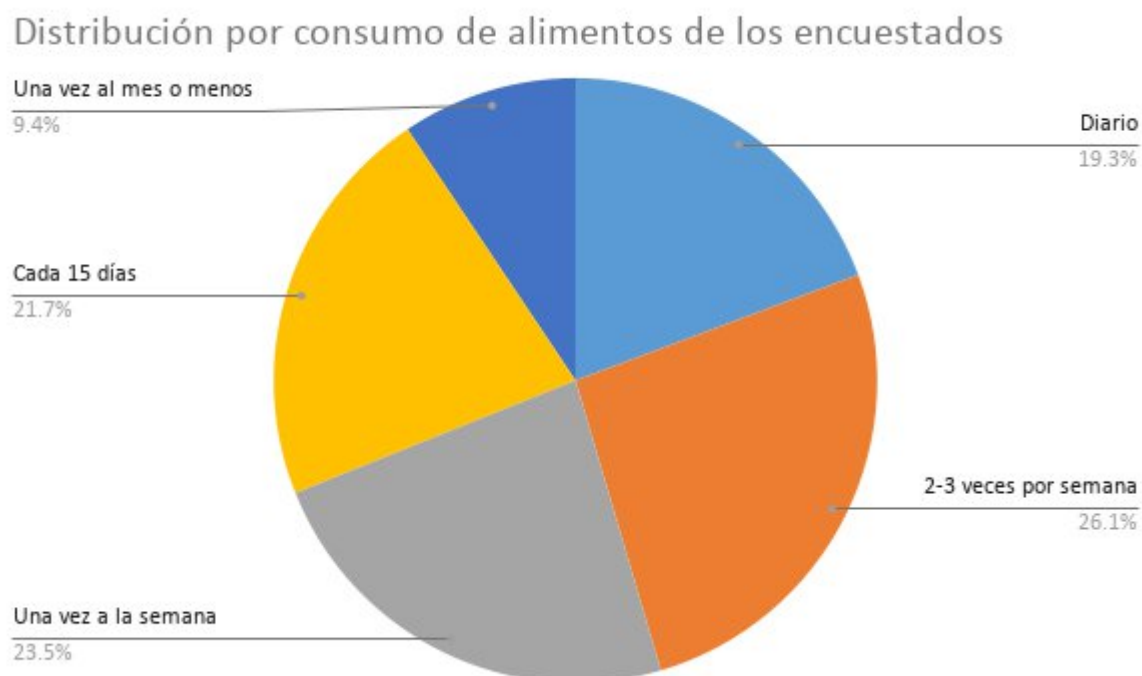
Frecuencia de consumo fuera del hogar

Frecuencia	Frecuencia	Porcentaje (%)
Diario	74	19.6%
2 - 3 veces por semana	100	28.7%
Una vez a la semana	90	23.5%
Cada 15 días	83	15.7%
Una vez al mes o menos	36	12.5%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 3.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

En la figura 3 y su respectiva tabla se observa la frecuencia con la que los encuestados consumen alimentos fuera de su hogar. El mayor porcentaje se concentra en la categoría de 2-3 veces por semana (28.7%), seguido de Una vez a la semana (23.5%) y Diario (19.6%). Las categorías de menor frecuencia, Cada 15 días y Una vez al mes o menos, representan el 15.7% y el 12.5% respectivamente.

Estos hallazgos indican que más del 70% de los encuestados consume alimentos fuera del hogar al menos una vez a la semana, lo que evidencia un mercado potencial significativo para un food truck. La alta frecuencia de consumo sugiere que los residentes y visitantes de La Libertad están acostumbrados a comer fuera de casa, ya sea por conveniencia o por preferencia, lo que reduce la necesidad de educar al mercado sobre el concepto de consumo fuera del hogar.

Pregunta 4:

¿Qué tipo de comida prefiere comer fuera de casa?

Tabla 6:

Tipo de comida preferida

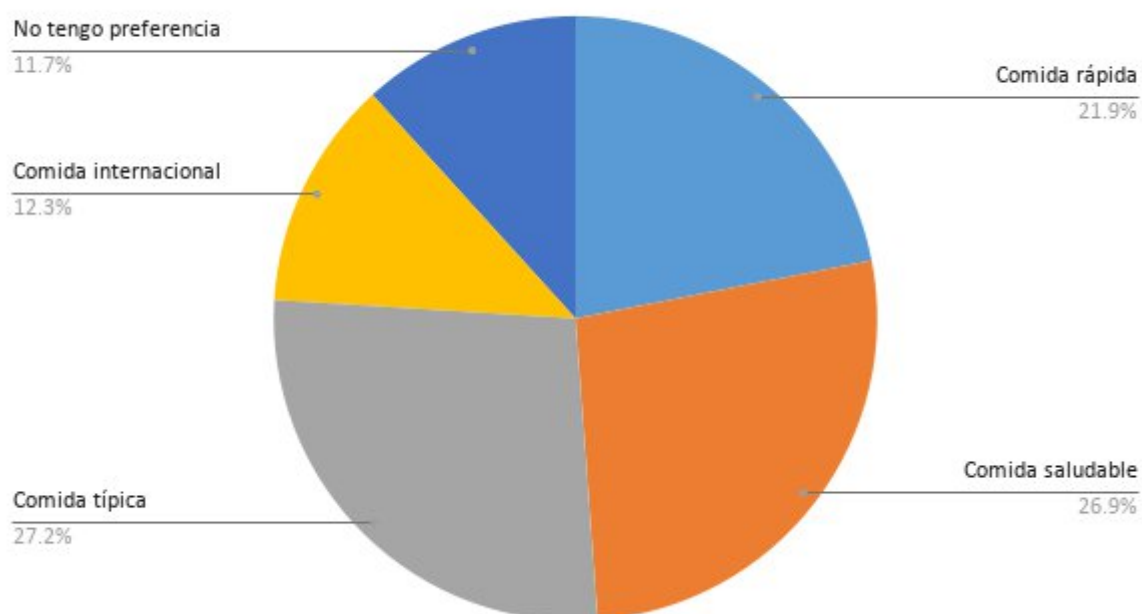
Tipo de comida	Frecuencia	Porcentaje (%)
Comida rápida tradicional	84	21,93%
Comida típica ecuatoriana	103	26,89%
Comida saludable	104	27,15%
Comida internacional	47	12,27%
No tengo preferencia	45	11,75%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 4.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Tipo de comida preferida por los encuestados



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 4 y su tabla correspondiente presentan las preferencias de los encuestados en cuanto al tipo de comida que consumen fuera de su hogar. La opción "Comida saludable" es

la más elegida (27,15%), seguida de cerca por "Comida típica ecuatoriana" (26,89%) y "Comida rápida tradicional" (21,93%). Las categorías de "Comida internacional" y "No tengo preferencia" alcanzan el 12,27% y el 11,75%, respectivamente. La diferencia entre la primera y la segunda opción es mínima (apenas un voto), lo que evidencia una competencia muy reñida entre ambas categorías.

Estos resultados reflejan que los encuestados tienen una preferencia marcada por la comida saludable y los sabores locales, aunque la diferencia entre ambas es casi inexistente. Esto indica que un food truck podría enfocar su oferta en comida saludable con toques de sabores ecuatorianos, aprovechando que ambas categorías concentran el 54,04% de las preferencias. El porcentaje de encuestados que prefiere comida rápida tradicional (21,93%) tampoco es despreciable; por ello, incluir opciones tradicionales dentro del menú podría ampliar el alcance del negocio.

Pregunta 5:

¿Conoce o ha consumido alguna vez en un food truck (camión de comida que se instala en la calle)?

Tabla 7:

Conocimiento sobre food trucks

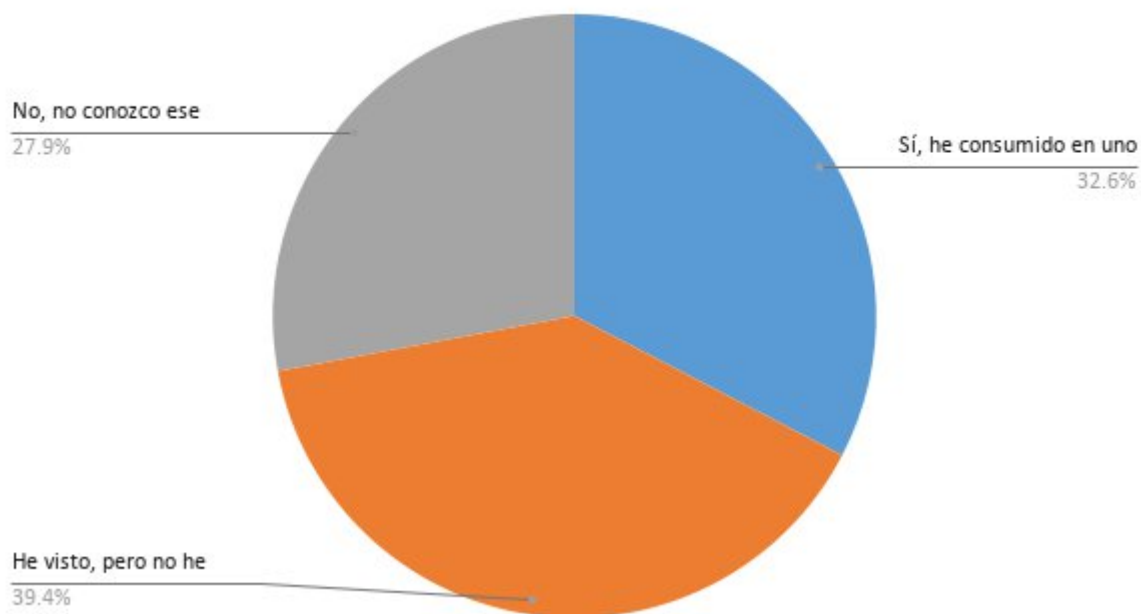
Nivel de conocimiento	Frecuencia	Porcentaje (%)
Ha consumido en un food truck	125	32,64%
Ha visto uno pero nunca ha consumido	151	39,43%
No conoce el formato	107	27,94%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 5.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Conocimiento sobre el modelo de negocio



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

En la figura 5 y su respectiva tabla se presentan los resultados de la pregunta 5, relacionada con el conocimiento de los encuestados sobre este formato de negocio. Se observa que el 39,43% de los encuestados ha consumido en uno, mientras que un 32,64% ha visto uno, pero nunca ha consumido. El 27,94% restante no conoce el formato.

Estos resultados indican que más del 72% de los encuestados tiene algún nivel de conocimiento sobre los food trucks (39,43% ha consumido y 32,64% los ha visto), lo que representa una ventaja para el proyecto, ya que no será necesario invertir grandes recursos en educar al mercado sobre el concepto. La familiaridad con el formato sugiere que los encuestados ya tienen una percepción formada sobre este tipo de emprendimientos, lo que facilita la adopción. Sin embargo, el 27,94% que no conoce el formato representa un segmento que podría ser captado a través de estrategias de marketing y promoción en puntos estratégicos.

Pregunta 6:

¿Estaría dispuesto a probar comida preparada en un food truck si operara en La Libertad?

Tabla 8:

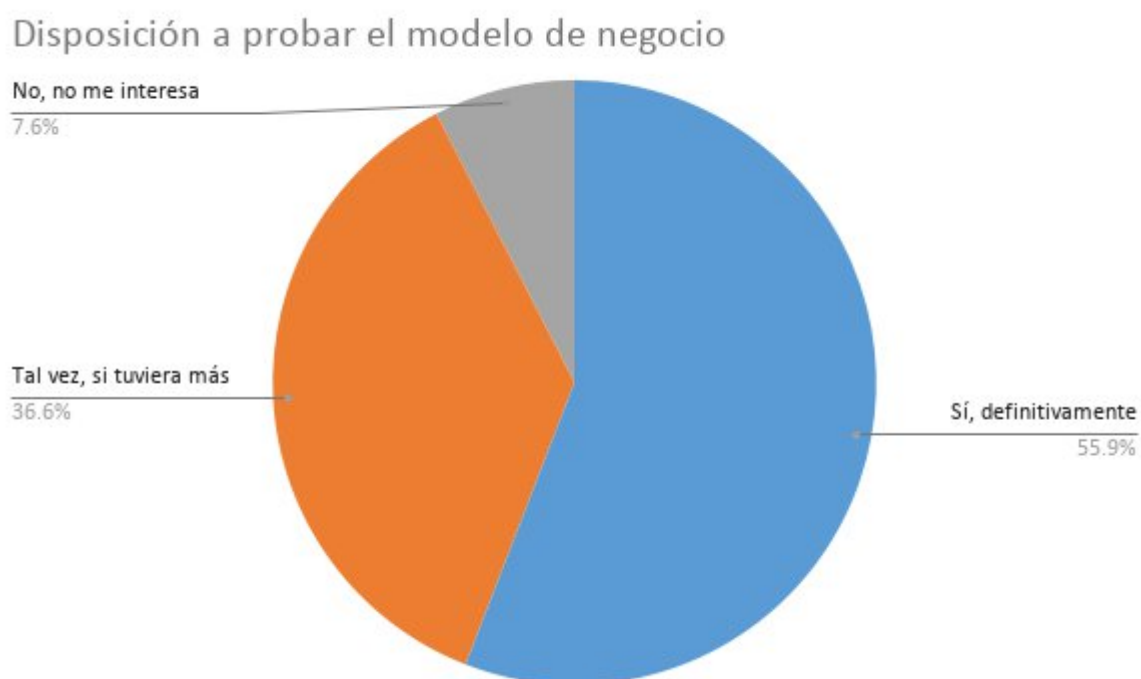
Disposición a probar un food truck

Disposición	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí, definitivamente	214	57.4%
Tal vez, si tuviera más información	140	34.0%
No, no me interesa	29	8.6%
Total	383	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 6.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 6 y su tabla correspondiente presentan los resultados relacionados con la disposición a probar comida en un food truck en La Libertad. Se observa que la mayoría de los encuestados (39,43%) respondió 'Sí, definitivamente me gustaría probarlo', lo que

evidencia una alta aceptación del formato. Un 32,64% se mostró indeciso, respondiendo 'Tal vez, si tuviera más información', mientras que el 27,94% manifestó no tener interés.

Estos hallazgos evidencian que el mercado potencial es amplio y que, con estrategias de promoción adecuadas, podría captarse a un segmento adicional de consumidores indecisos. Sumando el porcentaje de quienes responderían 'Sí, definitivamente' (39,43%) y 'Tal vez' (32,64%), se obtiene un 72,07% de encuestados con disposición favorable o potencial hacia el formato, lo que confirma la viabilidad del proyecto. La alta disposición a probar el formato, sumada al conocimiento previo identificado en la pregunta anterior, evidencia que existe una demanda insatisfecha en el cantón que podría aprovecharse.

