



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO BOLIVARIANO
DE TECNOLOGÍA

**PROYECTO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS**

TEMA:

**Estudio de mercado para determinar la demanda de comidas
rápidas para la creación de una empresa food trucks en el
sector La Joya cantón Daule año fiscal 2018**

Autor:

Suárez Vélez Danilo Gabriel

Tutora:

Ruiz Navarrete Karen Juliana

Guayaquil, Ecuador

2018

DEDICATORIA

Dedicó mi tesis a Dios por darme la vida, darme salud y estar siempre conmigo, a mis padres que nunca dejaron de creer en mí, a mi esposa que siempre me dio las fuerzas para seguir adelante, a mis hijos que son un pilar fundamental en mi vida, a mis hermanas que han estado en las buenas y en las malas, apoyándome en todo momento, a mi tutora Karen Ruiz por compartir sus conocimientos y por su paciencia para poder culminar con este proyecto.

Danilo Gabriel Suárez Vélez

AGRADECIMIENTO

Quiero agradecerle a Dios por guiarme en mi camino y por permitirme concluir con mi objetivo, a mis padres y a mi esposa por estar siempre conmigo, y no dejar que abandone mis estudios, a mis hermanas Carola y Karen por estar ahí siempre que las he necesitado, sin importar la hora el día o el inconveniente que se presente, a mi Tutora Karen Ruiz, que con sus conocimientos, correcciones y paciencia me oriento en mi trabajo de investigación, a todos los profesores que tuve en esta etapa de mi carrera les agradezco por sus conocimientos compartidos y su apoyo incondicional.

Danilo Gabriel Suárez Vélez

**CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE
TRABAJOS DE TITULACIÓN**

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estudio de mercado para determinar la demanda de comidas rápidas para la creación de una empresa food trucks en el sector La Joya cantón Daule año fiscal 2018”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo la demanda de comidas rápidas incide para la creación de una empresa de servicios Food Truck`s en el sector de la joya cantón Daule año fiscal 2018?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresado:

Suárez Vélez Danilo Gabriel

Tutora:

Ruiz Navarrete Karen Juliana

CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES del ITB.**

Nombre y Apellidos del Colaborador

CEGESCYT

Firma

Resumen

La presente investigación está encaminada a realizar un estudio de mercado para dar solución al problema planteado durante la investigación lo que permitirá analizar la factibilidad la creación de una empresa de comida rápida llamada “Danilo`s Food Truck`s”, esta será creada en la Joya del cantón Daule de la provincia del Guayas; en el cual la joya consta de 36.500 habitantes para el año 2018, la cual será tomada para la obtención de la muestra, la muestra obtenida ayudará a realizar la encuesta a los habitantes de la Joya. La creación de una empresa servirá también para fomentar nuevas plazas de empleo e incrementar la parte lucrativa al propietario de la empresa.

Para analizar la demanda de comida rápida en la Urbanización Joya se utilizaron las técnicas de la encuesta y la observación, las misma que permitirá tomar la decisión sobre la creación de la empresa de Food Truck`s.

La demanda de comida rápida ha crecido considerablemente en los últimos años, debido al crecimiento poblacional y por la falta de tiempo que tienen los habitantes para preparar en casa sus alimentos.

Palabras: Food Truck, Estudio de mercado, muestra poblacional, encuesta, demanda.

Abstract

This research is aimed at conducting a market study to solve the problem raised during the investigation which will allow analyzing the feasibility of creating a fast food company called "Danilo`s Food Truck`s", this will be created in the Jewel of the Daule canton of the province of Guayas; in which the jewel consists of 36,500 inhabitants for the year 2018, which will be taken to obtain the sample, the sample obtained will help to carry out the survey of the inhabitants of La Joya. The creation of a company will also serve to encourage new jobs and increase the profit side to the owner of the company.

In order to analyze the demand for fast food at Urbanization the Joya, the survey and observation techniques were used, which will make it possible to decide on the creation of the Food Truck`s company.

The demand for fast food has grown considerably in recent years, due to population growth and the lack of time that people have to prepare their food at home.

Keywords: Food Truck, Market study, population sample, survey, demand

Índice General

TEMA.....	I
DEDICATORIA.....	II
AGRADECIMIENTO	III
CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN.....	IV
CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA.....	V
Resumen.....	VII
Abstract.....	VIII
CAPITULO I	1
El problema.....	1
1.1. Planteamiento del problema	1
1.1.1. Situación conflicto.....	1
1.1.2. Formulación del problema	1
1.1.3. Delimitación del problema.....	1
1.1.4. Evaluación del problema.....	1
1.1.5. Objetivos.....	2
1.1.5.1. Objetivo general.....	2
1.1.5.2. Objetivos específicos	2
1.1.6. Justificación de la investigación.....	2
1.1.6.1. Justificación	2

CAPITULO II	4
MARCO TEÓRICO	4
2.1. Fundamentación teórica	4
2.1.1. Antecedentes históricos.....	4
Origen de la comida rápida.....	6
2.1.2. Antecedentes referenciales	7
Clases de estudios de mercado.....	8
Estudio de mercado primario	8
Estudio de mercado secundario	8
Tipos de estudios de mercado.....	8
Fases de un estudio de mercado.....	9
Oferta y demanda	10
Oferta.....	10
Determinantes de la oferta.....	10
Ley de oferta.....	10
Demanda	10
Los determinantes de la demanda individual.....	11
Ley de demanda	11
Elementos de la demanda	11
Concepto de comida rápida.....	11
2.1. Fundamentación legal.....	12

Ley de compañías	13
Sección 1, Disposiciones Generales	13
Sección 2, DE LA COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO, 1. Constitución y Razón Social.....	13
Ilustre Municipalidad del Cantón Daule.....	14
Requisitos para crear una empresa	14
2.2. Variable de investigación	15
2.3. Definiciones conceptuales	15
CAPITULO III	17
Metodología	17
3.1 Presentación de la empresa	17
3.1.1. Objeto social	17
3.1.2. Misión	17
3.1.3. Visión	17
3.1.4. Estructura organizativa	18
3.1.5. Plantilla de trabajadores y cantidad de trabajadores	18
3.1.6. Clientes y competidores.....	18
3.1.7. Principales productos y servicios.....	19
3.2. Diseño de la investigación	19
3.2.1. Tipo de investigación	19
3.3. Población y muestra	20

3.4. Recolección de datos.....	21
3.5. Técnicas	21
La Encuesta.....	21
La Entrevista.....	21
La Observación.....	22
Estudio de Mercado.....	22
Capitulo IV	23
Análisis e interpretación de los resultados	23
Encuestas	24
4.3. Ficha de observación.....	36
FASE IV	38
Análisis de información e interpretación de resultados: Se procesaron los datos y se realiza el respectivo análisis e interpretación.....	38
FASE V	38
Informe de resultados y conclusiones: A continuación se detalla el informe y las conclusiones del estudio de mercado.....	38
Conclusiones	39
Recomendaciones	40
BIBLIOGRAFÍA	41
Anexos.....	43

Índice de figuras

Figura 1: Estructura orgánica de la empresa.....	18
Figura 2: Cantidad de trabajadores según el puesto	18
Figura 3: Análisis e interpretación de resultado.....	24
Figura 4: Pregunta 1.....	25
Figura 5: Pregunta 2.....	26
Figura 6: Pregunta 3.....	27
Figura 7: Pregunta 4.....	28
Figura 8: Pregunta 5.....	29
Figura 9: Pregunta 6.....	30
Figura 10: Pregunta 7.....	31
Figura 11: Pregunta 8.....	32
Figura 12: Pregunta 9.....	33
Figura 13: Pregunta 10.....	34
Figura 14: Pregunta 11.....	35
Figura 15: Ficha de observación	36

Índice de anexos

Anexo 1: Encuesta de la investigación	43
Anexo 2: Ficha de observación	44

CAPITULO I

El problema

1.1. Planteamiento del problema

1.1.1. Situación conflicto

La problemática surge a partir de la escasez del servicio de comidas rápidas en el sector de la Joya; en la cual, este presenta poca variedad en alimentos, pocos locales, y el crecimiento de habitantes ha provocado una alta demanda en el servicio de comidas rápidas la misma que no está siendo atendida. Es por esto que la presente investigación pretende identificar la acogida que tendrá implementar una empresa de Food Truck`s.

1.1.2. Formulación del problema

¿Cómo la demanda de comidas rápidas incide para la creación de una empresa de servicios Food Truck`s en el sector de la joya cantón Daule año fiscal 2018?

1.1.3. Delimitación del problema

Campo: Administración de servicios

Aspecto: Demanda de comidas rápidas

Área: La Joya, Daule

Periodo: 2018

1.1.4. Evaluación del problema

Una vez que se conoció de la existencia del problema la falta de venta de comida rápida, se decidió realizar un estudio de mercado el cual permitirá, determinar la demanda existente en La Joya, cantón Daule, y que nos permita identificar si es factible la creación de una empresa de comida rápida Food

Truck`s; para así satisfacer la demanda existente y hacer frente al problema encontrado durante la investigación.

1.1.5. Objetivos

1.1.5.1. Objetivo general

Aplicar un estudio de mercado para conocer la demanda de comidas rápidas para así conocer la factibilidad de la creación de una empresa de Food Truck`s en el sector de la Joya.

1.1.5.2. Objetivos específicos

- ✓ Analizar aspectos teóricos para la aplicación de un estudio de mercado.
- ✓ Determinar los factores que inciden en la aplicación del estudio de mercado.
- ✓ Aplicar un estudio de mercado para determinar la demanda existente de comidas rápidas para la creación de una empresa de Food Truck´s.

1.1.6. Justificación de la investigación

1.1.6.1. Justificación

El estudio de mercado es un recurso muy importante para el éxito de cualquier proyecto en la medida que permita comprender la necesidad que presentan los futuros clientes.

