

**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**  
**ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS**

**TESINA PARA OPTAR AL GRADO DE  
BACHILLERATO EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS CON  
ÉNFASIS EN GERENCIA**

**FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN  
SERVICIO DE COMIDA DE TIPO “*FOOD  
TRUCK*” CON ENFOQUE EN COMIDA  
SALUDABLE EN EL ÁREA METROPOLITANA  
DE COSTA RICA PARA EL PRIMER  
SEMESTRE DEL 2018**

**Sustentante:**  
**Sandra Valverde Cordero**

**Tutor:**  
**Esteban Artavia Esquivel**

**Agosto, 2018**

## DECLARATORIA JURADA

### DECLARACIÓN JURADA

Yo Sandra Valverde Cordero, mayor de edad, portador de la cédula de identidad número 108750011 egresado de la carrera de Administración de Negocios de la Universidad Hispanoamericana, hago constar por medio de éste acto y debidamente apercibido y entendido de las penas y consecuencias con las que se castiga en el Código Penal el delito de perjurio, ante quienes se constituyen en el Tribunal Examinador de mi trabajo de tesis para optar por el título de Bachiller, juro solemnemente que mi trabajo de investigación titulado: **FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE COMIDA DE TIPO "FOOD TRUCK" CON ENFOQUE EN COMIDA SALUDABLE EN EL ÁREA METROPOLITANA DE COSTA RICA PARA EL PRIMER SEMESTRE DEL 2018**, es una obra original que ha respetado todo lo preceptuado por las Leyes Penales, así como la Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos número 6683 del 14 de octubre de 1982 y sus reformas, publicada en la Gaceta número 226 del 25 de noviembre de 1982; incluyendo el numeral 70 de dicha ley que advierte; artículo 70. Es permitido citar a un autor, transcribiendo los pasajes pertinentes siempre que éstos no sean tantos y seguidos, que puedan considerarse como una producción simulada y sustancial, que redunde en perjuicio del autor de la obra original. Asimismo, quedo advertido que la Universidad se reserva el derecho de protocolizar este documento ante Notario Público. en fe de lo anterior, firmo en la ciudad de San José, a los **8** días del mes de **agosto** del año dos mil **dieciocho**.



Firma del estudiante

Cédula 108750011

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Entregado por: \_\_\_\_\_

Recibido por: Yoseth

Fecha: 18/08/18

## CARTAS DE APROBACIÓN DEL TUTOR Y CONTRAPARTE

### CARTA DEL TUTOR

Heredia, 18 de agosto de 2018.

Señores.  
Departamento de Registro.  
Universidad Hispanoamericana.  
Sede Heredia.

Estimado señor:

La estudiante **Sandra Valverde Cordero**, cédula de identidad número **108750011**, me ha presentado, para efectos de revisión y aprobación, el trabajo de investigación denominado **"FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE COMIDA DE TIPO "FOOD TRUCK" CON ENFOQUE EN COMIDA SALUDABLE EN EL ÁREA METROPOLITANA DE COSTA RICA PARA EL PRIMER SEMESTRE DEL 2018"**, el cual ha elaborado para optar por el grado académico de Bachillerato en la carrera de Administración de Negocios .

En mi calidad de tutor, he verificado que se han hecho las correcciones indicadas durante el proceso de tutoría y he evaluado los aspectos relativos a la elaboración del problema, objetivos, justificación; antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos; conclusiones y recomendaciones.

De los resultados obtenidos por la postulante, se obtiene la siguiente calificación:

a)	ORIGINAL DEL TEMA	10%	10%
b)	CUMPLIMIENTO DE ENTREGA DE AVANCES	20%	20%
c)	COHERENCIA ENTRE LOS OBJETIVOS, LOS INSTRUMENTOS APLICADOS Y LOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION	30%	30%
d)	RELEVANCIA DE LAS CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	20%	20%
e)	CALIDAD, DETALLE DEL MARCO TEORICO	20%	20%
	TOTAL	100%	100%

En virtud de la calificación obtenida, se avala el traslado al proceso de lectura.

Atentamente,

  
**Esteban Atavía Esquivel**  
1-1064-0035  
Cod CPCECR 29048

UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA

Entregado por: \_\_\_\_\_

Recibido por: Yuseth

Fecha: 18/8/18

Heredia 26 de Setiembre de 2018

Señores

Departamento de registro

Universidad Hispanoamericana

Estimados señores

En mi calidad de lector del proyecto de graduación presentado por el Sandra Valverde Cordero, cedula 10875-0011, Titulado: FACTIBILIDAD PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE COMIDA DE TIPO "FOOD TRUCK" CON ENFOQUE EN COMIDA SALUDABLE EN EL ÁREA METROPOLITANA DE COSTA RICA PARA EL PRIMER SEMESTRE DEL 2018, para optar por el grado de TESINA PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLERATO EN LA CARRERA ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS ÉNFASIS GERENCIA, declaro que he verificado que ha hecho las correcciones indicadas durante el proceso y evaluado aspectos relativos a la elaboración de problema, objetivos, justificación, antecedentes, marco teórico, marco metodológico, tabulación, análisis de datos, conclusiones y recomendaciones.