Pregunta 7:

Si un food truck operara en La Libertad, ¿qué factores serían los más importantes para que usted decidiera consumir en él? (Marque hasta 2 opciones)

Tabla 9:

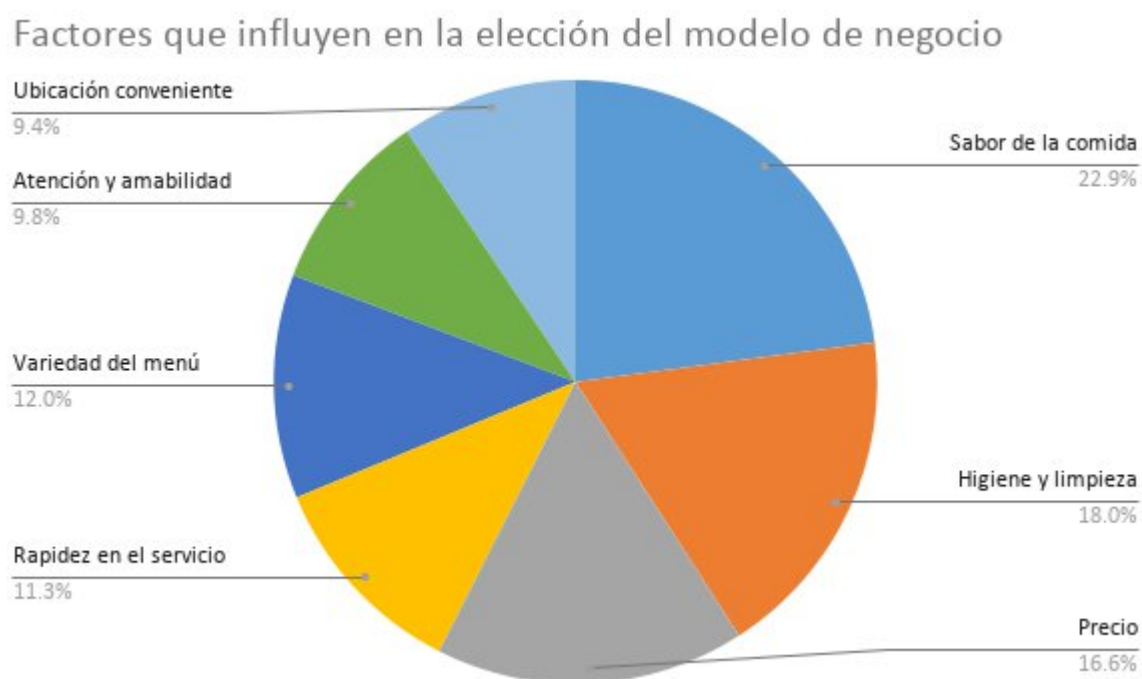
Factores importantes al elegir un food truck

Factor	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sabor de la comida	250	22,91%
Higiene y limpieza	196	17,96%
Precio	181	16,59%
Rapidez en el servicio	123	12,01%
Ubicación conveniente	131	11,27%
Variedad del menú	107	9,81%
Atención y amabilidad	103	9,44%
Total	1.091	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 7.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 7 y su tabla correspondiente presentan los factores que los encuestados consideran más importantes al decidir consumir en un food truck. Esta pregunta permitía seleccionar varias opciones, por lo que los porcentajes reflejan la proporción de encuestados que eligieron cada factor y no suman 100%. El factor más valorado fue 'Sabor de la comida' (22,91%), seguido de 'Higiene y limpieza' (17,96%) y 'Precio' (16,59%). 'Rapidez en el servicio', 'Ubicación conveniente', 'Variedad del menú' y 'Atención y amabilidad del personal' obtuvieron porcentajes de 12,01%, 11,27%, 9,81% y 9,44%, respectivamente.

Estos resultados reflejan que los consumidores priorizan la calidad del producto y la limpieza por encima de otros aspectos; por ello, este formato de negocio debería enfocarse en ofrecer alimentos sabrosos y garantizar altos estándares de higiene. La importancia del precio indica que la estrategia de fijación de precios debe ser competitiva y accesible para el mercado local. Al tratarse de una pregunta de opción múltiple, los encuestados pudieron seleccionar varios factores simultáneamente, lo que evidencia que la decisión de consumo es multidimensional y no se limita a un solo criterio. La ubicación estratégica y la atención al cliente son predictores clave del éxito, y no todos los clientes buscan lo mismo al elegir un establecimiento de este tipo, lo que resalta la necesidad de diversificar la oferta.

Pregunta 8a:

¿En qué días preferiría encontrarlo? (Marque una o más opciones)

Tabla 10:

Horario preferido para encontrar el food truck

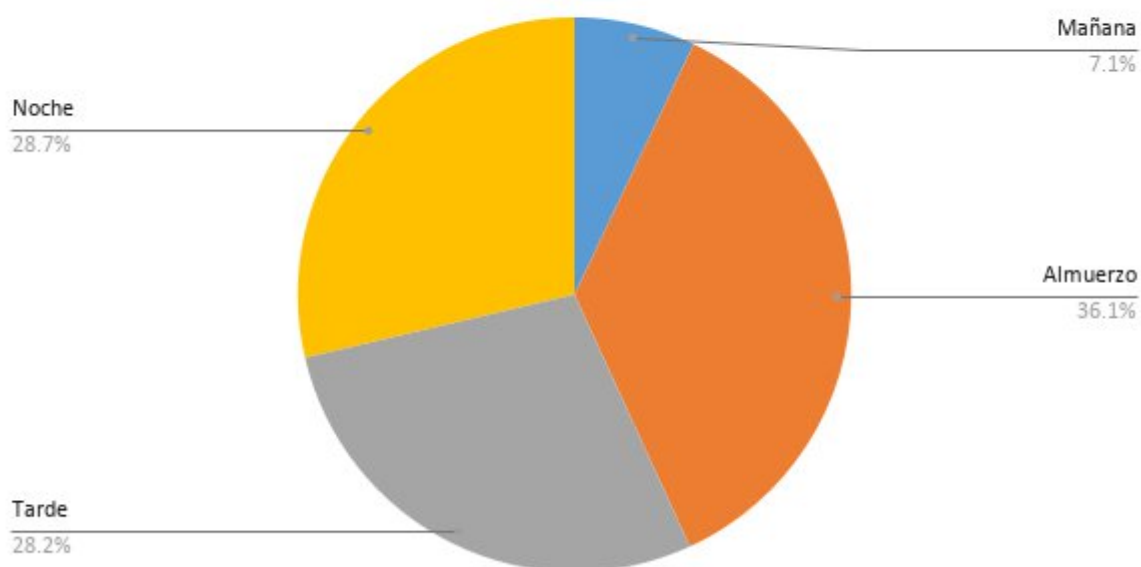
Horario	Frecuencia	Porcentaje (%)
Mañana (6:00 - 11:00)	45	7,09%
Almuerzo (12:00 - 15:00)	229	36,06%
Tarde (16:00 - 18:00)	179	28,19%
Noche (18:00 - 22:00)	182	28,66%
Total	635	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 8.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Horario preferido por los encuestados para encontrar el modelo de negocio



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 8 y su tabla correspondiente presentan los horarios preferidos por los encuestados para encontrar el food truck. Esta pregunta permitía seleccionar varias opciones,

por lo que los porcentajes reflejan la proporción de encuestados que eligieron cada horario y no suman 100%. El horario nocturno (18:00 – 22:00) es el más mencionado (36,06%), seguido del almuerzo (28,66%) y la tarde (28,19%). La mañana (6:00 – 11:00) es el horario con menor preferencia (7,09%).

Estos resultados reflejan que el food truck debería concentrar su operación en horarios de mayor demanda, especialmente durante la noche y las horas de almuerzo, que son los momentos en los que los residentes y visitantes buscan opciones de comida rápida y conveniente. La baja preferencia por la mañana evidencia que el negocio podría operar con un horario más reducido durante las primeras horas del día, optimizando así los recursos operativos. Al ser una pregunta de opción múltiple, los encuestados pudieron seleccionar varios horarios, lo que evidencia que la demanda no se concentra en un solo momento del día, sino que se distribuye en múltiples franjas horarias, especialmente en la noche, almuerzo y tarde.

Pregunta 8b:

¿En qué días preferiría encontrarlo? (Marque una o más opciones)

Tabla 11:

Días preferido para encontrar el food truck

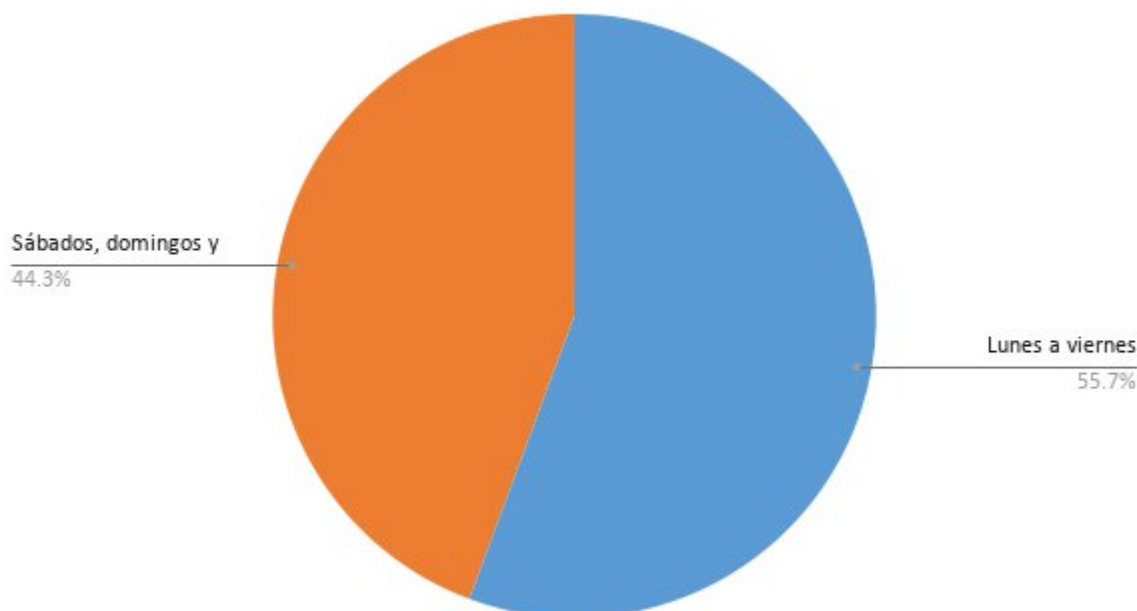
Días	Frecuencia	Porcentaje (%)
Lunes a viernes	222	55,67%
Sábados, domingos y feriados	176	44,33%
Total	397	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 9.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Días preferidos para encontrar el modelo de negocio



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 9 y su tabla correspondiente presentan los días preferidos por los encuestados para encontrar el food truck. Esta pregunta permitía seleccionar varias opciones, por lo que los porcentajes reflejan la proporción de encuestados que eligieron cada opción y no suman 100%. La mayoría de las menciones se concentran en los fines de semana y feriados (55,67%), mientras que los días laborales obtuvieron el 44,33% de las preferencias.

Estos resultados indican que el food truck debería priorizar su operación durante los fines de semana y días festivos, que son los momentos de mayor afluencia turística en La Libertad. Sin embargo, la demanda entre semana (44,33%) no es despreciable, pues representa casi la mitad de las preferencias; por ello, el negocio podría operar en días laborales con un horario más reducido o enfocado en zonas de alta concentración de trabajadores y estudiantes.

Al ser una pregunta de opción múltiple, un grupo de encuestados seleccionó ambas opciones, lo que evidencia que la demanda no es excluyente y que un food truck podría tener acogida tanto en días laborales como en fines de semana, dependiendo de la estrategia de ubicación y horario.

Pregunta 9:

¿En qué ubicación preferiría encontrarlo? (Marque una sola opción)

Tabla 12:

Ubicación preferida para el food truck

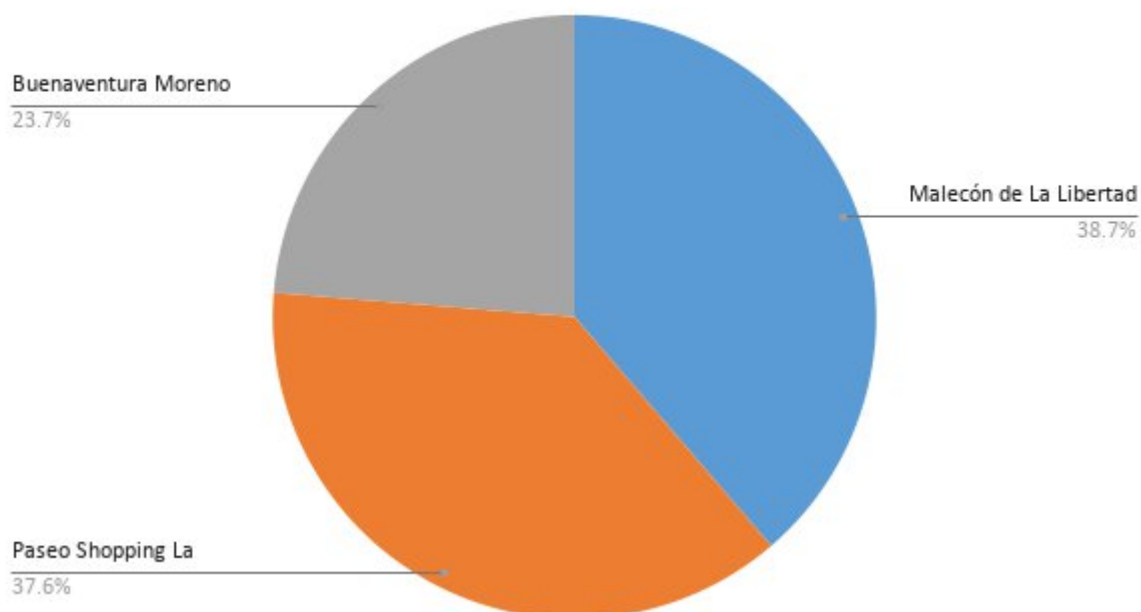
Ubicación	Frecuencia	Porcentaje (%)
Malecón de La Libertad	137	38,70%
Paseo Shopping	133	37,57%
Buenaventura Moreno	84	23,73%
Total	354	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 10.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Ubicación preferida para encontrar el modelo de negocio



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 10 y su tabla correspondiente presentan las ubicaciones preferidas por los encuestados para este formato. Es importante mencionar que esta pregunta solo fue respondida por 354 encuestados, pues las 29 personas restantes manifestaron no tener interés en probar el formato en la pregunta anterior y, por consiguiente, no se les aplicó esta sección.