El valor práctico del presente estudio se encuentra en realizar el estudio de mercado en el sector de la Joya, en cuanto a la demanda que tendrá el consumo de comidas rápidas, lo cual permitirá identificar si es rentable la creación de la empresa.

La utilidad metodológica del presente estudio es un instrumento o herramienta para los dueños del negocio, el cual permitirá conocer si la población del sector desea demandar el producto, a la vez dicho estudio podrá aportar para aquellas personas que deseen invertir en la empresa Food Truck`s.

La relevancia social se considera para poder brindar un buen servicio a las personas que viven en el sector de la Joya y sus ciudadelas vecinas, así mismo, brindar oportunidades laborales.

La investigación de mercado ayudará a identificar la demanda existente de comidas rápidas, de igual manera, se busca identificar qué tipo de comidas son la de su preferencia.

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Fundamentación teórica

2.1.1. Antecedentes históricos

Según (Alizaga, 2014), la investigación de mercados nació en el mismo que nació el comercio, este hacia informalmente investigaciones para saber qué es lo que la gente deseaba y así mismo analizaba que hacían sus competidores. La investigación de mercados cuando se la conoció como una ciencia, fue en la segunda mitad del siglo XIX cuando se empezó a emplear cuestionarios. En 1911 Charles Carlin de Curtis Publishing Group crea el primer departamento de investigación de mercados. Carlin es celebre porque busco información hasta dentro de la basura de la gente para lograr demostrarle a Campbell's Soup que debía pautar en uno de sus diarios. Entre los años 20's y 40's se popularizo el uso de la aplicación de las encuestas para conocer los gusto y preferencias del consumidor.

La investigación de mercados tiene como fin recopilar, organizar y procesar la información que se ha obtenido, teniendo en cuenta que los actores principales son los posibles consumidores, productores, productos y servicios que una compañía ofrece en el mercado, para conocer lo que los consumidores desean, para así lograr determinar la posible demanda y así determinar si es factible la creación de la empresa.

Siempre una empresa antes de salir al mercado o producto a lanzar en el mercado es de vital importancia realizar un estudio de mercado para ahorrar tiempo y dinero. Aprender de los tropezones no es el único camino para desarrollarse en un negocio y es por esto que este tipo de recursos es importante para conocer el terreno donde se va a desenvolver la empresa o producto a lanzar. (Blinder, 2012)

Es necesario plantear un estudio de mercado en condiciones y el cual permita la toma de decisiones correctas, se debe de tener mucho rigor en la obtención de los datos que se encuentran en el mercado, tanto de la parte cuantitativa como la cualitativa, para lograr pasar a la fase clave de todo el proceso como lo es el diagnóstico de situación para plantear soluciones.

Para (Pérez A. , 2015), la necesidad que se tiene por la comida rápida y en la calle surgió cuando se estaban formando las grandes ciudades, inicio en Japón con carritos que ofrecían sushi a sus clientes, así como también en la ciudad de Nueva York con carritos de ruedas los cuales eran empujados por las calles que vendían comida desde 1691. Para el siglo XIX, estos carros tuvieron dos evoluciones importantes. La primera es que fueron necesarios para los vaqueros con los Chuck wagon; en las grandes ciudades los tranvías viejos que caían en desuso se aprovechaban para improvisar pequeños cafés. En 1936, la marca Oscar Mayer empezó a ofrecer sus productos en carros con forma de salchicha y en 1950 surgieron los primeros camiones de helados. (p. 32)

(Strauss R. , 2016), menciona que “en los últimos años ha tenido gran éxito el servicio de comida Food Truck´s, debido a la forma de llegar a los clientes; en la cual la comunicación digital específicamente, han sido los partícipes en la explotación de este mercado”. (p. 18)

En los últimos años se han producido grandes cambios con la revolución industrial, tanto en la parte laboral como social, como la sustitución de la mano de obra por la maquinaria, los horarios de trabajos rígidos, la evolución del transporte. Todos estos hechos han provocado que gran parte de las personas coincidan con sus horarios de comida en las horas laborales.

En el sector de la Joya existe un crecimiento habitacional muy alto en los últimos años; ya que en el 2012 contaba con 10 etapas y en la actualidad cuenta con 17 etapas con un aproximado de 7300 viviendas y 36500 habitantes; es por eso que el proyecto se basa en realizar un estudio de mercado de la demanda de comida rápida para ofrecer el servicio de Food

Truck`s en el sector; este servicio ya está instalado en Quito y se considera como un proyecto innovador para el cantón Daule provincia del Guayas.

Según (Constante, 2016), los carros de comida Food Truck`s por sus siglas en ingles furgones de comida, se han convertido en una fuente de trabajo y al mismo tiempo un dinamizador de la economía, el negocio ubicado en la ciudad de quito llamado "Inka Burger" cuenta con alrededor de dos camiones de comida rápida, en el que se emplea alrededor de 30 personas. (p. 3)

Las pequeñas y medianas empresas son una forma de organización empresarial en la que responden por la producción de una buena parte de los bienes y servicios en la sociedad contemporánea. El SRI (2015) define a las PyME como el conjunto de pequeñas y medianas empresas que, de acuerdo con su volumen de ventas, capital social, cantidad de trabajadores, y su nivel de producción o activos presentan características propias de este tipo de entidades económicas. Según Rodríguez y Orna (2014) hasta el año 2012 existían en el Ecuador alrededor de 70331 PyME, en las cuales 29086 pertenecían al sector de los servicios, lo cual representaba el 41,39 % del total.

“La comida rápida es la preferencia de muchos al momento de comer debido a sus precios bajos y la fácil obtención de ellos, las cadenas nacionales e internacionales ofrecen esta variedad de comida”. (EiComercio, 2014)

“El comportamiento de la demanda o su grado de estabilidad de la economía y sus perspectivas de crecimientos inciden sobre las decisiones emprendedoras al momento de crear una empresa”. (Kantis & Federico, 2007)

Origen de la comida rápida

Menciona (Bensoussan, 2015), que, a finales del siglo XIX, Paul de Rousiere escribió un libro de 700 páginas, en el cual hace observaciones de Estados Unidos, en el cual este país no estaba informado sobre

asuntos dietéticos, por lo cual Rousiers insistió en que este es para ilustrar verdadero espíritu Yankee. (p. 1)

La comida ambulante siempre ha existido entre nosotros, pero los food trucks tiene la innovación con el diseño, el cual apuesta por tendencias y las comidas vanguardistas o muy poco tradicional, para lograr generar un impacto mayor en los clientes; además estos se basan en anuncios ambulantes de su producto, los food trucks deben mucho de su éxito en el marketing digital.

Los camiones food trucks que venden comida preparada, en México, se han convertido en una tendencia clave para atacar el mercado principal en términos de consumo; Estos camiones siempre están listos para lograr ofrecer un menú aptos para jóvenes que trabajan en oficina, sin embargo, la comida es sólo el inicio pues estos tienen presentaciones gourmet, carros decorados por diseñadores y un servicio personalizado en su diseño. Estos buscan aprovechar la oportunidad de satisfacer el hambre de millones, el cual buscan rapidez, atención, y la experiencia de nuevos conceptos en comida gourmet sin la necesidad de hacer una reservación, es algo que atrae cada vez más a jóvenes emprendedores y sus food trucks. (Villafranco, 2014)

2.1.2. Antecedentes referenciales

Un Estudio de Mercado es el proceso de investigación en el cual se obtiene información sobre los diferentes factores que están relacionados con la actividad empresarial como lo son clientes, competencia, entorno y las variables que intervienen en un marco delimitado de actuación, el cual son sometido a un análisis e interpretación y en el que se extraen una serie de conclusiones en las que estas facilitarán la toma de decisiones sobre la viabilidad o reformulación de un proyecto empresarial. (Cepyme, 2014)

Un mercado es el espacio físico o virtual en donde los clientes o consumidores conocen a otros individuos, a la cual se los denomina proveedores, el cual pueden responden a las necesidades de los clientes.

El estudio de mercado facilita la toma de decisiones en la empresa, ayuda a tomar la decisión más acertada e incrementa la probabilidad de éxito.

Clases de estudios de mercado

Estudio de mercado primario

Este estudio es el que se basa en pruebas como las encuestas, investigaciones en campo y las entrevistas, entre otros métodos; este tipo de estudio ayuda a contestar las siguientes interrogantes:

- ¿Cuáles son las tendencias que tiene el mercado?
- ¿Quiénes son los posibles competidores?
- ¿Qué necesidades son importantes?
- ¿Están siendo satisfechas esas necesidades que hay en el mercado por los productos existentes?
- ¿Cuál es la opinión que tienen los consumidores sobre los productos existentes en el mercado?
- ¿Qué está sucediendo en el mercado?

Estudio de mercado secundario

En este estudio la compañía utiliza únicamente información la cual fue obtenida de otras fuentes que aparecen aplicables a un producto nuevo o existente; lo cual es relativamente barato y fácilmente accesible, aunque, a veces no es específico al área de investigación y los datos que se utilizan pueden ser tendenciosos y difícil de validar esta información.

Tipos de estudios de mercado

(Thompson, 2016), afirma que existen dos tipos de estudios cualitativos y cuantitativos.

Estudios cualitativos: Este tipo de estudio suelen ser usados al principio del proyecto, cuando se conoce muy poco sobre el tema a investigar. También se utilizan entrevistas individuales y detalladas o debates con pequeños grupos para así lograr analizar los diferentes puntos de vista y la actitud de las

personas de forma un tanto desestructurada, lo que permite que las personas que sean encuestadas hablen por sí mismos con sus propias palabras. Los datos obtenidos de los métodos cualitativos pueden ser muy ricos y fascinantes, y deben servir como hipótesis para realizar nuevas investigaciones.