El Malecón de La Libertad es la opción más elegida (38,70%), seguido del Paseo Shopping (37,57%) y Buenaventura Moreno (23,73%).

Estos resultados reflejan que el Malecón de La Libertad es el punto estratégico con mayor aceptación, probablemente debido a su alta afluencia turística y peatonal, lo que la convierte en una ubicación privilegiada para captar la mayor cantidad de clientes potenciales. El Paseo Shopping también representa una opción atractiva, especialmente para captar a residentes y visitantes que buscan opciones gastronómicas durante sus compras, con una preferencia casi empatada con el Malecón (diferencia de solo 1,13%). La opción Buenaventura Moreno, aunque menos elegida, podría ser una alternativa complementaria para operar en días laborales o en momentos de menor afluencia turística, aprovechando un segmento de mercado más local.

Pregunta 10:

¿Estaría dispuesto a consumir alimentos preparados al momento en este formato?

Tabla 13:

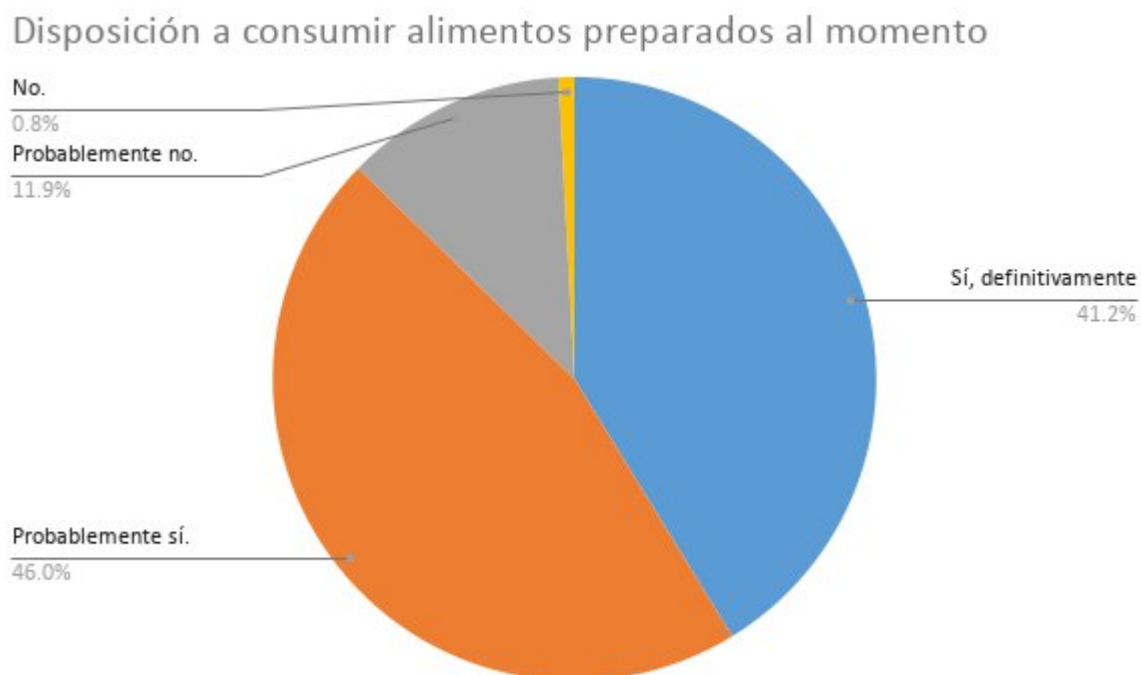
Disposición a consumir alimentos preparados al momento

Disposición	Frecuencia	Porcentaje (%)
Sí, definitivamente	146	41,24%
Probablemente sí	163	46,05%
Probablemente no	42	11,86%
No	3	0,85%
Total	354	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 11.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 11 y su tabla correspondiente presentan los resultados relacionados con la disposición a consumir alimentos preparados al momento en este formato. El 46,05% de los encuestados respondió 'Sí, definitivamente', seguido de un 41,24% que indicó 'Probablemente sí'. Solo el 11,86% y el 0,85% de los encuestados respondieron 'Probablemente no' y 'No', respectivamente.

Estos hallazgos confirman la alta aceptación del formato, pues más del 87% de los encuestados estaría dispuesto a consumir alimentos preparados al momento en este tipo de servicio (combinando las respuestas 'Sí, definitivamente' y 'Probablemente sí'). El reducido porcentaje de respuestas negativas (12,71%) indica que quienes se muestran reticentes podrían preferir opciones de consumo más tradicionales, como comer mientras caminan o llevar la comida a sus hogares, lo que constituye un segmento menor que no afecta significativamente la viabilidad del proyecto.

Pregunta 11:

Si un food truck operara en La Libertad, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por sus productos?

Tabla 14:

Precio dispuesto a pagar

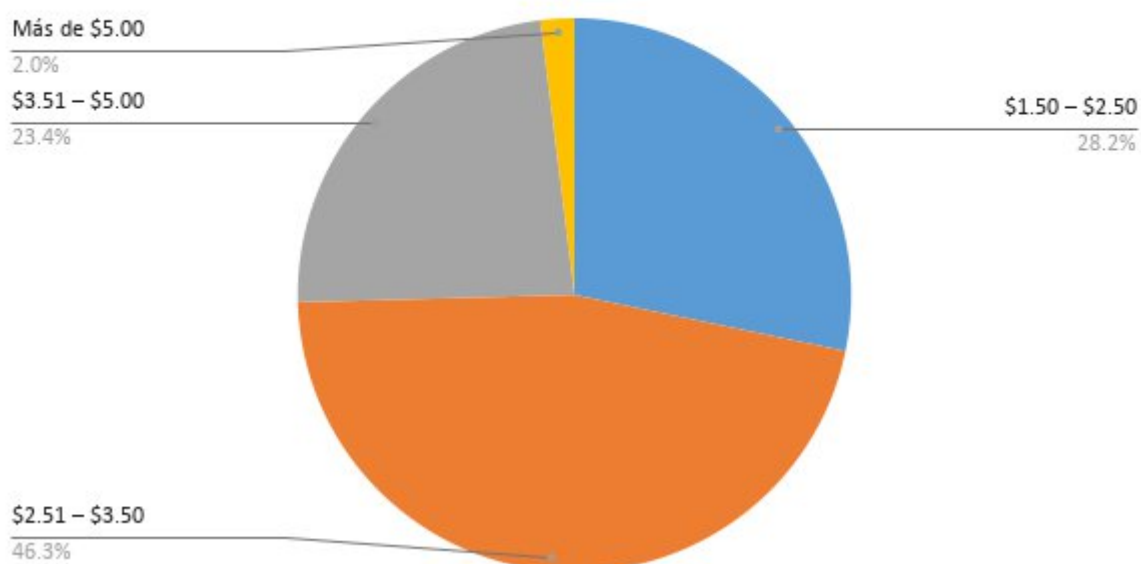
Rango de precio	Frecuencia	Porcentaje (%)
\$1.50 - \$2.50	100	28,25%
\$2.51 - \$3.50	164	46,33%
\$3.51 - \$5.00	83	23,45%
Más de \$5.00	7	1,98%
Total	354	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 12.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Precio promedio que los encuestados pagarían por un producto del modelo de negocio



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 12 y su tabla correspondiente presentan los resultados relacionados con el precio promedio que los encuestados estarían dispuestos a pagar por un producto en el food truck. El rango de precios más elegido fue \$2.51 – \$3.50 (46,33%), seguido de \$1.50 – \$2.50 (28,25%) y \$3.51 – \$5.00 (23,45%). Solo el 1,98% de los encuestados estaría dispuesto a pagar más de \$5.00.

Estos resultados reflejan que la mayoría de los encuestados tiene una sensibilidad al precio, prefiriendo productos en un rango de \$1.50 a \$3.50, que concentran en conjunto el 74,58% de las preferencias. Esto indica que la estrategia de precios de este formato debe ser competitiva y accesible para el mercado local. Sin embargo, la presencia de un segmento dispuesto a pagar entre \$3.51 y \$5.00 (23,45%) abre la opción de incluir productos premium o combos especiales que permitan aumentar el ticket de precio promedio sin perder competitividad. El reducido porcentaje de encuestados dispuestos a pagar más de \$5.00 (1,98%) confirma que el mercado local es sensible al precio y que la oferta debe mantenerse en rangos accesibles.

Pregunta 12:

¿A través de qué medio se entera de nuevos lugares para comer?

Tabla 15:

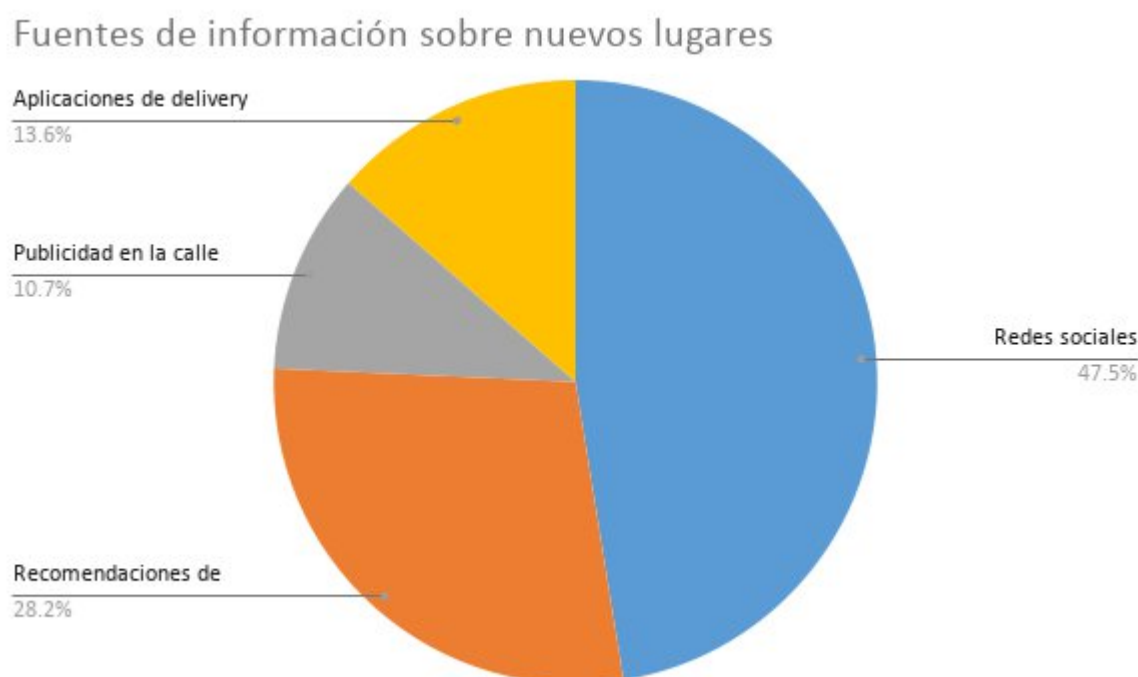
Medio de información para conocer nuevos lugares para comer

Medio de información	Frecuencia	Porcentaje (%)
Redes sociales	168	47,46%
Recomendaciones de amigos o familiares	100	28,25%
Publicidad en la calle	38	10,73%
Aplicaciones de delivery	48	13,56%
Otros	0	0,00%
Total	354	100%

Nota. Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.

Figura 13.

Datos obtenidos de las 383 encuestas realizadas a la muestra poblacional.



Nota. Gráfico de los datos obtenidos.

La figura 13 y su tabla correspondiente presentan los medios por los cuales los encuestados se enteran de nuevos lugares para comer. Esta pregunta fue de carácter opcional, por lo que los resultados reflejan únicamente las respuestas de quienes decidieron contestarla. El medio más mencionado fue 'Redes sociales' (47,46%), seguido de 'Recomendaciones de amigos o familiares' (28,25%). 'Aplicaciones de delivery' y 'Publicidad en la calle' obtuvieron el 13,56% y 10,73%, respectivamente. Ningún encuestado seleccionó la opción 'Otros' (0,00%).

Estos resultados reflejan que las redes sociales son el canal más efectivo para promocionar el formato, pues casi la mitad de los encuestados las utiliza para descubrir nuevos lugares para comer. Esto indica que la estrategia de marketing de este tipo de negocio debería enfocarse en plataformas como Instagram, TikTok y Facebook, aprovechando el contenido visual atractivo y las promociones para captar la atención del público objetivo. Las recomendaciones de amigos o familiares (28,25%) también son un canal relevante; por ello, fomentar el boca a boca a través de experiencias positivas podría ser una estrategia complementaria efectiva. Además, el 13,56% que utiliza aplicaciones de delivery evidencia que este canal podría ser aprovechado para ofrecer el servicio a domicilio o promocionar el

negocio a través de estas plataformas, ampliando de esta manera el alcance del emprendimiento.

Análisis de los resultados de la entrevista

Transcripción de la entrevista

1. ¿Cómo surgió la idea de emprender con un food truck en La Libertad?

Según el propietario, la idea de emprender surgió al observar la constante afluencia de personas en el Malecón, especialmente los fines de semana, y la limitada variedad de comida rápida disponible. Junto con un amigo, identificaron que en Quito y Guayaquil el formato de food truck ya funcionaba, por lo que consideraron que podría tener aceptación en La Libertad. El emprendedor inició con un carrito pequeño y, al ver que funcionaba, decidió invertir en el camión.

2. ¿Cuánto tiempo lleva operando?

El negocio lleva aproximadamente dos años y medio en funcionamiento, desde principios de 2024. Los primeros meses fueron difíciles debido al desconocimiento de la gente sobre el formato, pero en el último año la operación se ha estabilizado, con clientes fijos y buen movimiento los fines de semana.

3. ¿Quiénes son sus principales consumidores?

De acuerdo con el entrevistado, la mayoría de los clientes son residentes de La Libertad y Santa Elena que acuden al Paseo Shopping, así como visitantes que recorren la zona comercial. Los turistas, aunque visitan el negocio especialmente en feriados, no son un segmento constante. La base del negocio son los locales, quienes acuden al centro comercial a realizar compras o pasear.

4. ¿Qué factores cree que son más importantes para que un cliente decida comprar en su food truck?

Desde su perspectiva, el sabor es el atributo más importante para fidelizar a los clientes. También señaló que el precio es un factor determinante, ya que los consumidores locales no suelen pagar más de \$3.50 por un combo. Asimismo, destacó la higiene y la ubicación como elementos esenciales, pues la visibilidad y el acceso a los clientes dependen directamente del punto de operación.

5. ¿Por qué cree que los otros dos food trucks que existían en La Libertad cerraron?

El informante mencionó que no conoce con certeza el motivo exacto del cierre de los otros dos food trucks que surgieron en el cantón, aunque especuló que podrían estar relacionados con la ubicación, la falta de promoción o la incapacidad de adaptarse al gusto local. Uno de ellos se ubicó en una zona con poca afluencia y el otro no logró darse a conocer. En su opinión, la falta de paciencia y la inadaptación al mercado suelen ser factores determinantes en este tipo de emprendimientos.

6. ¿Cómo es su operación diaria? ¿Cuánto personal tiene y cuáles son sus funciones?

Por su parte, el propietario explicó que la operación diaria se basa en el trabajo conjunto con su esposa: ella atiende la caja y los pedidos, mientras él se encarga de la preparación de la comida. En temporadas de alta demanda, como feriados, contratan a un ayudante por horas. Considera que dos personas son suficientes para atender adecuadamente.

7. ¿Por qué ha optado por operar de manera estacionaria en un punto fijo en lugar de ser móvil?

El entrevistado justificó su decisión de operar en un punto fijo frente al Paseo Shopping argumentando que es más sencillo y seguro. Señaló que la movilidad implicaría gestionar permisos constantemente y enfrentar la incertidumbre sobre la viabilidad de cada ubicación. Adicionalmente, indicó que su ubicación actual le ha permitido fidelizar a sus clientes, ya que el Paseo Shopping es un punto de alta afluencia de residentes y visitantes. También mencionó que la falta de una ordenanza municipal clara para food trucks hace que cambiar de lugar sea un riesgo.

8. ¿Cuáles han sido los principales desafíos operativos que ha enfrentado?

El propietario identificó los permisos como el principal desafío, describiendo el proceso como complejo debido a la cantidad de requisitos exigidos por la ARCSA y la municipalidad. También mencionó la variabilidad en los precios de los insumos y el mantenimiento del vehículo como dificultades operativas constantes.

9. ¿Qué permisos y trámites le exigieron para operar? ¿Fue un proceso difícil o costoso?

De acuerdo con el entrevistado, el proceso para obtener el permiso de la ARCSA, la patente municipal, el RUC y el permiso de uso de espacio público fue largo (aproximadamente dos meses) y costoso (entre \$600 y \$700). Manifestó que una ordenanza clara facilitaría y abarataría estos trámites.

10. ¿Considera que la normativa municipal actual es un apoyo o una limitante para su negocio?

A criterio del propietario, la normativa municipal actual es más una limitante que un apoyo, debido a la ausencia de una ordenanza específica para food trucks. Señaló que la falta de claridad genera incertidumbre sobre las zonas autorizadas y los costos asociados.

11. ¿Podría compartir una idea general de la inversión inicial que requirió su proyecto?

El entrevistado estimó que la inversión total, incluyendo el vehículo adaptado, los equipos de cocina, la rotulación y los permisos, fue de aproximadamente \$20,000. Aunque calificó la inversión como fuerte, indicó que se ha ido recuperando gradualmente.

12. ¿Cuáles son sus principales costos operativos mensuales?

Finalmente, el propietario mencionó que los principales costos mensuales corresponden a los insumos (comida, bebidas, envases), el gas, el mantenimiento del vehículo y la renovación de permisos. Calculó que estos gastos oscilan entre \$1,300 y \$1,500 al mes, y destacó que la rentabilidad varía según las ventas.

La entrevista al propietario del food truck reveló hallazgos clave que complementan los resultados de la encuesta. En primer lugar, confirmó que la demanda está compuesta principalmente por residentes y que el sabor, el precio y la higiene son los factores más valorados. En segundo lugar, aunque no conoce con certeza las causas exactas del cierre de los otros emprendimientos, señaló que podrían estar relacionados con la ubicación, la falta de promoción o la inadaptación al gusto local. En tercer lugar, justificó la operación estacionaria por la ausencia de una ordenanza clara, lo que valida la hipótesis del estudio sobre la movilidad limitada. Finalmente, destacó que los permisos son el principal desafío operativo y

que, a pesar de los obstáculos, el negocio es viable si se mantienen la calidad, el precio accesible y una ubicación estratégica.

Análisis de Rentabilidad Financiera

El análisis de rentabilidad financiera del proyecto se elaboró con el objetivo de determinar la viabilidad económica de la operación de un food truck en el cantón La Libertad, a partir de los indicadores de rentabilidad. Para ello se construyó un flujo de caja proyectado a cinco años, considerando los resultados de la encuesta de demanda, las condiciones locales del mercado y referentes del sector gastronómico móvil.

Inversión inicial

La inversión inicial total del proyecto asciende a \$30.150, desglosada de la siguiente manera:

Tabla 16:

Inversión Inicial

Concepto	Valor
Activos fijos (vehículo adaptado, equipamiento de cocina, sistema POS, rotulación, etc.)	\$ 26.000
Gastos preoperativos (permisos, marketing inicial, vajilla biodegradable, imprevistos)	\$ 1.650
Capital de trabajo (insumos primer mes + caja chica)	\$ 2.500
Total inversión inicial	\$ 30.150

Nota. Con base en el modelo financiero del proyecto.

Se considera un valor residual del vehículo de \$8.000 al finalizar el quinto año, así como la recuperación del capital de trabajo.

Supuestos de la proyección

Los principales supuestos utilizados en la proyección son los siguientes:

- Precio promedio de venta: \$2,50 (definido a partir de la disposición a pagar identificada en la encuesta y de las recomendaciones de precio del estudio).
- Unidades vendidas por día (Año 1): 75.

- Días operativos al mes: 26.
- Crecimiento anual de la demanda: 10 % (Año 2), 8 % (Año 3), 5 % (Año 4) y 3 % (Año 5).
- Costo de materias primas: 35 % sobre las ventas.
- Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR): 18 %.
- Impuesto efectivo: 5 % (régimen RIMPE).
- Inflación de costos: 3 % anual.

Justificación de los supuestos:

Los volúmenes de venta, el porcentaje de materias primas y las tasas de crecimiento se elaboraron a partir de referentes del sector de comida rápida móvil y de los resultados de la encuesta de demanda aplicada en La Libertad (disposición a probar el formato, preferencia por consumir en el lugar y rangos de disposición a pagar). Estos valores fueron ajustados a las condiciones locales del cantón y a la estrategia de ubicación dual (Malecón en fines de semana y feriados, y Paseo Shopping en días laborales). El precio promedio de \$ 2,50 se alineó con la recomendación de mantener un ticket accesible con enfoque de alto volumen, sin descartar opciones premium para el segmento dispuesto a pagar entre \$ 3,51 y 5,00.

Tabla 17:

Proyección de ingresos anuales

Año	Unidades/día	Ingreso anual (\$)
1	75,00	58.500,00
2	82,50	64.350,00
3	89,10	69.498,00
4	93,56	72.972,90
5	96,36	75.162,09

Nota. Con base en el modelo financiero del proyecto.

Costos y gastos operativos

Los costos se clasificaron en variables (materias primas equivalentes al 35 % de las ventas) y fijos (sueldos, permisos, combustibles, mantenimiento, marketing digital, empaques, seguros e imprevistos). Los sueldos incluyen los beneficios de ley aplicables en Ecuador (décimo tercero, décimo cuarto, vacaciones y aportes patronales). A partir del segundo año se

incorpora el fondo de reserva. Los costos fijos anuales proyectados oscilan entre \$ 25.503 (Año 1) y \$ 28.704 (Año 5), considerando un incremento por inflación del 3 %.

Flujo de caja proyectado y indicadores de rentabilidad

A partir de los ingresos, costos, depreciación, impuestos y la inversión inicial, se elaboró el flujo neto de efectivo (FNE) a cinco años. Los principales indicadores de rentabilidad obtenidos son:

Tabla 18:

Indicadores de Rentabilidad

Indicador	Resultado	Criterio de aceptación	Cumple
Valor Actual Neto (VAN)	\$ 24.130,41	$VAN > 0$	Sí
Tasa Interna de Retorno (TIR)	44,81 %	$TIR > TMAR (18 \%)$	Sí
Periodo de Recuperación (Payback)	2,18 años	Preferible $< 3-4$ años	Sí
Punto de equilibrio	50 unidades/día	Inferior a la proyección de 75 uds/día	Sí

Nota. Con base en el modelo financiero del proyecto.

El punto de equilibrio se ubica en aproximadamente 50 unidades diarias (1.308 unidades mensuales). Dado que la proyección base contempla 75 unidades diarias, el proyecto opera por encima del umbral de equilibrio desde el primer año.

Conclusión del análisis financiero

El análisis de rentabilidad financiera del proyecto, considerando una inversión inicial de \$ 30.150, un ticket promedio de \$ 2,50 y las proyecciones de demanda identificadas en La Libertad, arroja un VAN positivo de \$ 24.130 y una TIR del 44,81 %, significativamente superiores a la TMAR del 18 %. El periodo de recuperación de la inversión se estima en 2,18 años.

Estos resultados indican que el proyecto es financieramente viable bajo el escenario base, siempre que se mantengan las condiciones de ubicación estratégica, el control del costo de materias primas en torno al 35 % y el ajuste permanente de las proyecciones a la realidad del mercado local. La viabilidad financiera se ve reforzada por la existencia de demanda

potencial identificada y por la posibilidad de mejorar las condiciones operativas mediante una regulación municipal más clara del sector.

Discusión

El análisis de los resultados permite afirmar que, a pesar de la limitada presencia del formato en el cantón, el mercado local muestra un escenario propicio para la operación de un food truck. La disposición a probar el formato (57,4%) y la alta aceptación de alimentos preparados al momento (87,29%) reflejan un interés real que contrasta con el escaso desarrollo del sector en La Libertad, lo que sugiere una oportunidad desaprovechada.

Al contrastar estos hallazgos con los referentes nacionales, se observa que la disposición en La Libertad es inferior al 91,3% reportado por Sani Paguay y Valarezo Macías (2018) en Riobamba. Esta diferencia podría explicarse por la etapa inicial de desarrollo del formato en el cantón y la ausencia de una ordenanza municipal específica, factores que generan incertidumbre tanto en consumidores como en potenciales inversionistas. No obstante, el segmento indeciso (34,0%) representa una oportunidad de captación mediante estrategias de promoción adecuadas, especialmente si se considera que los emprendimientos previos han operado de manera estacionaria, limitando su alcance y permanencia.

Desde la perspectiva internacional, los hallazgos coinciden con lo señalado por Kraus et al. (2022), quienes identificaron que la imagen visual y la amabilidad del personal son determinantes en la satisfacción del cliente. Esto sugiere que, independientemente del contexto geográfico, los consumidores valoran atributos similares, lo que refuerza la necesidad de priorizar la calidad del producto, la higiene y la presentación del servicio.

En el ámbito financiero, el análisis de rentabilidad elaborado para el presente estudio arrojó un VAN de \$24.130,41 y una TIR del 44,81%, indicadores que superan tanto la TMAR del 18% como los referentes nacionales de estudios similares en Riobamba (VAN de \$9.654,54 y TIR del 21%). Estos resultados confirman que el formato en La Libertad presenta una rentabilidad robusta, incluso con un ticket de precio moderado de \$2,50. Esta diferencia se explica, en gran medida, por el perfil demográfico del cantón, donde el 79% de la demanda potencial corresponde a residentes y trabajadores, lo que favorece un flujo más estable de clientes a lo largo del año.

El componente turístico, aunque no mayoritario, refuerza la demanda en temporadas altas, lo que sugiere que una estrategia de movilidad podría ser clave para captar este segmento. Sin embargo, la operación estacionaria observada en el único food truck activo

responde a la falta de una ordenanza clara, lo que desincentiva la movilidad y limita el crecimiento del sector.

Finalmente, el análisis legal evidencia que, aunque los permisos necesarios pueden obtenerse a través de los canales municipales y sanitarios existentes, la ausencia de una normativa específica genera incertidumbre y eleva los costos operativos. Esta situación fue corroborada por el propietario del único food truck activo, quien calificó el proceso como prolongado y costoso. En conjunto, los hallazgos demuestran que la viabilidad del formato no solo depende de la demanda y de los indicadores financieros, sino también de un marco regulatorio que brinde certeza a los emprendedores y fomente el desarrollo ordenado del sector en el cantón.

Propuesta

Informe de factibilidad y viabilidad para la operación de un food truck en la libertad

1. Introducción

El presente informe tiene como propósito integrar los hallazgos obtenidos en el estudio de factibilidad realizado en el cantón La Libertad, provincia de Santa Elena, durante el año 2025. La investigación se orientó a determinar las condiciones de viabilidad de mercado, financiera y técnica que permitan la operación sostenible de un food truck, considerando el contexto de emprendimientos previos en el cantón. Para ello, se desarrollaron tres bloques de análisis: estudio de mercado, estudio técnico-legal y estudio financiero propio del proyecto.

2. Condiciones de mercado

El estudio de mercado permitió caracterizar la demanda potencial, las preferencias de consumo y la competencia existente en La Libertad.

2.1 Demanda potencial

El 57.4 % de los encuestados manifestó su disposición a probar un food truck. Asimismo, el 87.29 % se mostró dispuesto a consumir alimentos preparados al momento. Más del 70 % de los encuestados consume alimentos fuera del hogar al menos una vez a la semana, lo que evidencia un mercado activo y acostumbrado a este tipo de oferta. El mercado potencial se concentra principalmente en residentes de La Libertad y cantones cercanos como Santa Elena y Salinas. Los turistas representan un segmento complementario que refuerza la demanda en temporadas altas.

2.2 Preferencias de consumo

Las preferencias mayoritarias se orientan hacia la comida saludable (27.15 %) y la comida típica ecuatoriana (26.89 %), que en conjunto concentran el 54.04 % de las preferencias. Los atributos más valorados por los consumidores son: sabor (22.91 %), higiene (17.96 %) y precio (16.59 %). El rango de precio con mayor aceptación es de \$2,51 a \$3,50 (46.33 %), lo que sugiere una estrategia de precios accesibles y de alto volumen. Los días de mayor preferencia son los fines de semana y feriados (55.67 %). Los horarios de mayor demanda son la noche (36.06 %) y el almuerzo (28.66 %).

2.3 Competencia

La competencia directa es limitada. Actualmente solo existe un food truck en operación, ubicado frente al Paseo Shopping. Dos emprendimientos previos cesaron sus actividades. La competencia principal proviene de la oferta gastronómica tradicional, como restaurantes y locales de comida rápida.