Estudios cuantitativos: Este estudio Intenta medir y numerar. La mayoría de los estudios son cuantitativos; para analizar cuánta gente compra esta marca, con qué frecuencia, dónde, etc. Incluso estudios sobre la actitud y motivación logran alcanzar una fase cuantitativa cuando se investiga cuánta gente asume cierta actitud.

Fases de un estudio de mercado

Existen cinco fases durante un estudio de mercado que son:

Formulación del problema a investigar: Previamente se debe haber identificado el problema, lo que habrá dado origen a una necesidad de información derivada de la necesidad de solucionar una situación real, de valorar una oportunidad o evaluar una estrategia adoptada.

Diseño de la investigación: Construye un esquema básico en función del cual se deberá desarrollar el resto de sus fases. Se debe decidir qué tipos fuentes de información serán utilizadas como primarias o secundarias.

Obtención de la información: Es en esta fase en la cual se recopila la información ya existente o se deberá aplicar instrumentos para la obtención de información sobre la muestra de una población seleccionada.

Análisis de información e interpretación de resultados: Se procesan los datos obtenidos con un plan de análisis previamente establecido con el fin de lograr resumir de forma concisa y fiel la información que se ha obtenido, la cual facilitara a entender de una mejor manera el problema investigar.

Informe de resultados y conclusiones: Partiendo de los análisis que se hallan efectuado y teniendo en cuenta los objetivos de la investigación, se elabora un informe con los principales resultados obtenidos.

Oferta y demanda

Oferta

“La oferta se define como la cantidad de bienes o servicios en el mercado que los productores están dispuestos a ofrecer a distintos precios y condiciones, así como también puede ser la cantidad de productos y servicios disponibles destinados a ser consumidos”. (Vanegas, 2009)

Determinantes de la oferta

- **El precio del producto** en el mercado influye en la decisión de compra del consumidor
- **El costo de producción** influye en el precio para ofertar un producto dentro del mercado.
- **Disponibilidad de los recursos** para poder ofertar un producto dentro de un mercado de bienes y servicios.
- **Empresas que oferten el mismo bien o servicio** permitirá tomar decisiones de compra de un producto siempre y cuando este cumpla las expectativas del consumidor como lo es el precio de un bien.
- **Cantidad de bienes producido** será según el precio del bien entre mas alto el precio mayor será la cantidad ofertada.

Ley de oferta

Siempre y cuando no varíen sus condiciones, como lo es el costo de producción, la cantidad ofrecida de un bien varía en razón directa a su precio.

Demanda

Es la cantidad y calidad de bienes y servicios el cual son adquiridos a diferentes precios dentro de un mercado por el consumidor en un momento determinado.

Los determinantes de la demanda individual

- **Los ingresos del consumidor** es el que permite saber cuánto está dispuesto a gastar en un producto.
- **El gasto del consumidor** es para determinar cuánto está dispuesto a gastar en un producto.
- **Los precios de bienes complementarios** el cual es el bien sustituto que reemplaza a otro producto con similares características.
- **Los precios de bienes sustitutos** este ayuda a identificar si vale la pena sustituir un producto debido al precio que este tiene.
- **Preferencia del consumidor** este ayuda a tomar decisiones para elegir un producto dentro de un mercado de bienes y servicios porque las necesidades del consumidor podrían prevalecer sobre los otros puntos determinantes de la demanda.

Ley de demanda

Siempre y que no varíen las condiciones, como lo son los ingresos que tienen los consumidores, sus gustos o preferencias, precios de bienes complementarios o sustitutos, ingresos, tamaño de la población, entre otros, la cantidad que sea demandada varía según sus precios.

Elementos de la demanda

- Curva de demanda para medir la relación entre el precio y la cantidad demandada.
- Fuerzas que afectan la curva de demanda (ingresos, precios y disponibilidad, tamaño del mercado, gustos y preferencias e influencias especiales)
- Desplazamiento de la curva de demanda para identificar si aumento o disminuyo la demanda

Concepto de comida rápida

Esta existe en la historia desde los tiempos ancestrales con sus diversas particularidades culturales y el cual es tan antiguo como el falafel,

kebabs o el sándwich de aceituna. En la antigua Roma también se vendían, en la calle, los panes con aceitunas, en el este asiático la sopa de tallarines o “noodles”. En el continente europeo, la comida rápida nace durante la ocupación rusa de París en 1815 cuando los soldados solicitaban en los restaurantes franceses comida rápida y utilizaban la palabra “bistro”. Este concepto se instaló en la cultura francesa en la forma de pequeños restaurantes donde se sirve comida sencilla y a precios módicos. (Pérez I. , 2013)

Se puede considerar la comida rápida a toda clase de comida que está preparada de manera rápida, cómoda y por lo general económica; se puede comprar comida rápida en todo lugar donde vendan comidas y meriendas. Las máquinas dispensadoras, restaurantes con autoservicio y en tiendas de autoservicio la cual funcionan las 24 horas, son probablemente los lugares que comúnmente se logra encontrar comida rápida.

Esta es muy popular porque por menos de \$5,00 se puede comprar un plato comida completa; esta no es costosa ya que, por lo general se prepara con ingredientes económicos como es la carne rica en grasa, granos refinados, y se le agrega azúcar y grasas en vez de comida nutritiva como carnes magras, frutas frescas y vegetales.

2.1. Fundamentación legal

En el sector de la Joya en la ciudad de Daule de la provincia del Guayas se creada la empresa de Food Truck`s, la cual tiene como finalidad el expendio de comida rápida y debido a la naturaleza de la empresa, esta deberá cumplir con las normas sanitarias correspondiente y así mismo deberá cumplir con los requisitos correspondientes de la municipalidad de Daule como lo es la obtención de un RUC o RISE y el permiso de funcionamiento otorgado por el cuerpo de bomberos para su legal funcionamiento.

Ley de compañías

Sección 1, Disposiciones Generales

Según **artículo 16**, “La razón social o la denominación de cada compañía, que deberá ser claramente distinguida de la de cualquiera otra, constituye una propiedad suya y no puede ser adoptada por ninguna otra compañía”.

Se debe inscribir el nombre de la empresa ya que esta permitirá identificar quien es el dueño legítimo de la misma, y así nadie podrá copiar este nombre cuando este registrada legalmente.

El **artículo 33** dice que "El establecimiento de sucursales, el aumento o disminución de capital, la prórroga del contrato social, la transformación, fusión, escisión, cambio de nombre, cambio de domicilio, convalidación, reactivación de la compañía en proceso de liquidación y disolución anticipada, así como todos los convenios y resoluciones que alteren las cláusulas que deban registrarse y publicarse, que reduzcan la duración de la compañía, o excluyan a alguno de sus miembros, se sujetarán a las solemnidades establecidas por la Ley para la fundación de la compañía según su especie".

Todo cambio que se realice en la empresa deberá ser notificado a la superintendencia de compañías porque así se lo establece en el artículo 33 anteriormente mencionado.

Sección 2, DE LA COMPAÑÍA EN NOMBRE COLECTIVO, 1. Constitución y Razón Social

El **artículo 36** dice que “la compañía en nombre colectivo se contrae entre dos o más personas naturales que hacen el comercio bajo una razón”.

En la creación de una empresa los dueños pueden ser también dos o más personas como lo establece el artículo 36, en el cual se deberá crear un contrato colectivo en el que se deben inscribir a los dueños legítimos de la empresa.

Ilustre Municipalidad del Cantón Daule

Requisitos para apertura de local en Daule

- ✚ Copia del R.U.C actualizado con la dirección del local.
- ✚ Copia a color de cédula de identidad del propietario o del representante legal con carta de nombramiento notarizada.
- ✚ Copia de contrato de arrendamiento.
- ✚ Copia de permiso de funcionamiento del cuerpo de bomberos.
- ✚ Certificado de inspección final municipal.
- ✚ Pago de predios urbano (del local)

Se debe de tener autorización del municipio de Daule para poder operar la empresa de comida rápida Food Truck`s, por lo que se debe de presentar la documentación respectiva, la cual permitirá que el municipio proceda con la autorización del permiso de funcionamiento de la empresa en la joya.

Requisitos para crear una empresa

Según el registro mercantil del Ecuador se deber de cumplir con los siguientes requisitos para crear una empresa:

- ✚ Presentar por lo menos dos testimonios originales de la escritura pública de constitución.
- ✚ Todos los testimonios deben tener el mismo número de fojas y todas deben estar rubricadas por el notario ante el que se otorgó la escritura (Art. 41 de la Ley Notarial).
- ✚ Dos copias certificadas de la providencia judicial aprobatoria.
- ✚ Arancel: Según la cuantía del capital. Ver Tabla de Aranceles publicada en el Registro Oficial 204 del 5 de noviembre de 2003, y su reforma publicada en el Registro Oficial 244 del 5 de enero de 2004

Estos requisitos servirán para crear la empresa, una vez que se cumpla con todo lo antes mencionado, se deberá acercarse al registro mercantil para dar paso a la creación de esta.

2.2. Variable de investigación

Variable independiente: Demanda de comidas rápidas

Variable dependiente: Creación de una empresa

2.3. Definiciones conceptuales

Oferta: Es el conjunto de ofertas que se realiza en el mercado por los bienes y servicios en venta, la curva de la oferta es la que se encarga de recoger la localización exacta de los puntos correspondientes a las cantidades ofertadas de un bien o servicio en particular a diferentes precios. Esta curva muestra una relación directa entre la cantidad ofertada y el precio, dando una pendiente positiva. La razón por la que esto existe se conoce como la ley de la oferta caeteris paribus, y considerando bienes ordinarios, cuanto mayor sea el precio, mayor será la cantidad ofertada, y viceversa

Demanda: Simplemente no es más que el valor global del mercado que expresa las intenciones adquisitivas de los consumidores. La curva de la demanda muestra la cantidad de un bien específico que los consumidores o la sociedad están dispuestos a comprar en función del precio del bien y a la renta disponible.