2.4 Ubicación estratégica

Los puntos de mayor preferencia para la ubicación del food truck son el Malecón (38.70 %) y el Paseo Shopping (37.57 %). La movilidad fue identificada como un factor clave para adaptarse a los flujos de demanda local y turística. Sin embargo, el propietario del único food truck activo señaló que la falta de una ordenanza clara limita esta posibilidad.

3. Condiciones técnicas y legales

El estudio técnico-legal permitió identificar los requisitos operativos, sanitarios y legales que condicionan la operación de un food truck en el cantón.

3.1 Requisitos sanitarios

Es obligatorio contar con el Permiso de Funcionamiento Sanitario (ARCSA), que certifica el cumplimiento de las condiciones higiénico-sanitarias para la manipulación y expendio de alimentos. Se debe implementar un sistema de Buenas Prácticas de Manufactura (BPM), que incluye controles de temperatura, limpieza y desinfección, manejo de residuos y control de plagas. Todo el personal debe contar con el carné de manipulación de alimentos vigente

3.2 Requisitos municipales

Es necesario obtener la Patente Municipal y el Permiso de Uso de Espacio Público, que se tramitan ante el GAD Municipal de La Libertad. La ausencia de una ordenanza específica para food trucks genera incertidumbre sobre las zonas autorizadas y los requisitos para operar. El propietario del único food truck activo calificó el proceso como "largo y costoso".

3.3 Requisitos tributarios y laborales

El emprendedor debe registrarse en el SRI y obtener el RUC. Dado el volumen de ingresos proyectado, puede acogerse al Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE). En caso de contratar personal, es obligatoria la afiliación al IESS desde el primer día de labores, así como el cumplimiento de las obligaciones patronales establecidas en el Código del Trabajo.

3.4 Requisitos ambientales

Se debe cumplir con la Ley Orgánica para la Racionalización, Reutilización y Reducción de Plásticos de un Solo Uso, utilizando envases biodegradables y utensilios de materiales sostenibles. También es necesario implementar un sistema básico de gestión de residuos, con depósitos diferenciados y manejo adecuado de aceites usados.

3.5 Movilidad y estacionariedad

El propietario del único food truck activo justificó su operación estacionaria por la falta de una ordenanza municipal clara. Señaló que la movilidad implica riesgos legales y la pérdida de clientes fijos. Esta situación evidencia que la movilidad, identificada como una ventaja competitiva del formato, se encuentra limitada por la ausencia de regulación.

4. Análisis de rentabilidad financiera del proyecto

El estudio financiero se elaboró a partir de una proyección propia del proyecto, considerando una inversión inicial de USD 30.150, un ticket promedio de USD 2,50, un volumen de 75 unidades diarias en el primer año y un horizonte de cinco años.

4.1 Inversión inicial

La inversión inicial total del proyecto asciende a USD 30.150, distribuida de la siguiente manera:

Figura 14 Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL				
Concepto	Cantidad	Valor (USD)	Vida Útil	Depreciación Anual
ACTIVOS FIJOS				
Vehículo (furgón adaptado usado)	1	\$ 12,000.00	5	\$ 2,400.00
Adaptación interior (acero inox, instalaciones)	1	\$ 4,500.00	5	\$ 900.00
Equipamiento cocina (plancha, freidora, refri, etc.)	1	\$ 6,500.00	5	\$ 1,300.00
Sistema POS, generador eléctrico, luces	1	\$ 1,500.00	5	\$ 300.00
Rotulación y branding exterior	1	\$ 1,500.00	5	\$ 300.00
Subtotal Activos Fijos		\$ 26,000.00		\$ 5,200.00

GASTOS PREOPERATIVOS		
Concepto	Cantidad	Valor (USD)
Vajilla desechable biodegradable (stock inicial)	1	\$ 400.00
Permisos y trámites (ARCSA, Municipal, RUC, SRI)	1	\$ 600.00
Marketing inicial (redes sociales, flyers)	1	\$ 500.00
Imprevistos preoperativos (10%)	1	\$ 150.00
Subtotal Gastos Preoperativos		\$ 1,650.00

CAPITAL DE TRABAJO		
Concepto	Cantidad	Valor (USD)
Insumos primer mes + caja chica	1	\$ 2,500.00
Subtotal Capital de Trabajo		\$ 2,500.00

TOTAL INVERSIÓN INICIAL	\$30,150.00
--------------------------------	-------------

Nota. Con base en el modelo financiero del proyecto.

4.2 Flujo de caja proyectado

A continuación se presenta el flujo de caja proyectado para un periodo de cinco años:

Figura 15 Flujo de caja proyectado (5 años)

FLUJO DE CAJA						
Año	0	1	2	3	4	5
Ingresos por ventas		\$58,500.00	\$64,350.00	\$69,498.00	\$72,972.90	\$75,162.09
Costos Variables		\$20,475.00	\$22,522.50	\$24,324.30	\$25,540.52	\$26,306.73
Margen Bruto		\$38,025.00	\$41,827.50	\$45,173.70	\$47,432.39	\$48,855.36
Costos Fijos		\$25,502.80	\$26,267.88	\$27,055.92	\$27,867.60	\$28,703.63
Depreciación		\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00
UAI (Utilidad Antes de Impuestos)		\$8,922.20	\$11,959.62	\$14,517.78	\$15,964.79	\$16,551.73
Impuestos (5%)		\$446	\$598	\$726	\$798	\$828
UDI (Utilidad Después de Impuestos)		\$8,476.09	\$11,361.64	\$13,791.89	\$15,166.55	\$15,724.14
+ Depreciación		\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00	\$3,600.00
- Inversión Inicial	(\$30,150.00)					
+ Valor Residual						\$8,000
+ Recuperación Capital de Trabajo						\$2,500.00
FLUJO NETO DE EFECTIVO (FNE)	(\$30,150.00)	\$12,076.09	\$14,961.64	\$17,391.89	\$18,766.55	\$29,824.14

Nota. Con base en el modelo financiero del proyecto.

4.3 Punto de equilibrio

El punto de equilibrio del proyecto se ubicó en 1.308 unidades mensuales, equivalentes a aproximadamente 50 unidades diarias:

Figura 16 Punto de equilibrio

Punto de equilibrio mensual					
Mes	Unidades vendidas	Ingresos (\$2.50 c/u)	Costos Variables (35%)	Costos Fijos	Utilidad/Pérdida
Mes 1	1000	\$2,500.00	\$875.00	\$2,125.23	\$ -500.23
Mes 2	1100	\$2,750.00	\$962.50	\$2,125.23	\$ -337.73
Mes 3	1200	\$3,000.00	\$1,050.00	\$2,125.23	\$ -175.23
Mes 4	1300	\$3,250.00	\$1,137.50	\$2,125.23	\$ -12.73
Mes 5	1400	\$3,500.00	\$1,225.00	\$2,125.23	\$ 149.77
Mes 6	1500	\$3,750.00	\$1,312.50	\$2,125.23	\$ 312.27
Mes 7	1600	\$4,000.00	\$1,400.00	\$2,125.23	\$ 474.77
Mes 8	1700	\$4,250.00	\$1,487.50	\$2,125.23	\$ 637.27
Mes 9	1800	\$4,500.00	\$1,575.00	\$2,125.23	\$ 799.77
Mes 10	1900	\$4,750.00	\$1,662.50	\$2,125.23	\$ 962.27
Mes 11	2000	\$5,000.00	\$1,750.00	\$2,125.23	\$ 1,124.77
Mes 12	2100	\$5,250.00	\$1,837.50	\$2,125.23	\$ 1,287.27

Nota. Con base en el modelo financiero del proyecto.

4.4 Indicadores de rentabilidad

A partir del flujo de caja se obtuvieron los siguientes indicadores de rentabilidad:

Figura 17 Indicadores de rentabilidad

Indicador	Valor
TMAR	18%
VAN	\$ 24,130.41
TIR	45%
Payback	2.18 años

Nota. Con base en el modelo financiero del proyecto.

Estos indicadores superan la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 18 %.

4.5 Conclusión del análisis financiero

El análisis de rentabilidad financiera del proyecto, considerando una inversión inicial de USD 30.150, un ticket promedio de USD 2,50 y las proyecciones de demanda identificadas

en La Libertad, arroja un VAN positivo de USD 24.130,41 y una TIR del 44,81 %, significativamente superiores a la TMAR del 18 %. El periodo de recuperación de la inversión se estima en 2,18 años.

Estos resultados indican que el proyecto es financieramente viable bajo el escenario base, siempre que se mantengan las condiciones de ubicación estratégica, el control del costo de materias primas en torno al 35 % y el ajuste permanente de las proyecciones a la realidad del mercado local.

5. Integración de las tres dimensiones

La integración de los hallazgos de mercado, técnico-legales y financieros permite responder a la pregunta de investigación.

5.1 Condiciones favorables

Existe una demanda potencial real y diversificada, con preferencias claras hacia opciones saludables y típicas, y una alta disposición a consumir alimentos preparados al momento. Los puntos de ubicación estratégica (Malecón y Paseo Shopping) y los horarios de mayor demanda ofrecen oportunidades concretas para la operación. Los requisitos legales son accesibles, aunque la ausencia de una ordenanza específica limita la movilidad y genera incertidumbre. Los indicadores financieros propios (VAN positivo y TIR superior a la TMAR) confirman la viabilidad económica del proyecto.

5.2 Condiciones a superar

La falta de regulación municipal para food trucks desincentiva la movilidad y eleva los costos operativos, como lo confirmó el propietario del único food truck activo. La sensibilidad al precio del mercado local exige una estrategia de precios accesible y de alto volumen. La competencia con la oferta tradicional requiere una propuesta de valor diferenciada que priorice sabor, higiene y ubicación.

6. Recomendaciones del informe

Con base en las condiciones identificadas, se formulan las siguientes recomendaciones.

Para emprendedores

- Priorizar una ubicación estratégica dual: operar en el Malecón durante fines de semana y feriados, y en el Paseo Shopping en días laborales, según los niveles de preferencia registrados.
- Mantener un ticket promedio de \$2,50 con enfoque de alto volumen, e incluir opciones premium para el segmento dispuesto a pagar entre \$3,51 y \$5,00 (23,45 %).
- Diseñar un menú que priorice opciones saludables y típicas (54,04 % de preferencias), complementado con alternativas tradicionales.
- Utilizar redes sociales como canal principal de promoción (47,46 %), complementado con estrategias de boca a boca y alianzas con aplicaciones de delivery.
- Iniciar los trámites legales con al menos dos meses de anticipación, considerando la duración y el costo del proceso (aproximadamente \$600 a \$700).

Para autoridades municipales

- Evaluar la emisión de una ordenanza específica que regule el sector, definiendo zonas autorizadas, horarios y requisitos sanitarios.
- Reducir los tiempos y costos de los permisos municipales, facilitando el acceso a emprendedores formales.

Para futuras investigaciones

- Evaluar la viabilidad del formato en otros puntos turísticos de la provincia (Salinas, Montañita).
- Evaluar el impacto económico y turístico de la regulación de food trucks en el cantón.

7. Conclusión final del informe

El presente informe determina que el cantón La Libertad presenta condiciones favorables de mercado y financieras para la operación de un food truck. Estas condiciones incluyen una oferta diferenciada basada en las preferencias locales, una ubicación estratégica en puntos de alta afluencia, una gestión proactiva de los requisitos legales, y proyecciones financieras que arrojan un VAN positivo de \$24.130,41 y una TIR del 44,81 %, superiores a la TMAR del 18 %. La movilidad, aunque limitada actualmente por la ausencia de una ordenanza específica, se perfila como un factor clave para maximizar las oportunidades de venta. Por ello, se recomienda a las autoridades municipales evaluar la emisión de una normativa que brinde certeza a los emprendedores y fomente el desarrollo ordenado del sector.

Conclusiones

El estudio de factibilidad determinó que el cantón La Libertad presenta condiciones favorables de mercado, técnicas y financieras para la operación sostenible de un food truck, siempre que se consideren las lecciones de los emprendimientos previos y se adopten estrategias de ubicación, control de costos y regulación adecuadas.

En relación con el primer objetivo específico, se identificó una demanda potencial insatisfecha. El 57,4 % de los encuestados manifestó su disposición a probar el formato, mientras que el 87,29 % se mostró dispuesto a consumir alimentos preparados al momento. Las preferencias se orientaron hacia opciones saludables y típicas (54,04 % en conjunto). En cuanto a la localización, los niveles de preferencia registrados priorizan el Malecón durante fines de semana y feriados, y el Paseo Shopping en días laborales. Asimismo, el 47,46 % de los encuestados utiliza las redes sociales para descubrir nuevos lugares de consumo. Los factores más valorados fueron el sabor, la higiene y el precio. El análisis de la disposición a pagar permitió identificar un ticket promedio viable de \$2,50, con un segmento dispuesto a pagar entre \$3,51 y \$5,00. Estos hallazgos evidencian que el mercado local tiene una clara tendencia hacia la diferenciación y permiten identificar tanto canales de promoción preferentes como ubicaciones estratégicas, lo que representa una oportunidad para una oferta innovadora.

En cuanto al segundo objetivo específico, se determinó que los permisos requeridos para operar un food truck en La Libertad son accesibles a través de los canales municipales y sanitarios existentes. Sin embargo, el cantón carece de una ordenanza específica para regular el sector, lo que genera incertidumbre sobre las zonas autorizadas y eleva los costos operativos. Esta situación fue ratificada en la entrevista al propietario del único food truck activo, quien calificó el proceso de obtención de permisos como prolongado y costoso, y señaló la falta de regulación como un factor que desincentiva la movilidad.

Respecto al tercer objetivo específico, el análisis de rentabilidad financiera del proyecto, elaborado a partir de una inversión inicial de \$30.150 y las proyecciones de demanda identificadas en La Libertad, arrojó un Valor Actual Neto (VAN) de \$24.130 y una Tasa Interna de Retorno (TIR) del 44,81 %, ambas superiores a la Tasa Mínima Aceptable de Rendimiento (TMAR) del 18 %. El periodo de recuperación de la inversión se estimó en 2,18 años. Estos indicadores confirman que el formato food truck es financieramente viable en el cantón, siempre que se mantengan las condiciones de ubicación estratégica, control de costos y ajuste de las proyecciones a las particularidades del mercado local.