Mercado: El mercado es el contexto en donde tienen lugar el intercambio de bienes y servicios. Es decir que en ese contexto es en dónde se llevan a cabo las ofertas, las demandas, las compras y las ventas.

Food Truck`s: Son vehículos que venden comida, generalmente camiones donde el espacio interno es adaptado para instalar los equipos que ayudan a la preparación de los platos y que constituyen algo parecido al sistema operativo de un restaurante a pequeña escala.

Estudio de mercado: Es un proceso sistemático de recogida y análisis de información sobre los clientes, competidores y del tipo de mercado que se encontrará la empresa. La realización de esta tarea facilitará la puesta en

marcha de un plan de negocio, la mejora de un producto ya existente o el lanzamiento de otro nuevo, o la expansión a otros mercados.

Tendencia: Es una corriente o una preferencia generalizada por la cual las personas se inclinan a preferir determinados fines o determinados medios por sobre otros.

Variables: La palabra “variable” proviene del latín “variabilis”, palabra la cual define a aquello lo cual está sujeto a algún tipo de cambio. Es algo que es cambiante, mutable, por lo tanto, se puede definir variable como algo que varía o cambia. Una variable es cualquier cosa que puede tomar diferentes valores numéricos o categóricos. Las variables representan un concepto de vital importancia dentro de un proyecto de investigación, son conceptos que forman las hipótesis de investigación.

CAPITULO III

Metodología

3.1 Presentación de la empresa

La empresa será nombrada “Danilo`s Food Truck`s” y la cual será constituida legalmente el 10 de abril del 2019, está orientada a brindar un servicio de excelencia y calidad, el cual contará con el mejor capital humano disponible en el mercado laboral para atender a los clientes, así como para preparar el menú, ofreciéndole a esto una ventaja diferencial de un trabajo, que involucra practica y capacitación constante, logrando que la empresa sea un éxito.

3.1.1. Objeto social

Ofrecer variedad de platos de comida rápida a precios módicos y de excelente calidad que estén al alcance de los consumidores y así lograr cubrir las necesidades de los habitantes de la Urbanización La Joya del Cantón Daule.

3.1.2. Misión

Ser una empresa que ofrezca a las familias, la mejor variedad de comida rápida con una sazón excepcional, ofreciendo un excelente servicio y productos de excelente calidad para los clientes y generando un ambiente seguro y familiar.

3.1.3. Visión

Ser una empresa líder en la urbanización La Joya, así como consolidar el liderazgo dentro empresa, sosteniendo un crecimiento y mejora integral y continua, actuando responsablemente con nuestra sociedad y lograr una sólida estructura organizacional que proporcione bienestar a todo nuestro equipo de trabajo, clientes y proveedores.

3.1.4. Estructura organizativa

Figura 1: Estructura orgánica de la empresa



Fuente: Autor
Elaborado por: Autor

3.1.5. Plantilla de trabajadores y cantidad de trabajadores

Figura 2: Cantidad de trabajadores según el puesto

Administrador	Chefs	Auxiliares de cocina	Meseros
1	4	4	8

Fuente: Autor
Elaborado por: Autor

3.1.6. Clientes y competidores

Clientes: Los clientes potenciales serán los habitantes de la Joya y sus alrededores, es en ellos que se centra la creación de esta empresa de comida rápida en la cual se brindara un amplio menú con una sazón excepcional.

Competidores: Como posibles competidores están las cadenas de comida rápida, y los negocios de comida que se encuentran alrededor donde será ubicada la empresa Food Truck`s.

Entre las principales empresas competidoras de comida están:

- ✓ Puerto Chifa
- ✓ Tuco Pizza
- ✓ Combi Burger
- ✓ La Cuadra

La Cuadra es el competidor más fuerte para la empresa de food truck`s, ya que este restaurante es una plaza el cual consta de varios locales de comida que están ubicados cada uno en un container, pero la comida es más exclusiva debido a que la misma es gourmet y el tiempo de preparación es un poco más largo; el tipo de restaurante de comida es algo similar al de los food trucks con la diferencia que estos pueden movilizarse a puntos estratégicos para expender sus productos y al mismo tiempo la variedad de productos ofertados serán de tipo comida rápida pero con un toque gourmet; el cual los diferencia de los demás restaurantes y al mismo tiempo estos no requieren mayor tiempo de preparación para llegar a manos del consumidor.

3.1.7. Principales productos y servicios

Entre los principales productos están las hamburguesas, hot dog, tacos, burritos, ensaladas, arepas, empanadas, alitas en diferentes salsas.

3.2. Diseño de la investigación

3.2.1. Tipo de investigación

Investigación explicativa: Esta consiste en explicar el problema o fenómeno para lo cual busca establecer de una manera confiable, la naturaleza de la relación entre uno o más efectos o variables dependientes, así como una o más causas o variables independientes. Es decir, este tipo de investigación busca indagar las causas del problema e intentan explicar por qué ocurre (Bernal, 2006).

Se utilizó la investigación explicativa para estudiar el problema que se planteó durante la investigación, para así lograr analizarlo y darle solución.

Investigación correlacional: Tiene el fin de mostrar y examinar la relación que existe entre las variables o el resultado de las variables. Este método examina las asociaciones, pero no sus relaciones causales, en donde el cambio de un factor influye directamente en el cambio en otro factor (Bernal, 2006).

Se aplicó la investigación correlacional para lograr analizar las variables utilizada en la investigación y así demostrar la relación que existe entre las misma.

3.3. Población y muestra

Población: La población de la presente investigación que se utilizará para conocer la demanda de comida rápida será de 36.00 personas que es la población de la Joya.

Muestra: Para obtener la muestra se utilizó unas técnicas estadísticas, lo que garantizo una investigación confiable, para la determinación de la muestra se utilizó la siguiente formula.

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

Donde:

N= Población (36.500)

e= Margen de error (0.05)

Z= Nivel de confianza (1.96)

p= Porcentaje de aceptación (0,50)

q= Porcentaje de rechazo (0,50)

n=?

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,50)(0,50) * 36.500}{(1,96)^2 (0,50)(0,50) + 36.500 (0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25 * 36.500}{3,8416 * 0,25 + 36.500 (0,0025)} \quad n = \frac{35.054,60}{92,21} \quad n= 380$$

3.4. Recolección de datos

La presente investigación se desarrollará a través de la utilización de fuente primaria y secundaria para la recolección de datos.

Fuente primaria: Se obtendrá a través de la población realizada en la Joya cantón Daule.

Fuente secundaria: Información encontrada en libros, revistas especializadas, periódicos e internet.; para así dar a los problemas y objetivos que se hayan planteado en la investigación.

3.5. Técnicas

La técnica de investigación sirve para observar detenidamente el fenómeno, hecho o caso, para tomar información y registrarla para su análisis; así como la observación es uno de los elementos fundamentales de todo proceso investigativo, ya que en ella se logra obtener el mayor número de datos para la investigación.

La Encuesta

Esta es una técnica destinada a obtener datos a través varias personas cuyas opiniones impersonales interesan al investigador; para ello, a diferencia de la entrevista, se utiliza un listado de preguntas escritas que se entregan a las personas, a fin de que las contesten igualmente por escrito y a este listado se denomina cuestionario.

La Entrevista

Es una técnica para obtener datos la cual consisten en un diálogo entre dos personas: El entrevistador el cual es el "investigador" y el entrevistado; se realiza con el fin de obtener información de parte de este, que es, por lo general, una persona entendida en la materia de la investigación.

La Observación

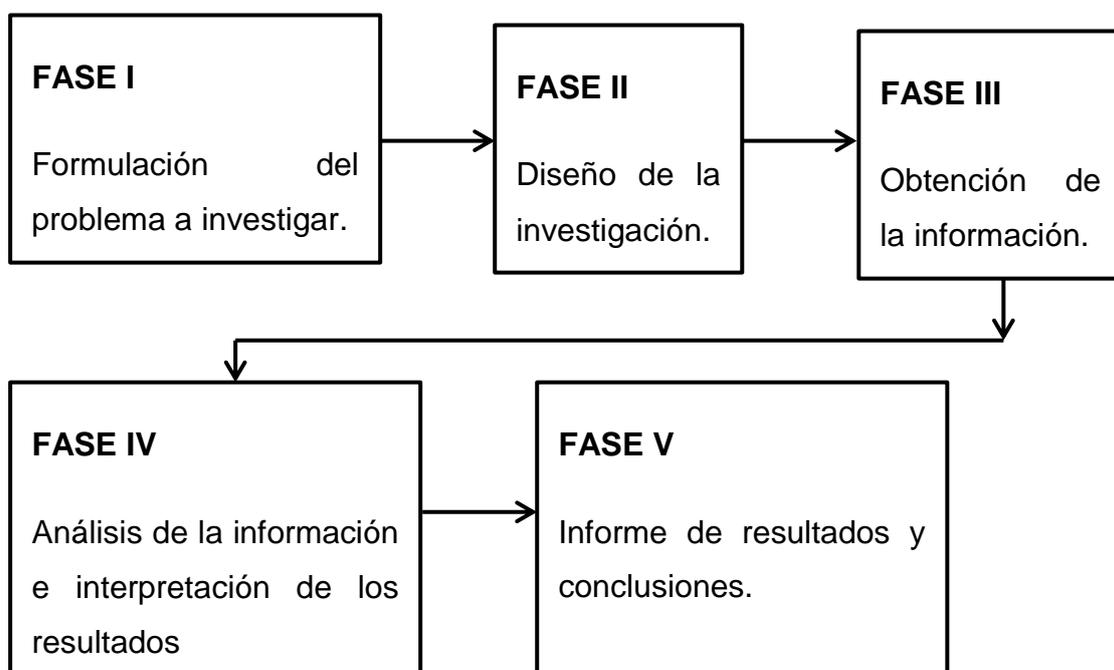
Es una técnica que consiste en observar detenidamente el fenómeno, hecho o caso, a tomar información y registrarla para su respectivo análisis en la investigación. La observación es uno de los elementos fundamentales de todo proceso investigativo; ya que se apoya el investigador para obtener el mayor número de datos.