En síntesis, el estudio confirmó que el food truck representa una alternativa de inversión viable en La Libertad. La existencia de demanda potencial, la identificación de requisitos técnicos, operativos y regulatorios, y los indicadores de rentabilidad obtenidos (VAN positivo, TIR superior a la TMAR y recuperación de la inversión en 2,18 años) permiten afirmar que se cumplen las condiciones de viabilidad de mercado, técnica y financiera para una operación sostenible, conforme al objetivo general de la investigación.

Recomendaciones

Con base en las conclusiones del estudio, se formulan las siguientes recomendaciones orientadas a futuros emprendedores, autoridades municipales e investigadores.

A los futuros emprendedores se les recomienda priorizar una ubicación estratégica dual: operar en el Malecón durante fines de semana y feriados, y en el Paseo Shopping en días laborales, de acuerdo con los niveles de preferencia registrados. El menú debe priorizar opciones saludables y típicas, que concentran el 54,04 % de las preferencias, complementándolo con alternativas tradicionales para ampliar el alcance. En cuanto a los precios, se sugiere mantener un ticket promedio de USD 2,50 con enfoque de alto volumen, aunque el segmento dispuesto a pagar entre USD 3,51 y 5,00 (23,45 %) permite incorporar opciones premium que incrementen el margen sin perder competitividad. Para la promoción, se recomienda utilizar las redes sociales como canal principal, dado que el 47,46 % de los encuestados las emplea para descubrir nuevos lugares, complementando esta estrategia con acciones de boca a boca y alianzas con aplicaciones de delivery.

Los trámites legales requieren planificación anticipada; se aconseja iniciarlos con al menos dos meses de anticipación, considerando que el proceso puede costar entre USD 600 y 700. De igual manera, se sugiere a las autoridades municipales evaluar la emisión de una ordenanza específica que regule el sector, definiendo zonas autorizadas, horarios y requisitos sanitarios, tomando como referencia las experiencias de Quito y Guayaquil. Un marco normativo claro reduciría la incertidumbre y los costos operativos, fortaleciendo las condiciones de viabilidad del formato.

En coherencia con los resultados del análisis financiero, se recomienda a los emprendedores mantener un estricto control del costo de materias primas (en torno al 35 % de las ventas) y ajustar permanentemente las proyecciones de ingresos y costos a la realidad del mercado local, a fin de preservar los indicadores de rentabilidad obtenidos (VAN positivo y TIR superior al 18 %).

Para futuras investigaciones, se recomienda realizar estudios de factibilidad en otros puntos turísticos de la provincia, como Salinas y Montañita, así como analizar la cadena de suministro local y evaluar el impacto económico y turístico de la regulación de food trucks en el cantón.

Referencias:

- Agencia Nacional de Regulación, Control y Vigilancia Sanitaria (ARCSA). (2025). *Resolución AR-CSA-DE-2025-007-DASP: Normativa Técnica Sanitaria Sustitutiva para Alimentos Procesados, Plantas Procesadoras, Establecimientos de Distribución, Comercialización y Transporte de Alimentos Procesados y de Alimentación Colectiva*. https://www.controlsanitario.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2025/07/Resolucion-ARCSA-DE-2025-007-DASP_Ref-Parcial-AR-CSA-DE-2022-016-AKRG_Alimentos-Procesados.pdf
- Algor Education. (s. f.). La Importancia del Estudio Técnico en Proyectos. La Importancia del Estudio Técnico en Proyectos. Recuperado 21 de julio de 2026, de <https://cards.algoreducation.com/es/content/XBzDuTqM/estudio-tecnico-proyectos>
- Alkaabi, K., & Mehmood, K. (2025). Exploring key factors influencing food truck businesses success: A case of the UAE. *European Business Review*, 37(4), 637-665. <https://doi.org/10.1108/EBR-05-2024-0157>
- Andrade Palacios, D. F. (2022). Plan de negocio para la creación de un food truck de comida típica en la ciudad de Quito [masterThesis, Quito: Universidad de las Américas, 2022]. <http://dspace.udla.edu.ec/handle/33000/14154>
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2005). Código del Trabajo. https://www.ecuadorencifras.gob.ec/LO-TAIP/2017/DIJU/diciembre/LA2_OCT_DIJU_CODIGO%20TRABAJO.pdf
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2020, diciembre 21). Ley Orgánica para la Racionalización, Reutilización y Reducción de Plásticos de un Solo Uso. <https://www.produccion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2023/02/1.-Ley-de-plasticos-R.Oficial.-21.12.2020-Comprimido.pdf>
- Baca Urbina, G. (Ed.). (2013). Evaluación de proyectos (7. ed). McGraw-Hill. https://www.uachatec.com.mx/wp-content/uploads/2019/05/LIBRO-Evaluaci%C2%A2n-de-proyectos-7ma-Edici%C2%A2n-Gabriel-Baca-Urbina-FREELIBROS.ORG_.pdf

- Barrionuevo Almeida, C. X. (2018). Diseño e implementación de un «food truck» furgón tipo combi independiente con anclaje a camioneta 4x4. [bachelorThesis]. <http://dspace.ups.edu.ec/handle/123456789/16464>
- Casas Anguita, J., Repullo Labrador, J. R., & Donado Campos, J. (2003). La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I). *Atención Primaria*, 31(8), 527-538.
- Censo Ecuador. (2024). Censo Ecuador. https://www.censoecuador.gob.ec/wp-content/uploads/2024/01/Info_Santa_Elena.pdf
- Chiavenato, I. (with Guzmán Brito, M. P.). (2009). Comportamiento organizacional: La dinámica del éxito en las organizaciones (P. Mascaró Sacristán, Trad.; 2a ed). McGraw Hill.
- Choi, H., Choi, E.-K., Yoon, B., & Joung, H.-W. (2020). Understanding food truck customers: Selection attributes and customer segmentation. *International Journal of Hospitality Management*, 90. Scopus. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2020.102647>
- Código de Comercio. (s. f.). vLex. Recuperado 10 de julio de 2026, de <https://vlex.com.pe/vid/codigo-comercio-42939735>
- Constitución de la República del Ecuador. (2008). Constitución de la República del Ecuador. https://www.defensa.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2021/02/Constitucion-de-la-Republica-del-Ecuador_act_ene-2021.pdf
- El Comercio. (2021, octubre 22). «Food trucks» buscan camino en Guayaquil. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador/municipio-guayaquil-ordenanza-food-truks/>
- El Comercio. (2022, agosto 10). En Guayaquil 11 'food trucks' inician trámites de operación. *El Comercio*. <https://www.elcomercio.com/actualidad/guayaquil/guayaquil-food-trucks-tramites-operacion/>
- Gil, S. (2015, julio 6). ¿Qué es la competencia y cómo funciona en el mercado? *Economipedia*. <https://economipedia.com/definiciones/competencia.html>
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón La Libertad. (2019, mayo 6). Ordenanza Sustitutiva que regula, controla y administra la ocupación, utilización de la vía, espacios públi-

- cos y bienes de propiedad municipal del cantón La Libertad. <https://www.lalibertad.gob.ec/municipio/clases/download/ley/descarga/5441.pdf>
- GoFoodservice. (2026, enero 26). Food Truck Equipment Checklist | Setup, Compliance & Timeline. GoFoodservice. <https://www.gofoodservice.com/guides/food-truck-equipment-checklist>
- Hayden, T. B., & Martín, J. P. (Eds.). (2025). Urban Food Systems in Latin America: Territories, Mobilities and Governance. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003471929>
- Heizer, J. H., & Render, B. (Eds.). (2008). Principles of operations management (7. ed). Pearson Prentice Hall.
- Hernández Sampieri, R., & Mendoza Torres, C. P. (2018). Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta (First edition). McGraw-Hill Education.
- IESS. (2024). AFILIACIÓN. <https://www.iess.gob.ec/aplicaciones/AfiliacionIESS/>
- ISO 9001:2015. (2015). ISO. <https://www.iso.org/es/contents/data/standard/06/20/62085.html>
- ISO 14001:2015. (2015). ISO. <https://www.iso.org/es/standard/60857.html>
- Jacobs, F. R., & Chase, R. B. (2018). Operations and supply chain management (Fifteenth edition). McGraw-Hill Education. <https://ucranop.com/wp-content/uploads/2020/08/Administracion-de-Operaciones-Produccion-y-Cadena-de-Suministro-13edi-Chase.pdf>
- Koay, K. Y., Cheah, C. W., & Ganesan, N. (2023). The rise of the food truck phenomenon: An integrated model of consumers' intentions to visit food trucks. *British Food Journal*, 125(9), 3288-3303. Scopus. <https://doi.org/10.1108/BFJ-12-2022-1092>
- Kraus, S., Sen, S., Savitskie, K., Kumar, S. K., & Brooks, J. (2022). Attracting the millennial customer: The case of food trucks. *British Food Journal*, 124(13), 165-182. <https://doi.org/10.1108/BFJ-09-2021-0996>
- Liu, B., Wang, Y., Katsumata, S., Li, Y., Gao, W., & Li, X. (2021). National Culture and Culinary Exploration: Japan Evidence of Heterogenous Moderating Roles of Social Facilitation. *Frontiers in Psychology*, 12, 784005. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.784005>
- López Caba, D. (2017, marzo 4). Cumplimiento normativo. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/cumplimiento-normativo.html>

- Marketing, N. (2021, agosto 30). Método estadístico: Qué es y cómo aplicarlo a la cadena de suministros. Neogrid. <https://neogrid.com/es/metodo-estadistico-aplicarlo-cadena-de-suministros/>
- Mordor Intelligence. (2025). Food Truck—Market Share Analysis, Industry Trends & Statistics, Growth Forecasts (2025—2030). <https://www.researchandmarkets.com/reports/5764611/food-truck-market-share-analysis-industry>
- N. Sapag Chain & R. Sapag Chain. (2008). Preparación y evaluación de proyectos (7. ed). McGraw-Hill. <https://untdfproyectos.wordpress.com/wp-content/uploads/2018/04/sapag-2008-preparacion-y-evaluacion-de-proyectos.pdf>
- Narvaez, M. (2024, mayo 9). Método inductivo: Qué es, características y ejemplos. QuestionPro. <https://www.questionpro.com/blog/es/metodo-inductivo/>
- Pavón Romero, Y. (2021, febrero 28). Autorización, licencia o permiso. Diccionario Jurídico. <https://diccionariojuridico.org/definicion/autorizacion-licencia-o-permiso/>
- Ponce Iturralde, W. M., & Cevallos Bravo, M. V. (2024). La responsabilidad social empresarial en el contexto de la legislación en Ecuador. Ciencias Administrativas, 137. <https://doi.org/10.24215/23143738e137>
- Quiroa, M. (2020, mayo 7). ¿Qué son los recursos materiales? Tipos y ejemplos. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/recursos-materiales.html>
- Rodríguez Jiménez, A., & Pérez Jacinto, O. (2017). Métodos científicos de indagación y de construcción del conocimiento | Revista Ean. Revista Ean. <https://doi.org/https://doi.org/10.21158/01208160.n82.2017.1647>
- Ruiz Mitjana, L. (2019, septiembre 15). ¿Qué es el Diseño de Investigación y cómo se realiza? ¿Qué es el diseño de investigación y cómo se realiza? <https://psicologiyamente.com/miscelanea/disenio-de-investigacion>
- Rus Arias, E. (2020, mayo 6). Punto de equilibrio: Qué es y cómo calcularlo fácilmente. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/punto-de-equilibrio.html>
- Sánchez Galán, J. (2015a, junio 25). Estudio de mercado: Por qué es importante para tu negocio. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-mercado.html>

- Sánchez Galán, J. (2015b, diciembre 31). ¿Qué son las preferencias del consumidor? Aspectos clave. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/preferencias-del-consumidor.html>
- Sánchez Galán, J. (2020, agosto 30). Demanda potencial. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/demanda-potencial.html>
- Sani Paguay, A. A., & Valarezo Macías, L. A. (2018). Análisis de la factibilidad de implementar food trucks como medio para impulsar el turismo en la ciudad de Riobamba. <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/54531>
- Sevilla Arias, A. (2014, julio 15). ¿Qué es la TIR y para qué sirve? Fórmula y ejemplos. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/tasa-interna-de-retorno-tir.html>
- SRI. (s. f.). Régimen Simplificado para Emprendedores y Negocios Populares (RIMPE)—Intersri—Servicio de Rentas Internas. Recuperado 13 de junio de 2026, de <https://www.sri.gob.ec/rimpe>
- Sybing, R. (s. f.). Cómo determinar el alcance de una investigación | Ejemplos y consejos. ATLAS.ti. Recuperado 21 de julio de 2026, de <https://atlasti.com/es/research-hub/research-scope>
- Telégrafo, E. (2016, octubre 15). Quito solo ofrece 60 cupos para instalación de los food trucks. El Telégrafo. <https://www.eltelegrafo.com.ec/noticias/179/11/quito-solo-ofrece-60-cupos-para-instalacion-de-los-food-trucks>
- Velayos Morales, V. (2014a, junio 15). Valor actual neto (VAN)—Qué es y cómo utilizarlo. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/valor-actual-neto.html>
- Velayos Morales, V. (2014b, agosto 15). Payback o plazo de recuperación. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/payback.html>
- Westreicher, G. (2020, abril 21). Capital inicial. Economipedia. <https://economipedia.com/definiciones/capital-inicial.html>
- Zambrano, L. (2024, septiembre 20). Asaderos de pollo en la mira: Realizan operativos nacionales por plagas. Diario Expreso. <https://www.expreso.ec/actualidad/economia/asaderos-pollo-mira-realizan-operativos-nacionales-plagas-214244.html>