En la presente investigación se trabajará con el instrumento cuestionario o encuesta, ya que esta nos permitirá conocer la opinión que tienen los demandantes de comida rápida, así como criterios y sugerencias que tienen sobre la comida rápida para saber si es o no factible la creación de una empresa Food Truck`s.

También se utilizará la técnica de la observación la cual permitirá observar el fenómeno en cuestión, el cual es la competencia que encuentra en la Joya, para así lograr obtener la información para realizar el análisis de la misma.

Estudio de Mercado

Para la aplicación del estudio de mercado, se realizarán las siguientes fases:



Capítulo IV

Análisis e interpretación de los resultados

El estudio de mercado fue desarrollado en las fases antes descritas:

FASE I

Formulación del problema a investigar: Se identificó el problema que existe en la urbanización La Joya, el mismo que consiste en las pocas opciones de comidas rápidas alrededor de dicha urbanización, y que a su vez es necesario que existan más opciones de restaurantes, considerando el constante crecimiento de la población en el sector.

FASE II

Diseño de la investigación: Se planteó un diseño en el cual se utilizó fuentes primarias y secundarias

FASE III

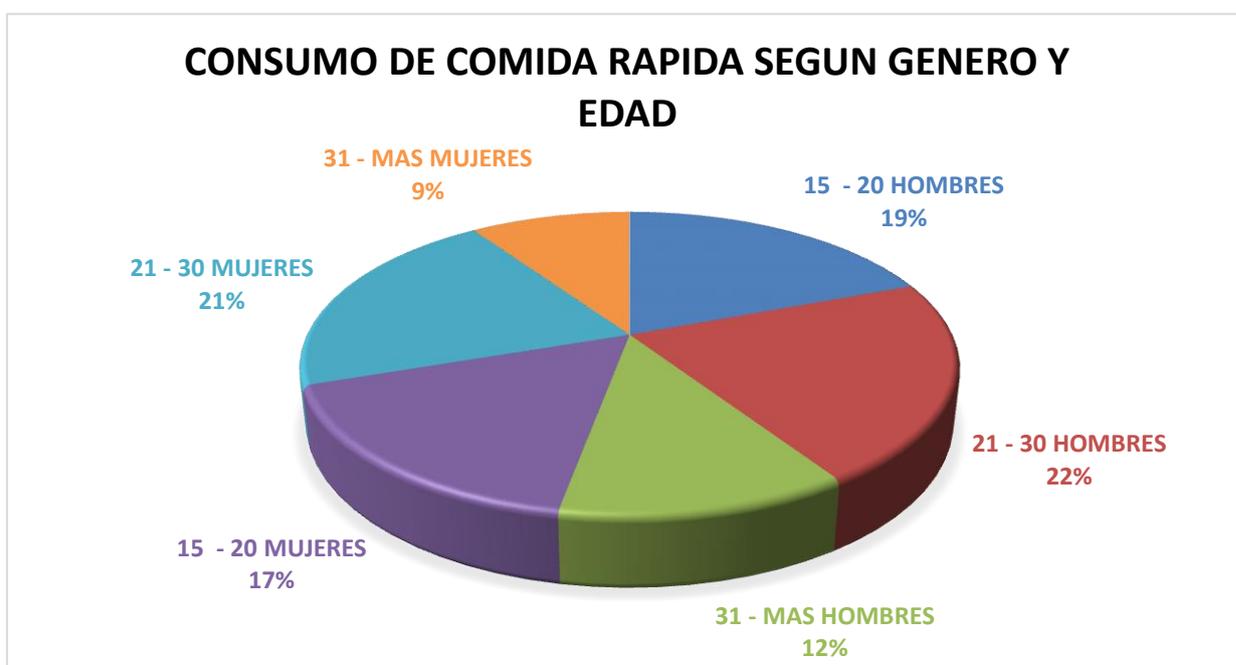
Obtención de la información: Se obtuvo información por parte de los habitantes de la urbanización a través de encuestas, las mismas que contienen 11 preguntas; de igual manera se utilizó la técnica de observación para analizar la competencia, donde se pudo conocer la afluencia de clientes en los locales de comida del sector, la calidad del servicio, el menú que ofrecen, y el tiempo que se tardan en despachar el producto.

Encuestas

Se realizó encuesta a los habitantes de la Joya en la cual en el siguiente grafico se podrá identificar el rango de edad de los hombres y mujeres que respondieron la encuesta.

15 - 20 HOMBRES	73
21 - 30 HOMBRES	82
31 - MAS HOMBRES	46
15 - 20 MUJERES	64
21 - 30 MUJERES	79
31 - MAS MUJERES	36
SUMATORIA	380

Figura 3: Análisis e interpretación de resultado



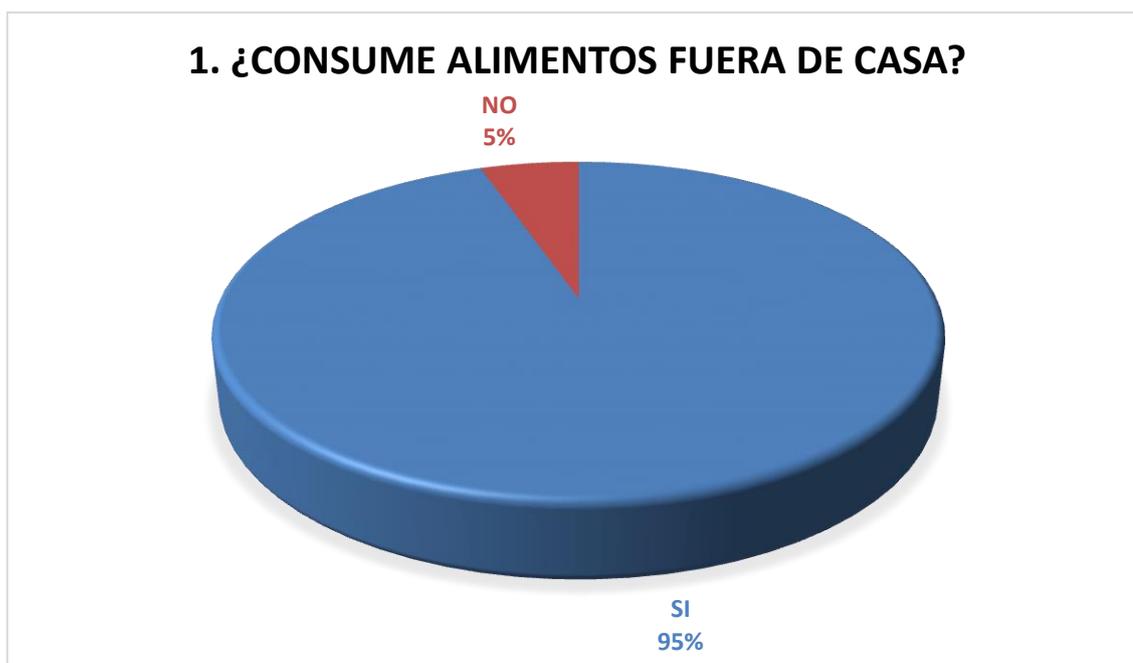
Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: Se ha aplicado la encuesta a 380 personas, de las cuales 201 personas son hombres y 179 son mujeres; de este grupo de personas, el 19% de los hombres están en un rango de edad de 15 a 20 años, el 22% están en un rango entre 21 a 30 años y 12% están en un rango de edad de 31 y más. En el caso de las mujeres el 17% están en un rango de edad de 15 a 20 años, mientras que el 21% está en un rango de 21 a 30 años y el 9% se encuentra entre un rango de edad de 31 años y más.

1. ¿Consume alimentos fuera de casa?

SI	361	95%
NO	19	5%
SUMATORIA	380	100%

Figura 4: Pregunta 1



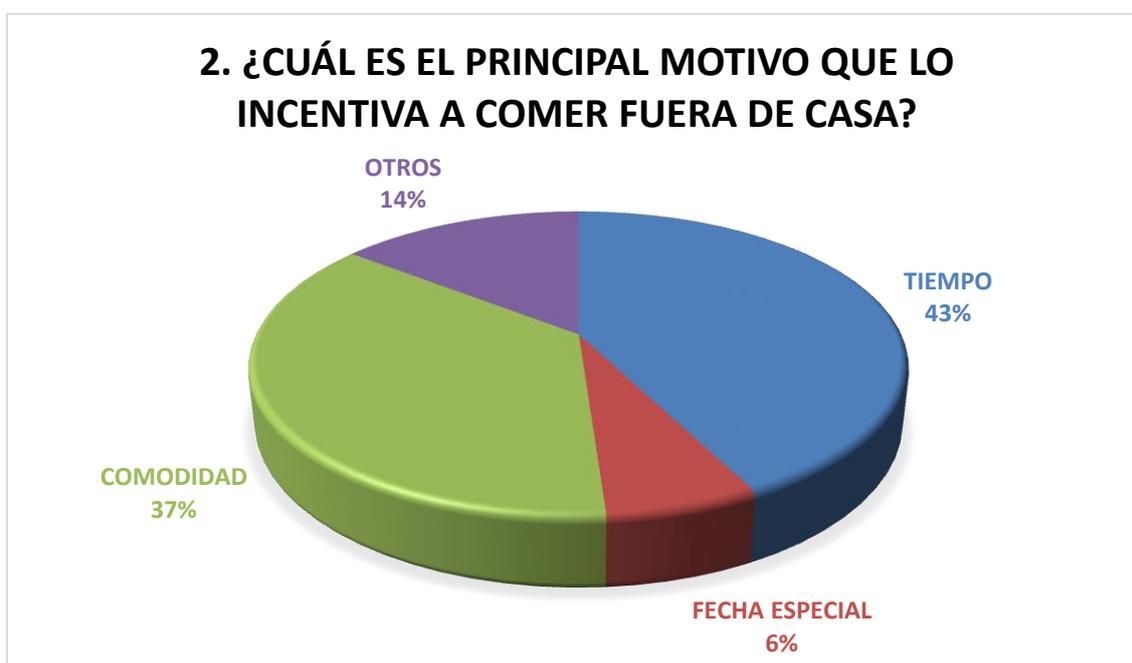
Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: En la encuesta realizada en la investigación se obtuvo una respuesta afirmativa. El 95% de las personas encuestadas si consume alimentos fuera de casa, mientras que el 5% de las personas encuestadas no consume alimentos fuera de casa por cuestiones de salud y otros factores.

2. ¿Cuál es el principal motivo que lo incentiva a comer fuera de casa?

TIEMPO	155	43%
FECHA ESPECIAL	22	6%
COMODIDAD	134	37%
OTROS	50	14%
SUMATORIA	361	100%

Figura 5: Pregunta 2



Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: El resultado de esta pregunta arroja que el 43% de los encuestados consumen alimentos fuera de casa por falta de tiempo; así mismo se muestra que el 37% de las personas lo realiza por comodidad; mientras que el 14% lo hace por otros motivos y solo un 6% lo hace en fecha especiales; lo que significa que en su gran mayoría los habitantes de la joya consumen alimentos fuera de casa, por cuestiones de tiempo.

3. ¿Con que frecuencia usted come fuera de casa?

DIARIO	170	47%
SEMANAL	148	41%
MENSUAL	43	12%
SUMATORIA	361	100%

Figura 6: Pregunta 3



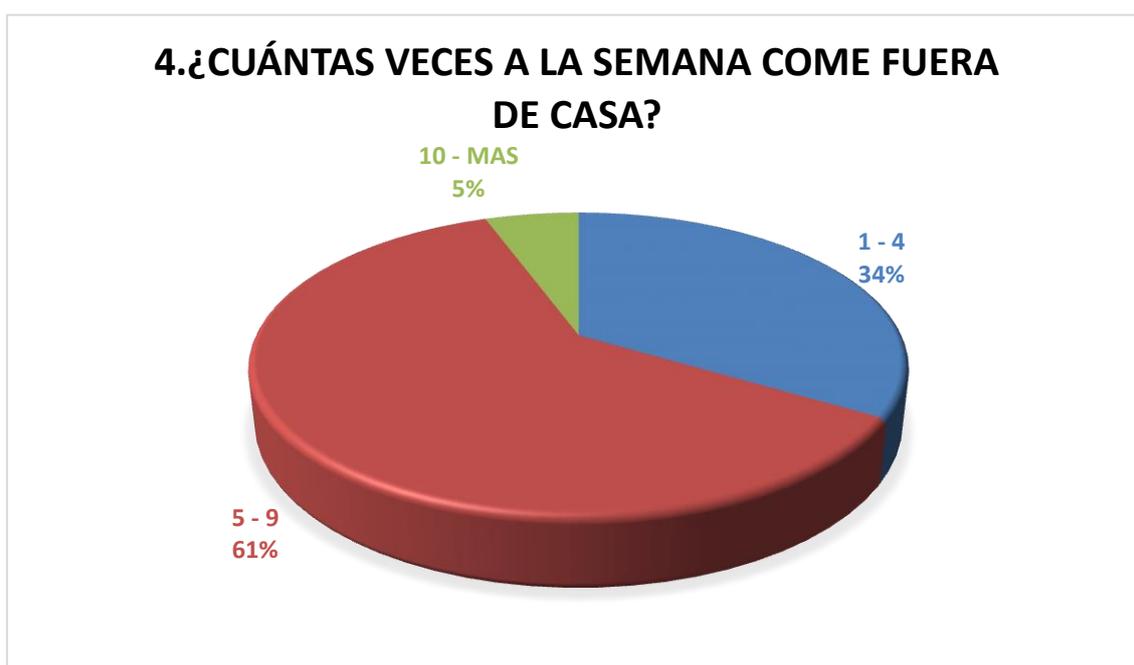
Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: La información que se obtuvo en esta pregunta señala que el 47% de las personas consume alimentos diariamente, por lo que existe una alta demanda de estos, así mismo un 41% lo realiza semanalmente existiendo así una demanda insatisfecha, mientras que un pequeño porcentaje del 12% únicamente lo realiza cada mes.

4. ¿En base a la pregunta anterior cuántas veces a la semana come fuera de casa?

1 – 4	123	34%
5 – 9	220	61%
10 – MÁS	18	5%
SUMATORIA	361	100%

Figura 7: Pregunta 4



Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: El resultado más importante de esta pregunta refleja que el 61% de personas consume alimentos fuera de casa entre 5 y 9 veces a la semana, el 34% lo hace entre 1 y 4 veces, mientras que solo un 5% realiza 10 o más veces el consumo de alimentos.

5. ¿Cuál es el horario más frecuente que utiliza para comer fuera de casa?

7:00 a 9:00am	32	9%
12:00 a 02:00pm	159	44%
06:00pm – MAS	170	47%
SUMATORIA	361	100%

Figura 8: Pregunta 5



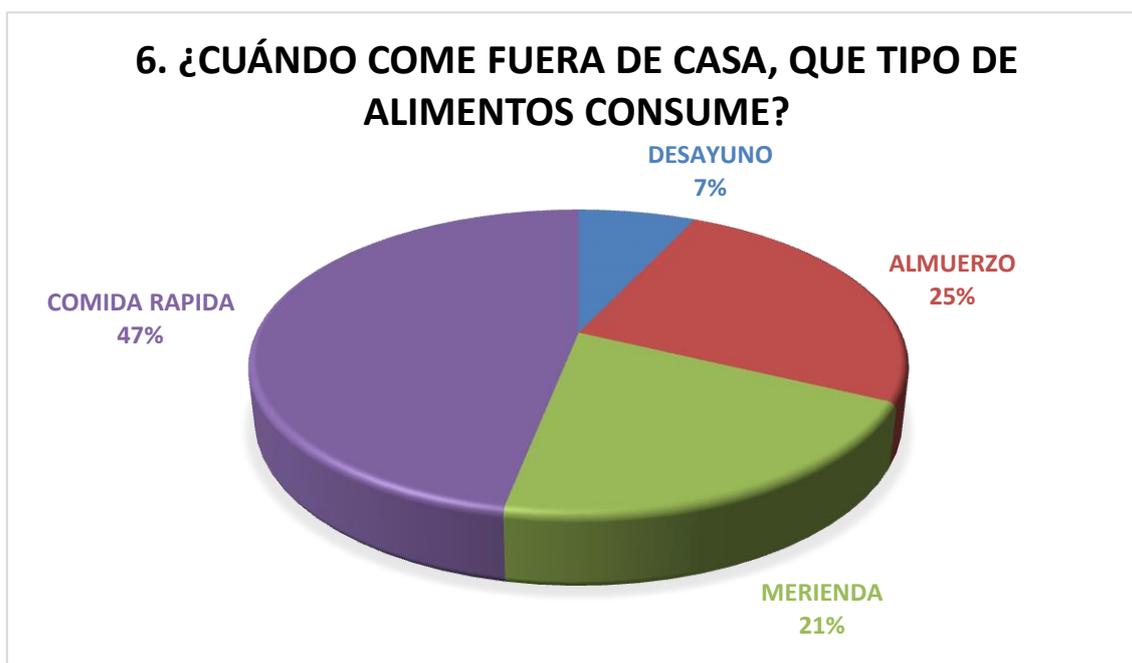
Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: En esta pregunta se logró identificar el horario en el que se realiza la compra de alimentos; por lo que en su gran mayoría lo realiza en la noche con un 47%, mientras que 44% lo realiza en horas de tarde, y en horas de la mañana es el momento en donde se realiza menos el consumo de alimentos ya que únicamente el 9% lo realiza.

6. ¿Cuándo come fuera de casa, que tipo de alimentos consume?