Apéndice

Apéndice 1: Matriz de consistencia

NOMBRES Y APELLIDOS COMPLETOS:		Henry Gómez pico				FECHA:	25-07-2026
TITULO	PROBLEMA	OBJETIVOS	IDEA A DEFENDER	VARIABLE	DIMENSIONES	INDICADORES	METODOLOGIA
"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN FOOD TRUCK EN LA LIBERTAD, 2025"	¿Cuáles son las condiciones de viabilidad de mercado, técnica y financiera que permiten la operación sostenible de un food truck en el cantón La Libertad?	GENERAL	Las condiciones de viabilidad de mercado, técnica y financiera identificadas permiten la operación sostenible de un food truck en el cantón La Libertad.	Factibilidad del proyecto	Estudio de Mercado	1.Demanda potencial 2.Preferencias de consumo 3.Competencia	ENFOQUE
							Mixto
	SISTEMATIZACIÓN DE LOS PROBLEMAS ESPECÍFICOS	ESPECIFICOS			Estudio Técnica y Legal	1. Equipamiento 2. Capacidad operativa 3. Cumplimiento de requisitos sanitarios	ALCANCE
							Descriptivo
	¿Cuál es la demanda potencial y las preferencias de consumo de los residentes y visitantes de La Libertad hacia el formato food truck?	Analizar la demanda potencial y las preferencias de consumo de los residentes y visitantes de La Libertad respecto al formato food truck.			Estudio Financiero	1. Inversión Inicial 2. Rentabilidad 3. Punto de Equilibrio	MÉTODOS
		Identificar los requisitos técnicos, operativos y legales necesarios para operar un food truck en el cantón La Libertad?					Analítico-Sintético, Inductivo, Estadístico
	¿Cuáles son los requisitos técnicos, operativos y legales necesarios para operar un food truck en el cantón La Libertad?	Identificar los requisitos técnicos, operativos y legales que condicionan la operación de un food truck en el cantón.			Estudio Financiero	1. Inversión Inicial 2. Rentabilidad 3. Punto de Equilibrio	POBLACIÓN
		¿Cuál es la viabilidad financiera del proyecto a partir de los indicadores de rentabilidad?					Residentes del cantón La Libertad mayores de 18 años
							MUESTRA
							Fórmula para población finita (95% confianza, 5% error)
				TÉCNICAS E INSTRUMENTOS			
				TÉCNICAS: -Encuesta estructurada -Entrevista semiestructurada			
				Instrumentos: -Cuestionario de preguntas cerradas -Guía de entrevista			
EJE DE INVESTIGACIÓN							
LINEA DE INVESTIGACIÓN:	GESTIÓN DEL EMPRENDIMIENTO E INNOVACIÓN						
SUBLINEA DE INVESTIGACIÓN:	CREACION DE EMPRENDIMIENTO						
LIBROS BASES PARA LA INVESTIGACIÓN							
LIBROS FÍSICOS BIBLIOTECA UPSE:	8	OBSERVACIÓN:	Gastronomía, administración y emprendimiento				
LIBROS DIGITALES BIBLIOTECA UPSE:	23	OBSERVACIÓN:	Que es factibilidad, emprendimiento y gastronomía				
TESIS GRADO:	21 combinado	OBSERVACIÓN:	Resultados obtenidos en la búsqueda del repositorio digital de la UPSE utilizando el término estudio de factibilidad				
TESIS POSGRADO:	21 combinado	OBSERVACIÓN:	Resultados obtenidos en la búsqueda del repositorio digital de la UPSE utilizando el término estudio de factibilidad				
ARTÍCULOS DE ALTO IMPACTO SCOPUS:	37	OBSERVACIÓN:	Limitado en artículos y en negocios me dieron un total de 37, a continuación adjunto los pront utilizados: "food truck" AND "business model" OR "viability" "consumer preferences" AND ("healthy food" OR "gastronomic tourism") ("street food" OR "food carts") AND ("consumer behavior" OR "demand") ("mobile food vending" OR "food trucks") AND ("regulations" OR "public health")				
ARTÍCULOS DE ALTO IMPACTO WOS:	3929	OBSERVACIÓN:	3915 en ingles y eso que lo limite mucho y en español salieron 14				

Apéndice 2: Acta de aceptación del tema de investigación



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

ACTA DE ACEPTACIÓN DEL TEMA DE INVESTIGACIÓN

001 - TT - F.M.V.S - ADE - 2026

En la ciudad de la Libertad, a los 29 días del mes de Abril del 2026 en curso, siendo las 7:30 p.m., reunidos de manera virtual los suscritos docentes de la Carrera de Administración de Empresas: Ing. Flor María Villao Santos, MSc. Docente Tutor y Ing. Libi Camaño López, MSc. Docente Especialista; se deja constancia mediante la presente acta de que luego del análisis y revisión correspondiente, se acepta el tema de investigación propuesto por:

Estudiante:	Henry Samir Gómez Pico
Cédula de identidad:	2450237793
Paralelo:	8/1
Propuesta de tema:	Estudio de Factibilidad Comercial y Financiera de un Food Truck de Onigiris en La Libertad, 2025
Observación:	La docente tutora y la docente especialista, recomendaron trabajar con una variable para poder defender mejor el tema, debido a que en un estudio de factibilidad es necesario realizar tres estudios al mismo tiempo los cuales son el estudio de mercado, el estudio técnico y el estudio financiero.
Tema final:	Estudio de Factibilidad de un Food Truck en la Libertad, 2025
Evidencia:	

Esta propuesta se da luego de haber verificado la viabilidad académica y metodológica del tema, en concordancia con los lineamientos establecidos por los trabajos de titulación de la carrera, contando con el visto bueno de los firmantes.

En virtud de lo anterior, se solicita al señor Director de la carrera se sirva continuar con el trámite correspondiente ante el Consejo de Facultad para su respectiva aprobación.

Sin otro particular, firman la presente acta los suscritos para los fines pertinentes.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Atentamente,

 Tiene el documento por: FLOR MARIA VILLAO SANTOS Trabaja documento con TareaE	Libi Caamaño	
Ing. Flor María Villao Santos, MSc. DOCENTE TUTOR	Ing. Libi Camaño López, MSc. DOCENTE ESPECIALISTA	Henry Gómez Pico ESTUDIANTE

C.c.: Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA. - Coordinador de la Comisión de Titulación
Archivo

Apéndice 3: Informe de validación de instrumentos



**FACULTAD DE CIENCIAS
ADMINISTRATIVAS**
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
FICHA DEL INFORME DE OPINIÓN DE EXPERTOS

1. DATOS GENERALES:

Título de la Investigación: "Estudio de factibilidad para la creación de un food truck en La Libertad, 2025"

Autor del Instrumento: Henry Samir Gómez Pico

Nombre del Instrumento: Cuestionario de Encuesta

2. ASPECTOS DE VALIDACIÓN:

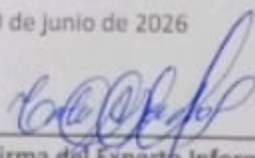
No.	INDICADORES	CRITERIOS	DEFICIENTE	REGULAR	BUENA	MUY BUENA	EXCELENTE
1	CLARIDAD	Está formado con lenguaje apropiado.					✓
2	OBJETIVIDAD	Está expresado en conductas medibles.					✓
3	ACTUALIDAD	Adecuado al avance de la ciencia y la tecnología.					✓
4	ORGANIZACIÓN	Existe una secuencia lógica.					✓
5	SUFICIENCIA	Comprende los aspectos en cantidad y calidad.					✓
6	INTENCIONALIDAD	Adecuado para valorar aspectos de las estrategias de la investigación.					✓
7	CONSISTENCIA	Basado en aspectos teóricos-científicos de la investigación.					✓
8	COHERENCIA	Sistematizada con las dimensiones e indicadores.					✓
9	METODOLOGÍA	La estrategia responde al propósito del diagnóstico.					✓
10	PERTINENCIA	El instrumento es adecuado para el propósito de la investigación.					✓

3. OPINIÓN DE APLICABILIDAD:

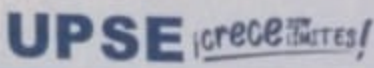
☐ El instrumento puede ser aplicado tal como está elaborado.

☐ El instrumento debe ser mejorado antes de ser aplicado y nuevamente validado.

Lugar y fecha: La Libertad, 30 de junio de 2026


 Firma del Experto Informante
 Ing. Carola Alejandro Lindao MSc.

Campus matriz: La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
 Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732


 f @ t v www.upse.edu.ec

Apéndice 4: Certificado de validación de instrumentos



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CERTIFICADO DE VALIDACIÓN DE INSTRUMENTOS DE TRABAJO DE INVESTIGACIÓN

A QUIEN INTERESE CERTIFICO QUE:

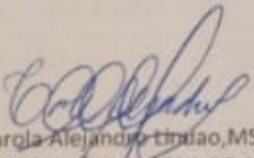
Habiendo revisado los instrumentos a ser aplicados en el Trabajo de Integración Curricular titulado: **"Estudio de factibilidad para la creación de un food truck en La Libertad, 2025"**, planteado por el/la estudiante **Henry Samir Gómez Pico** con cédula de identidad **#2450237793**, doy por validado los siguientes formatos presentados:

1. Cuestionario de Encuesta

Las herramientas anteriormente mencionadas reflejan pertinencia en las preguntas con base a los indicadores del tema planteado en la matriz de consistencia del trabajo, además se ajustan a la información que necesita recabarse para los fines del tema especificado por el estudiante.

Es todo cuanto puedo certificar en honor a la verdad autorizando al peticionario dé el uso necesario de este documento que más convenga a su interés.

La Libertad, 30 de junio de 2026.



Ing. Carola Alejandra Lindao, MSc.
DOCENTE DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESA

Campus matriz, La Libertad - Santa Elena - ECUADOR
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781 - 732

UPSE ¡crece TÚTES!

f @ t d www.upse.edu.ec

Apéndice 5: Encuesta dirigida a la muestra

Encuesta para el estudio de factibilidad de un food truck en La Libertad

Objetivo: Conocer las preferencias, hábitos de consumo y disposición a pagar de los residentes y visitantes del cantón La Libertad, para evaluar la viabilidad de implementar un food truck de comida rápida saludable.

Instrucciones: Marque con una X la opción que corresponda. La encuesta es anónima y de carácter académico.

Pregunta 1: ¿En qué rango de edad se encuentra?

- ☐ 18 – 24 años
- ☐ 25 – 34 años
- ☐ 35 – 44 años
- ☐ 45 – 54 años
- ☐ 55 años o más

Pregunta 2: ¿Usted es residente de?

- ☐ Santa Elena
- ☐ La Libertad
- ☐ Salinas
- ☐ Visitante / Turista
- ☐ Trabajo en La Libertad pero no resido aquí

Pregunta 3: ¿Con qué frecuencia consume alimentos fuera de su hogar?

- ☐ Diario
- ☐ 2-3 veces por semana
- ☐ Una vez a la semana
- ☐ Cada 15 días
- ☐ Una vez al mes o menos

Pregunta 4: ¿Qué tipo de comida prefiere comer fuera de casa? (Marque una)

- ☐ Comida rápida tradicional (hamburguesas, salchipapas, etc.)
- ☐ Comida saludable (ensaladas, wraps, bowls, smoothies)
- ☐ Comida típica ecuatoriana (encerrados, menestras, etc.)
- ☐ Comida internacional (italiana, mexicana, etc.)
- ☐ No tengo preferencia

Pregunta 5: ¿Conoce o ha consumido alguna vez en un food truck (camión de comida que se instala en la calle)?

- ☐ Sí, he consumido en uno
- ☐ He visto, pero no he consumido
- ☐ No, no conozco ese formato

Pregunta 6: ¿Estaría dispuesto a probar comida preparada en un food truck si operara en La Libertad?

- ☐ Sí, definitivamente me gustaría probarlo
- ☐ Tal vez, si tuviera más información
- ☐ No, no me interesa

Pregunta 7: Si un food truck operara en La Libertad, ¿qué factores serían los más importantes para que usted decidiera consumir en él?

- ☐ Sabor de la comida
- ☐ Higiene y limpieza
- ☐ Precio
- ☐ Rapidez en el servicio
- ☐ Variedad del menú
- ☐ Atención y amabilidad del personal
- ☐ Ubicación conveniente

Pregunta 8a: ¿En qué horario preferiría encontrar este servicio? (Marque una o más opciones)

- ☐ Mañana (6:00 – 11:00)
- ☐ Almuerzo (11:00 – 14:00)
- ☐ Tarde (14:00 – 18:00)
- ☐ Noche (18:00 – 22:00)

Pregunta 8b: ¿En qué días preferiría encontrarlo? (Marque una o más opciones)

- ☐ Días de semana (lunes a viernes)
- ☐ Sábados, domingos y feriados

Pregunta 9: ¿En qué ubicación preferiría encontrarlo? (Marque una sola opción)

- ☐ Malecón de La Libertad
- ☐ Paseo Shopping La Libertad
- ☐ Avenida Buenaventura Moreno
- ☐ Otro: _____

Pregunta 10: ¿Estaría dispuesto a consumir alimentos preparados al momento en este formato?

- ☐ Sí, definitivamente
- ☐ Probablemente sí
- ☐ Probablemente no
- ☐ Tal vez

Pregunta 11: Si un food truck operara en La Libertad, ¿cuánto estaría dispuesto a pagar en promedio por sus productos?

- ☐ \$2.00 – \$3.00
- ☐ \$3.01 – \$4.50
- ☐ \$4.51 – \$6.00
- ☐ Más de \$6.00

Pregunta 12 (Opcional): ¿A través de qué medio se enteraría de nuevos lugares para comer?

- ☐ Redes sociales (Instagram, TikTok, Facebook)
- ☐ Recomendaciones de amigos o familiares
- ☐ Publicidad en la calle
- ☐ Aplicaciones de delivery (Uber Eats, etc.)
- ☐ Otro: _____

Apéndice 6: Guía de Entrevista

Guía de Entrevista

Objetivo: Obtener información cualitativa de primera mano sobre la experiencia, desafíos, costos y percepciones del propietario del único food truck en operación en La Libertad.

Preguntas:

- 1) **¿Cómo surgió la idea de emprender con un food truck en La Libertad?**
- 2) **¿Cuánto tiempo lleva operando?**
- 3) **¿Quiénes son sus principales consumidores?**
- 4) **¿Qué factores cree que son más importantes para que un cliente decida comprar en su food truck?**
- 5) **¿Por qué cree que los otros dos food trucks que existían en La Libertad cerraron?**
- 6) **¿Cómo es su operación diaria? ¿Cuánto personal tiene y cuáles son sus funciones?**
- 7) **¿Por qué ha optado por operar de manera estacionaria en un punto fijo en lugar de ser móvil?**
- 8) **¿Cuáles han sido los principales desafíos operativos que ha enfrentado?**
- 9) **¿Qué permisos y trámites le exigieron para operar? ¿Fue un proceso difícil o costoso?**
- 10) **¿Considera que la normativa municipal actual es un apoyo o una limitante para su negocio?**
- 11) **¿Podría compartir una idea general de la inversión inicial que requirió su proyecto?**
- 12) **¿Cuáles son sus principales costos operativos mensuales?**

Apéndice 7: Informe de Aprobación Trabajo de Titulación



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Oficio No. 001-ADE-REGC-2025

La Libertad, 13/08/2026

Asunto: Informe de Aprobación Trabajo de Titulación

Señor.,

Lcdo. José Xavier Tomalá Uribe, Mgt.