DESAYUNO	25	7%
ALMUERZO	90	25%
MERIENDA	76	21%
COMIDA RÁPIDA	170	47%
SUMATORIA	361	100%

Figura 9: Pregunta 6



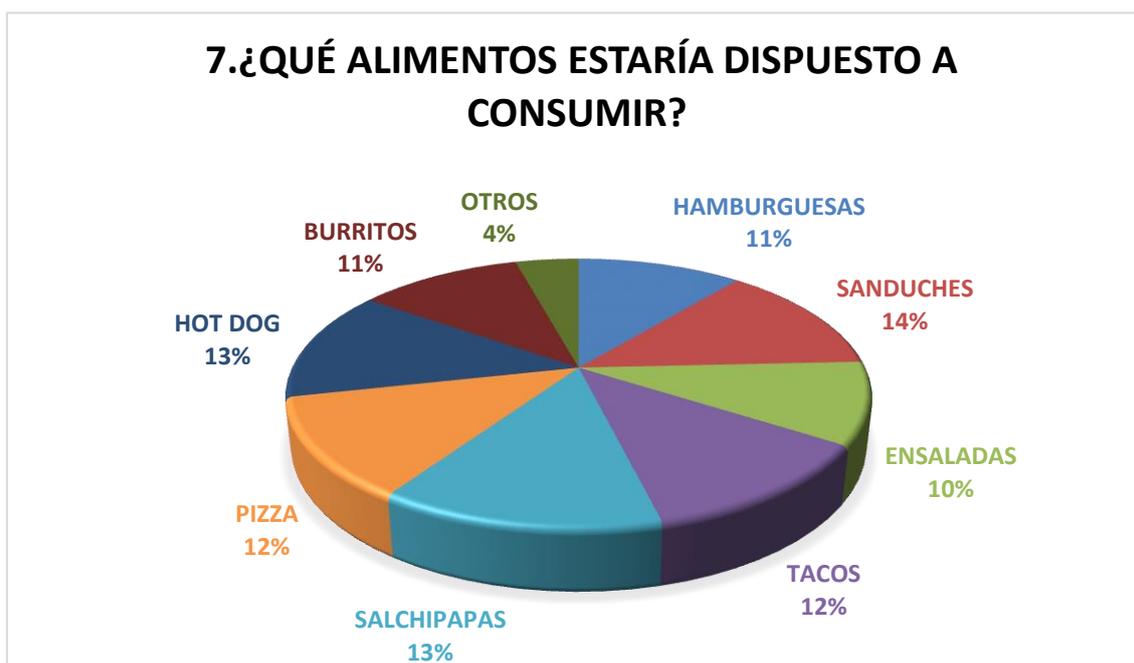
Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: Como se muestra en la figura 9 podemos observar que el desayuno es momento en el que menos consumo tiene con un 7%; por lo que no se recomienda ofrecer este tipo de productos ya que no sería rentable para la empresa, lo más recomendable para la empresa es ofrecer comidas rápidas ya que el 47% tiende más degustar este tipo de comida, 21% por meriendas y va de la mano con la comida rápida y únicamente 25% realiza la compra de almuerzo.

7.- ¿Señale con una X cuáles de los siguientes alimentos estaría dispuesto a consumir?

BURRITO	40	11%
HAMBURGUESAS	40	11%
HOT DOG	47	13%
SANDUCHES	51	14%
ENSALADAS	36	10%
PIZZA	43	12%
SALCHIPAPAS	47	13%
TACOS	43	12%
OTROS	14	4%
SUMATORIA	361	100%

Figura 10: Pregunta 7



Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: Como se logra observar en la figura 10 no hay gran variación en posibles productos a ofertar, la única diferencia considerable es la del 4% que desea otros tipos de productos.

8. ¿Le gustaría que todos los alimentos antes mencionados, se encuentren en el mismo lugar?

SI	361	95%
NO	0	0%
SUMATORIA	361	100%

Figura 11: Pregunta 8



Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: El 100% de las personas está de acuerdo que todos estos productos se ofrezcan en un mismo lugar, debido a la gran variedad para seleccionar al momento de visitar el Food Truck`s.

9. ¿Ha escuchado hablar de camiones de comida Food Truck`s?

SI	343	95%
NO	18	5%
SUMATORIA	361	100%

Figura 12: Pregunta 9



Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: El 95% a escuchado de los camiones de comida rápida Food Truck`s y únicamente el 5% no había escuchado hablar de ellos, pero piensan que es una buena idea de negocio para vender comida.

10. ¿En caso de que su respuesta anterior haya sido SI, estaría dispuesto a consumir comida en un Food Truck`s?

SI	343	100%
NO	0	0%
SUMATORIA	343	100%

Figura 13: Pregunta 10



Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: El 100% de los encuestado está dispuesto a consumir alimentos en un Food Truck`s.

11. ¿En caso de que su respuesta anterior haya sido SI, le gustaría que en la Joya se aperture una plaza de camiones Food Truck`s?

SI	343	100%
NO	0	0%
SUMATORIA	343	100%

Figura 14: Pregunta 11



Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Interpretación: El 100% de los encuestados si está de acuerdo que se aperture una plaza de Food Truck`s en la Joya del cantón Daule, debido a la variedad de productos que se ofrecería y lo cerca que estarían del lugar.

4.3. Ficha de observación

Figura 15: Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN						
Tipo de observación	Campo			Observador :	1	
Lugar:	Daule			Observaciones realizadas:	8	
Objetivo de la observación:	Conocer la posible competencia de la empresa Danilo`s Food Truck`s					
Local observado	Hora	Cli ent es	Tiempo de espera	Menú	Comentarios	Calificación de atención al cliente
La Cuadra	12:00PM	-	-	-	Local cerrado.	-
	18:00	20	32m	Alitas, papas fritas hamburguesas, cortes de carne, etc.	Local abierto con mayor afluencia de clientes debido al menú ofertado a partir de esta hora.	REGULAR
Combi Burger	12:30PM	-	-	-	Local cerrado	-
	18:30	10	15m	Venta de hamburguesas, papas fritas, tacos.	Se logró observar que los clientes estaban comenzando a llegar	REGULAR

Tuco Pizza	14:00	5	30m	Venta de pizza, lasaña, yogurt y pastas.	Muy pocos clientes personas que viven en los alrededores compartiendo entre amigos.	REGULAR
	19:30	12	35m	Venta de pizza, lasaña, yogurt y pastas.	Clientes estaban comenzando a llegar al local	REGULAR
Puerto Chifa	14:00	26	13m	Chaulafan, carne apanada, sopa, wantang, etc	El local se encontraba lleno debido al extenso menú que tienen	REGULAR
	20:00	33	15m	Chaulafan, carne apanada, sopa, wantang, etc	El local se encontraba lleno debido al extenso menú que tienen	REGULAR

Fuente: Encuesta de la investigación
Elaborado por: Autor

Como se logra observar en la ficha podemos percatarnos de que gran parte de la competencia tiene una regular atención al cliente, un punto a favor para la creación de la empresa el cual deberá contar con personal calificado para brindar una excelente atención al cliente; así mismo se observa que la mayoría de los locales de la competencia no tiene un menú acto para atender a los clientes en horas de la tarde, mientras que el menú ofrecido es más apetecido en horas de la noche.

FASE IV

Análisis de información e interpretación de resultados: Se procesaron los datos y se realiza el respectivo análisis e interpretación.

FASE V

Informe de resultados y conclusiones: A continuación se detalla el informe y las conclusiones del estudio de mercado.

Encuesta: Como conclusión de las encuestas realizadas se propone que la empresa “Danilo`s Food Truck`s”, estará ubicada en un lugar que brinde comodidad y seguridad a los clientes.

Ofrecer una excelente variedad de platos de comida rápida con productos de calidad el cual logre satisfacer la demanda y así lograr que la empresa sea líder en el mercado de comidas rápida en la Joya del cantón Daule.

Se debe crear un plan de marketing y ventas el cual permitirá lograr captar a los clientes, debido a que las encuestas mostraron un resultado satisfactorio de que los clientes si están dispuestos a consumir este tipo de alimento.

Observación: Como se logra observar en la ficha, gran parte de la competencia tiene una regular atención al cliente, lo cual puede considerarse como un punto favorable para la creación de la empresa, la misma que deberá crear una diferenciación con la atención actual por parte de la competencia, la mejor forma de hacerlo es contando con personal calificado para brindar una excelente atención al cliente; así mismo se observa que la mayoría de los locales de la competencia no tiene un menú apto para atender a los clientes en horas de la tarde, mientras que el menú ofrecido es más apetecido en el horario nocturno.

Conclusiones

- ✓ Se analizaron las teorías sobre la aplicación de un estudio de mercado, así mismo permitió conocer los conceptos de oferta y demanda y las teorías sobre los Food Truck`s para lograr identificar el origen de los mismos y como se han expandido en la actualidad.

- ✓ Se identificó la población y muestra que incide para la realización del estudio de mercado.

- ✓ Se identificó a través del estudio de mercado, la demanda de comida rápida en la Joya, la cual indica que existe la demanda potencial para la creación de la empresa Food trucks.

Recomendaciones

- ✓ Se recomienda considerar el presente estudio de mercado para realizar un plan de inversión y para la creación de la empresa de comida rápida Food Truck`s, debido a que los resultados obtenidos fueron favorables.
- ✓ Realizar un plan de marketing para hacer conocer la empresa y lograr captar la mayor cantidad de clientes en la Joya y sus alrededores.
- ✓ Se recomienda que, a la creación de la empresa, se contrate personal capacitado, un menú variado, un ambiente agradable y seguro, donde los clientes se sientan cómodos de degustar sus alimentos.

BIBLIOGRAFÍA

- 50Minutos.es. (2017). *Aprende a realizar un buen estudio de mercado: Los secretos para que tu proyecto empresarial tenga éxito.*
- Ale, F. L. (2015). ¿SABES QUÉ ES UN ESTUDIO DE MERCADO? *Merca2.0*, Pag. 2.
- Alizaga, T. (2014). *Historia de La Investigacion de Mercado.*
- Barba, E. (2012). *Innovación-100 consejos para inspirarla y gestionarla.*
- Bensoussan, M. (2015). El origen de la comida rápida.
- BERNAL TORRES, C. (2006). *Metodología de la Investigación para administración, economía, humanidades, ciencias sociales.* México: Pearson.
- Blinder, F. (2012). Como se hace un estudio de mercado para un proyecto. *Maestro Financiero.*
- Cepyme. (2014). Pautas para elaborar Estudio de Mercado. *Vía-E Plataforma de apoyo al emprendimiento*, Pag. 4.
- Constante, S. (2016). La comida ambulante toma Quito. *El Pais.*
- Datakey, I. (2013). Fases en el proceso de investigación de mercados. *Instituto Datakey*, Pag. 1-2.
- EIComercio. (2014). ¿Cuáles son las razones para el consumo de 'comida chatarra'?, pág. 1.
- Federico, H. K. (2007). Los determinantes del surgimiento de nuevas. *Laboratorio de Investigacion Tegnologia, Trabajo, Empresa y Competitividad.*
- Fernandez, F. J. (2014). *Guia para la elaboracion de un estudio de mercado.*

- Herrera, J. P. (2013). *Investiaci3n de mercado*.
- P3rez, A. (2015). Food trucks, la historia de los camiones de comidas. *DiegoCoquillat*.
- P3rez, I. (2013). Comida R3pida/Fast-Food. *Mirador Salud*.
- PONCE C3ceres Vicente. (2009). Hip3tesis deductiva. En P. C. Vicente, *Guia para el dise1o de proyectos educativos* (p3g. 64).
- Rodr3guez, M. C. (2014). *An3lisis de la cultura empresarial desde el enfoque de la psicolog3a*.
- SRI. (2015). *SRI*. Obtenido de www.sri.gob.ec/de/32
- Strauss, R. (2016). El 3xito detras del Food Truck Marketing. *Latam Digital Marketing*, p. 1-18.
- Strauss, R. (2016). El 3xito detr3s del food truck marketing. *Latam Digital Marketing.*, p. 18.
- Thompson, I. (2016). *PromonegocioS.net*. Obtenido de <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html#comentarios>
- Torreblanca, F. (2014). Qu3 es y para qu3 sirve un estudio de mercado. *Francisco Torreblanca*.
- Torres, C. B. (2006). *Metodolog3a de la investigaci3n: para administraci3n, econom3a, humanidades y ciencias sociales*.
- VANEGAS, Y. (2009). *Mercadeo*. Obtenido de <http://sena-mercadeo.blogspot.com/2009/04/oferta-y-demanda.html>
- Villafranco, G. (2014). Food Trucks, tendencia culinaria sobre ruedas. *Forbebes*, p. 5.

Anexos

Anexo 1: Encuesta de la investigación

ENCUESTA			
MASCULINO		FEMENINO	EDAD

1. ¿Consumes alimentos fuera de casa? Si su respuesta es "SI" seguir con la encuesta.

SI	NO
----	----

2. ¿Cuál es el principal motivo que lo incentiva a comer fuera de casa?

Tiempo	Fecha Especial	Comodidad	Otros
--------	----------------	-----------	-------

3.- ¿Con que frecuencia usted come fuera de casa?

Diario	Semanal	Mensual
--------	---------	---------

4. ¿En base a la pregunta anterior cuántas veces a la semana come fuera de casa?

1-4	5-9	10 - mas
-----	-----	----------

5. ¿Cuál es el horario más frecuente que utiliza para comer fuera de casa?

7:00am – 9:00am	12:00pm – 02:00pm	06:00pm – mas
-----------------	-------------------	---------------

6. ¿Cuándo come fuera de casa, que tipo de alimentos consume?

Desayuno	Almuerzo	Merienda	Comida rápida
----------	----------	----------	---------------

7.- ¿ Señale con una X cuáles de los siguientes alimentos estaría dispuesto a consumir?

Hamburguesas	Salchipapas
Sanduches	Pizza
Ensaladas	Hot dog
Tacos	Burritos
Todos	
Otros	

8. ¿Le gustaría que todos los alimentos antes mencionados, se encuentren en el mismo lugar?

SI	NO
----	----

9. ¿Ha escuchado hablar de camiones de comida Food Truck's?

SI	NO
----	----

10. ¿En caso de que su respuesta anterior haya sido SI, estaría dispuesto a consumir comida en un Food Truck's?

SI	NO
----	----

11. ¿En caso que su respuesta anterior haya sido SI, le gustaría que en la Joya se aperture una plaza de camiones Food Truck's?

Anexo 2: Ficha de observación

FICHA DE OBSERVACIÓN						
Tipo de observación				Observador:		
Lugar:				Observaciones realizadas:		
Objetivo de la observación:						
Local observado	Hora	Clientes	Tiempo de espera	Menú	Comentarios	Calificación de atención al cliente

**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO
BOLIVARIANO DE TECNOLOGÍA**

CERTIFICACIÓN DE LA ACEPTACIÓN DEL TUTORA

En mi calidad de Tutora del Proyecto de Investigación, nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que he analizado el proyecto de investigación con el tema: **“Estudio de mercado para determinar la demanda de comidas rápidas para la creación de una empresa food trucks en el sector La Joya cantón Daule año fiscal 2018”**, presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el título de:

TECNOLOGÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

El problema de investigación se refiere a: **¿Cómo la demanda de comidas rápidas incide para la creación de una empresa de servicios Food Truck`s en el sector de la joya cantón Daule año fiscal 2018?**

El mismo que considero debe ser aceptado por reunir los requisitos legales y por la importancia del tema:

Presentado por la Egresado:



Suárez Vélez Danilo Gabriel

Tutora:



Ruiz Navarrete Karen Juliana



Factura: 002-002-000035556



20190906003D00129

DILIGENCIA DE RECONOCIMIENTO DE FIRMAS N° 20190906003D00129

Ante mí, NOTARIO(A) JUAN PABLO HAZ VILLAGRAN de la NOTARÍA TERCERA , comparece(n) DANILO GABRIEL SUAREZ VELEZ portador(a) de CÉDULA 0920446473 de nacionalidad ECUATORIANA, mayor(es) de edad, estado civil CASADO(A), domiciliado(a) en GUAYAQUIL, POR SUS PROPIOS DERECHOS en calidad de COMPARECIENTE; quien(es) declara(n) que la(s) firma(s) constante(s) en el documento que antecede , es(son) suya(s), la(s) misma(s) que usa(n) en todos sus actos públicos y privados, siendo en consecuencia auténtica(s), para constancia firma(n) conmigo en unidad de acto, de todo lo cual doy fe. La presente diligencia se realiza en ejercicio de la atribución que me confiere el numeral noveno del artículo dieciocho de la Ley Notarial -. El presente reconocimiento no se refiere al contenido del documento que antecede, sobre cuyo texto esta Notaria, no asume responsabilidad alguna. – Se archiva un original. DAULE, a 21 DE ENERO DEL 2019, (15:15).



Daniilo Gabriel Suarez Velez

DANILO GABRIEL SUAREZ VELEZ
CÉDULA: 0920446473

Juan Pablo HAZ Villagran

NOTARIO(A) JUAN PABLO HAZ VILLAGRAN
NOTARÍA TERCERA DEL CANTÓN DAULE



CLÁUSULA DE AUTORIZACIÓN PARA LA PUBLICACIÓN DE TRABAJOS DE TITULACIÓN

Yo, **Danilo Gabriel Suárez Vélez** en calidad de autor(a) con los derechos patrimoniales del presente trabajo de titulación **Estudio de mercado para determinar la demanda de comidas rápidas para la creación de una empresa food trucks en el sector La Joya cantón Daule año fiscal 2018**, de la modalidad **presencial** realizado en el Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología como parte de la culminación de los estudios en la carrera de ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS, de conformidad con el *Art. 114 del CÓDIGO ORGÁNICO DE LA ECONOMÍA SOCIAL DE LOS CONOCIMIENTOS, CREATIVIDAD E INNOVACIÓN* reconozco a favor de la institución una licencia gratuita, intransferible y no exclusiva para el uso no comercial del mencionado trabajo de titulación, con fines estrictamente académicos.

Asimismo, autorizo/autorizamos al Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología para que digitalice y publique dicho trabajo de titulación en el repositorio virtual de la institución, de conformidad a lo dispuesto en el *Art. 144 de la LEY ORGÁNICA DE EDUCACIÓN SUPERIOR*.

Danilo Gabriel Suárez Vélez

Nombre y Apellidos del Autor



Firma

No. de cedula: **0920446473**



CERTIFICADO DIGITAL DE DATOS DE IDENTIDAD

Número único de identificación: 0920446473

Nombres del ciudadano: SUAREZ VELEZ DANILO GABRIEL

Condición del cedulaado: CIUDADANO

Lugar de nacimiento: ECUADOR/GUAYAS/GUAYAQUIL/BOLIVAR
(SAGRARIO)

Fecha de nacimiento: 8 DE MAYO DE 1987

Nacionalidad: ECUATORIANA

Sexo: HOMBRE

Instrucción: SUPERIOR

Profesión: ESTUDIANTE

Estado Civil: CASADO

Cónyuge: MOLINA SALAZAR GEMA JACQUELINE

Fecha de Matrimonio: 15 DE JUNIO DE 2015

Nombres del padre: SUAREZ BENJAMIN DANILO

Nacionalidad: ECUATORIANA

Nombres de la madre: VELEZ BASURTO MERCEDES MONSERRATE

Nacionalidad: ECUATORIANA

Fecha de expedición: 15 DE JUNIO DE 2015

Condición de donante: SI DONANTE

Información certificada a la fecha: 21 DE ENERO DE 2019

Emisor: GUIDO PAUL VERA HENRIQUEZ - GUAYAS-DAULE-NT 3 - GUAYAS - DAULE



N° de certificado: 194-190-96312



194-190-96312

Ing. Jorge Troya Fuertes

Director General del Registro Civil, Identificación y Cedulación

Documento firmado electrónicamente



CERTIFICACIÓN DE ACEPTACIÓN DEL CEGESCIT

En calidad de colaborador del Centro de Gestión de la Información Científica y Transferencia de Tecnológica (CEGESCIT) nombrado por el Consejo Directivo del Instituto Superior Tecnológico Bolivariano de Tecnología.

CERTIFICO:

Que el trabajo ha sido analizado por el URKUND y cumple con el nivel de coincidencias permitido según fue aprobado en el **REGLAMENTO PARA LA UTILIZACIÓN DEL SISTEMA ANTIPLAGIO INSTITUCIONAL EN LOS PROYECTOS DE INVESTIGACIÓN Y TRABAJOS DE TITULACIÓN Y DESIGNACIÓN DE TUTORES** del ITB.

Wes Aberto Abarte  Wes Aberto Abarte

Nombre y Apellidos del Colaborador Firma

CEGESCYT