DIRECTOR DE LA CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA DE SANTA ELENA - UPSE

La Libertad

De mi consideración:

Reciba de mi parte un cordial saludo y a su vez mediante el presente informo a usted que, se ha concluido con el trabajo de integración curricular, cuyo título es **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN FOOD TRUCK EN LA LIBERTAD, 2025"**, mismo que ha sido desarrollado por el estudiante **Henry Samir Gómez Pico** con **C.I. 2450137793** de la carrera de Administración de Empresas; razón por la que, luego de haber asesorado y revisado el trabajo de investigación según el cronograma establecido, doy por culminada la tutoría de titulación. Para que se continúe con el respectivo proceso, adjunto la siguiente documentación:

1. Trabajo de Integración Curricular, con la firma de aprobación.
2. Certificado de Antiplagio, mismo que reporta el 0% de plagio.
3. Ficha de Control de tutorías y evidencias.
4. Cronograma de tutorías.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.

Atentamente,



Verifique la autenticidad de este documento en: <https://www.upse.edu.ec/verificar>

Ing. MSc. María Villao Santos, MSc.

DOCENTE TUTOR

C.c.: Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA. - Coordinador de la Comisión de Titulación
Archivo

Apéndice 8: Cronograma de actividades tutoriales



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES TUTORIALES 2026-1

Estudiante: Henry Samir Gómez Pico

Modalidad de Titulación: Trabajo de Integración Curricular

Tutor: Ing. Flor María Villao Santos, MSc.

No.	ACTIVIDADES	FECHA	MAYO				JUNIO				JULIO				Agosto			
			1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Desarrollo de los Trabajos de Integración Curricular:	13/05/26			x													
2	Introducción																	
	Planteamiento del problema, formulación y sistematización.	17/06/26							x									
	Objetivos, justificación teórica y práctica.	22/06/26								x								
	Idea a defender, mapeo y revisión de estructura.	29/06/26								x								
3	Capítulo I: Marco Referencial																	
	Revisión de literatura (internacional y nacional) y conexión con el contexto local.	29/06/26								x								
	Desarrollo de teorías y conceptos (estudio de proyectos, mercado, técnico, legal, financiero).	03/07/26									x							
	Fundamentos legales (ámbitos constitucional, sanitario, municipal, tributario, laboral, ambiental).	03/07/26									x							
4	Capítulo II: Metodología																	
	Diseño de investigación, métodos (analítico-sintético, inductivo, estadístico), población y muestra.	08/07/26										x						
	Recolección de datos, técnicas e instrumentos (encuesta y entrevista), validación de instrumentos.	19/07/26											x					
5	Capítulo III: Resultados y Discusión																	
	Análisis de resultados de encuesta y entrevista.	27/07/26												x				
	Análisis de rentabilidad financiera (VAN, TIR, Payback, punto de equilibrio) y discusión.	30/07/26												x				



Atentamente,

C.c.: Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA. - Coordinador de la Comisión de Titulación
Archivo

Apéndice 9: Ficha de control de tutorías



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

FICHA DE CONTROL DE TUTORÍAS DEL T.I.C.

Modalidad de Titulación: Trabajo de Integración Curricular

Docente: Ing. Flor María Villao Santos, MSc. ☒ Tutor ☐ Especialista

Estudiante: Henry Samir Gómez Pico

Paralelo: 8/1 Vespertino

No.	FECHA	HORA		DESCRIPCIÓN DE TEMAS DESARROLLADOS	RESULTADOS DE APRENDIZAJE DEL CONTENIDO
		INICIO	FIN		
1	13/05/26	11:11	12:11	En la primera tutoría se realizó una socialización del tema inicial, el cual estaba enfocado en la "creación de un food truck". Sin embargo, tras analizar el contexto y el problema real del cantón (alta tasa de desaparición de emprendimientos previos), el tutor sugirió reorientar el enfoque hacia la determinación de condiciones de viabilidad para la operación sostenible. Se aplicaron los métodos AQP (A dónde, Quiénes, Problema) y CCA (Causas, Consecuencias, Aporte) para diagnosticar el problema real y definir un nuevo enfoque alineado con el título generalizado.	Se logró identificar que el problema no era la "creación" de un food truck, sino que 2 de 3 emprendimientos habían cerrado y el único operativo lo hacía de manera estacionaria. Esto permitió redefinir el objetivo general y la idea a defender, estableciendo las bases para una investigación más coherente y con enfoque propositivo.
2	17/06/26	11:52	12:52	Se trabajó en el planteamiento del problema, la formulación y la sistematización del problema, alineando las preguntas específicas con los nuevos objetivos. Se revisó la estructura de la introducción y se ajustaron los títulos de las secciones según el instructivo de la carrera.	Se comprendió la importancia de que cada pregunta específica esté directamente conectada con un objetivo específico. Se logró redactar una formulación y sistematización clara, coherente con el enfoque de "condiciones de viabilidad", evitando palabras como "creación" o "implementación".



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

3	22/06/26	22:15	23:15	Se desarrolló la justificación teórica y práctica, así como la idea a defender y el mapeo del estudio. Se discutió la necesidad de sustentar el estudio en tres ejes conceptuales: evaluación de proyectos, modelo de negocio food truck y comportamiento del consumidor.	Se comprendió la diferencia entre justificación teórica (basada en autores) y práctica (basada en la necesidad del territorio). Se logró redactar una idea a defender como una afirmación concisa y en tiempo presente, alineada con el nuevo enfoque.
4	29/06/26	00:18	01:18	Se avanzó con el Capítulo I – Marco Referencial, iniciando con la revisión de la literatura. Se seleccionaron estudios internacionales (Kraus, Alkaabi, Liu) y nacionales (Andrade, Sani, Barrionuevo), y se redactaron los párrafos de conexión con el contexto local.	Se aprendió a extraer de cada estudio los elementos clave (autor, tema, lugar, año, objetivo, metodología, resultados, conclusión) y a conectarlos con la problemática de La Libertad. Se comprendió la importancia de la movilidad como factor diferenciador en el contexto local.
5	03/07/26	21:51	22:51	Se continuó con el desarrollo de teorías y conceptos: estudio de proyectos, estudio de mercado, estudio técnico, estudio legal y estudio financiero. Se revisaron los fundamentos legales (ámbitos constitucional, sanitario, municipal, tributario, laboral y ambiental).	Se comprendió la diferencia entre factibilidad y viabilidad, y se aprendió a operacionalizar las dimensiones de la matriz de consistencia. Se identificaron los permisos y requisitos legales que condicionan la operación de un food truck en La Libertad.
6	08/07/26	08:36	09:36	Se trabajó en el Capítulo II – Metodología: diseño de investigación (no experimental, transversal, enfoque cuantitativo con componente cualitativo), métodos (analítico-sintético, inductivo, estadístico), población y muestra (383 encuestas). Se discutió la inclusión de la entrevista como técnica complementaria.	Se aprendió a justificar cada decisión metodológica con base en autores (Hernández Sampieri, Ruiz Mitjana, etc.) y a calcular la muestra representativa para el cantón La Libertad. Se comprendió la importancia del enfoque mixto para complementar los datos cuantitativos con información cualitativa.
7	19/07/26	19:03	20:03	Se avanzó con la recolección y procesamiento de datos y la validación de instrumentos. Se diseñó el cuestionario de encuesta (13 preguntas) y la guía de entrevista semiestructurada para el propietario del único food truck activo. Se revisó la validación por juicio de expertos.	Se comprendió la diferencia entre técnicas (encuesta, entrevista) e instrumentos (cuestionario, guía de entrevista). Se aprendió a ajustar las preguntas para evitar palabras como "creación" o "implementación", y a organizar los bloques por dimensiones de la matriz.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

8	27/07/26	23:35	00:35	Se revisaron los resultados de la encuesta (12 preguntas, 383 encuestados) y los resultados de la entrevista (12 preguntas al propietario). Se analizaron las tablas y gráficos, y se redactaron los análisis descriptivos de cada pregunta. Se incorporó el análisis de rentabilidad financiera con indicadores propios (VAN, TIR, Payback).	Se aprendió a presentar resultados cuantitativos de forma clara y a interpretar los datos cualitativos de la entrevista, conectándolos con los hallazgos de la encuesta. Se comprendió la importancia de la triangulación de datos para fortalecer la discusión.
9	30/07/26	12:55	13:55	Se trabajó en la discusión, la propuesta (informe de factibilidad y viabilidad), las conclusiones y las recomendaciones. Se contrastaron los resultados con los referentes nacionales (Andrade, Sani) y se integraron las tres dimensiones (mercado, legal, financiero).	Se aprendió a redactar conclusiones en tiempo pasado y recomendaciones en tiempo futuro, derivadas de los hallazgos. Se comprendió la importancia de que la propuesta no sea un plan de negocio, sino un informe de condiciones de viabilidad.
10	04/08/26	00:05	01:05	Se realizó una revisión de estilo y formato: eliminación de muletillas, corrección de conectores, ajuste de tamaño de figuras, alineación de tablas, y actualización del índice. Se revisó la coherencia entre objetivos, conclusiones y recomendaciones, y se ajustó la idea a defender como una afirmación en presente.	Se aprendió a identificar y corregir repeticiones innecesarias ("food truck", "se evidencia"), a variar los conectores y a mantener un tono académico pero fluido. Se comprendió la importancia de la coherencia interna del documento para la defensa.
11	11/08/26	23:09	00:09	Última revisión del documento completo antes de la entrega. Se verificaron los apéndices (matriz de consistencia, acta, validación, encuesta, guía de entrevista, cálculos financieros), la numeración de páginas y la consistencia de las notas en las tablas. Se preparó la versión final para la sustentación.	Se logró consolidar un documento coherente, bien estructurado y con voz propia. Se comprendió la importancia de la revisión final para detectar errores menores y garantizar que el trabajo cumpla con los estándares académicos exigidos por la carrera.

Observaciones:

Ninguna



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Evidencias:

The slide displays a table with columns: TÍTULO, PROBLEMÁTICA, OBJETIVOS, IDEA A DESARROLLAR, VARIABLE, EMERGENTES, RECURSOS, and EMERGENTES. The content is partially obscured by a video feed of a participant.

The slide displays a table with columns: TÍTULO, PROBLEMÁTICA, OBJETIVOS, IDEA A DESARROLLAR, VARIABLE, EMERGENTES, RECURSOS, and EMERGENTES. The content is partially obscured by a video feed of a participant.

The slide displays a table with columns: TÍTULO, PROBLEMÁTICA, OBJETIVOS, IDEA A DESARROLLAR, VARIABLE, EMERGENTES, RECURSOS, and EMERGENTES. The content is partially obscured by a video feed of a participant.

The slide displays a table with columns: TÍTULO, PROBLEMÁTICA, OBJETIVOS, IDEA A DESARROLLAR, VARIABLE, EMERGENTES, RECURSOS, and EMERGENTES. The content is partially obscured by a video feed of a participant.



FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

Por lo tanto, se aplicaron 383 encuestas a residentes y visitantes mayores de 18 años en los puntos de mayor afluencia del castillo como el Malecón, Paseo Shopping, avenida principal hacia Santa Elena y zonas feriales.

Recolección y Procesamiento de los datos

Para la recolección de información primaria, se emplearon dos técnicas de investigación: la encuesta y la entrevista semiestructurada.

TECNICAS

La encuesta es una técnica cuantitativa que, según Casas Argueta et al. (2003), consiste en un procedimiento estandarizado para recoger y analizar datos de una muestra representativa de una población. Su propósito es obtener información numérica sobre variables de interés, permitiendo describir características, medir actitudes y establecer relaciones entre variables.

La entrevista semiestructurada, por su parte, es una técnica cualitativa que se basa en un grupo de preguntas abiertas, pero con flexibilidad para profundizar en las respuestas del entrevistado (Díaz-Benito et al., 2013). Su objetivo es comprender las percepciones, experien-

Justificación Práctica

Desde una perspectiva política, este estudio surge de una necesidad concreta observable en el territorio, ya que cada año la Libertad recibe cientos de miles de visitantes, muchos de ellos provenientes de ciudades donde la oferta de comida sigue un patrón tradicional ya ferozmente establecido. Sin embargo, la oferta gastronómica local se reduce exclusivamente a productos tradicionales. Frente a esta realidad, el fomento de los negocios se presenta como una alternativa necesaria que permita a los artesanos de transformación de alimentos locales y ofrecer la libertad de ofrecer su propia identidad como el malecón y el paseo Shopping, adaptados a la estacionalidad turística del castillo.

Por consiguiente, el estudio se centrará en evaluar las condiciones del comercio, condiciones laborales y financieras en los centros de desarrollo turístico de modo de poder generar de manera efectiva un comercio local sostenible, competitivo, innovador y atractivo para los visitantes.

Metodología

El primer paso de la metodología es la selección de la muestra. Para ello se utilizó el muestreo aleatorio simple, ya que permite obtener una muestra representativa de la población.

El segundo paso es la recolección de datos. Para ello se utilizó la encuesta y la entrevista semiestructurada.

El tercer paso es el análisis de datos. Para ello se utilizó el análisis de regresión lineal simple.

C.c.: Ing. Renzo Gutiérrez Contreras, MBA. – Coordinador de la Comisión de Titulación
Archivo

Apéndice 10: Certificado Anti plagio



Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

La Libertad, 13 de agosto de 2026

006-TUTOR FMVS-2025

En calidad de tutor del trabajo de titulación denominado **"ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UN FOOD TRUCK EN LA LIBERTAD, 2025"**, elaborado por el estudiante **Henry Samir Gómez Pico**, de la Carrera de Administración de Empresas, de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Estatal Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Administración de Empresas, me permito declarar que una vez analizado en el sistema antiplagio, luego de haber cumplido con los requerimientos de valoración, el presente proyecto, se encuentra con 0% de la valoración permitida, por consiguiente se procede a emitir el presente certificado.

Adjunto el reporte de análisis.

Atentamente,



Verificar documento en línea:
Escaneando el código QR por:
FLOR MARIA VILLAO SANTOS

Ing. Flor María Villao Santos, MSc.

C.I.: 0911365930

DOCENTE TUTOR

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec





Biblioteca General

Formato No. BIB-009

CERTIFICADO ANTIPLAGIO

Reporte de análisis.



Plagiarism Checker X - Report

Originality Assessment

0%

Overall Similarity

Date: ago 13, 2020 (10:50 a. m.)
Matches: 04 / 12953 words
Sources: 0

Remarks: No similarity found,
your document looks healthy.

Verify Report:
Scan this QR Code



V9.0.10 - (W90.0)
012 - TEST FINAL HENRY GOMEZ DOMPLA YD 707

Dirección: Campus matriz, La Libertad - prov. Santa Elena - Ecuador
Código Postal: 240204 - Teléfono: (04) 781732 ext 131
www.upse.edu.ec