Debido a la anterior considero que dicho trabajo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser trasladado al proceso de revisión por el filólogo

Atentamente



LAE Mauricio Garita Segura

Cedula 401790688

05 de octubre de 2018

Señores  
Escuela de Administración de Negocios  
**UNIVERSIDAD HISPANOAMERICANA**

Estimados señores:

La estudiante **Sandra Valverde Cordero**, me presentó para revisión filológica el proyecto final de graduación titulado: "Factibilidad para la creación de un servicio de comida de tipo 'Food Truck' con enfoque en comida saludable en el área metropolitana de Costa Rica para el primer semestre del 2018", para optar al grado de Bachillerato en Administración de Negocios con énfasis en Gerencia.

Para los fines pertinentes, hago constar que corregí los aspectos relativos a la sintaxis, léxico, ortografía, mayúsculas, puntuación, claridad, coherencia y vicios de dicción.

Atentamente,



*Lic. Olivier López Jiménez*  
FILÓLOGO  
Colegio de Licenciados y Profesores  
Código N° 13298

**Olivier López Jiménez**  
Lic. en Filología Española, código 13298  
Colegio de Licenciados y Profesores

# ÍNDICE

ÍNDICE	ii
DECLARATORIA JURADA	vi
CARTAS DE APROBACIÓN DEL TUTOR Y CONTRAPARTE	vii
DEDICATORIA	ix
AGRADECIMIENTO	x
ABREVIATURAS	xi
RESUMEN	xii
CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	13
1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
1.1.1 Antecedentes del problema	15
1.1.2 Problematización	18
1.1.3 Justificación del problema	19
1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA	20
1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN	21
1.3.1 Objetivo general	21
1.3.2 Objetivos específicos	22
1.4 ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA	23
1.4.1 Alcances	23
1.4.2 Limitaciones	24
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO	26
2.1 CONTEXTO HISTÓRICO	27
2.1.1 La Gran Área Metropolitana	27
2.1.2 <i>Food Truck</i>	28
2.1.3 Legislación costarricense aplicable	30
2.2.1 Factibilidad de un negocio	31
2.2.2 Tipos de proyectos de inversión	34
2.2.3 El ciclo de los proyectos	35
2.2.3.1 Idea	35
2.2.3.2 Preinversión	36

2.2.3.3 Inversión	37
2.2.3.4 Operación	37
2.2.4 Estudio de mercado	37
2.2.4.1 Pasos para realizar un estudio de mercado	38
2.2.3.5 Estudio técnico	40
2.2.3.6 Estudio organizacional	43
2.2.3.7 Estudio financiero	44
2.2.3.7.1 Componentes de las proyecciones financieras	44
2.2.4 Fijación de precios	49
2.2.5 Servicio de comida	50
2.2.6 Comida saludable	51
2.2.6.1 Nutrición	52
2.2.6.3 Nutrición orgánica o ecológica	52
2.2.6.4 Nutrición Vegana	53
2.2.6.5 Nutrición alcalina	54
2.3 HIPÓTESIS	56
2.3.1 Variable independiente	57
2.3.2 Variable dependiente	58
2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS	59
CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO	60
3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN	61
3.1.1 Finalidad	61
3.1.3 Marco	63
3.1.4 Naturaleza	64
3.1.5 Carácter	65
3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN	67
3.2.1 Sujetos de información	67
3.2.2 Fuentes de primera mano	67
3.2.3 Fuentes de segunda mano	68
3.2.4 Fuentes de tercera mano	68
3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO	69

3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES	73
3.5.1 Variable independiente	74
3.5.2 Variable dependiente	75
CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS	78
4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN VIGENTE	79
4.1.1 Estudio de mercado - Interpretación o explicación de los gráficos	79
4.1.2 Aspectos legales	89
4.1.3 Estudio de mercado – Análisis de la oferta	92
4.1.4 Estudio Técnico – Identificación de recursos humanos y equipos	93
4.1.4.1 Recursos Humanos	93
4.1.4.2 Equipamiento del Remolque	94
4.1.5 Estudio Financiero - Estado Financiero de Iniciación	96
4.1.6 Estudio Financiero - Estado de Resultados Proyectado	97
CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	100
5.1 CONCLUSIONES	101
5.2 RECOMENDACIONES	104
BIBLIOGRAFÍA	106
GLOSARIO	111

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1 Pasos a seguir para determinar el proyecto a implementar	32
Figura 2 ¿Conoce qué es el servicio de food truck?	80
Figura 3 ¿Ha utilizado este servicio de comida en Costa Rica?	81
Figura 4 ¿Con qué frecuencia al mes utiliza el servicio de food truck en Costa Rica?	82
Figura 5 ¿Considera que solo la comida chatarra es comida rápida?	83
Figura 6 ¿Ha escuchado del concepto de comida saludable?	84
Figura 7 Si se le ofrece un servicio de comida food truck (servicio de comida brindado por un camión) con enfoque en comida saludable, ¿Ud. compraría este producto?	85
Figura 8 ¿Si el precio del producto es entre ₡3,500 y ₡5,000, Ud. cree que el precio es muy alto, justo o bajo?	86
Figura 9 Edad de los entrevistados	87
Figura 10 Lugar de Residencia de los encuestados	88
Figura 11 Distribución del área de catering	90
Figura 12 Estructura organizacional del food truck	93
Figura 13 Foto del foodtruck por dentro	95

## INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Análisis de la oferta	92
Tabla 2 Roles de los colaboradores	93
Tabla 3 Equipamiento del Remolque	95
Tabla 4 Identificación de los costos del equipamiento	96
Tabla 5 Estado de Resultados Proyectado	97
Tabla 6 Cálculo de TIR para decisión de inversión	98

## **DEDICATORIA**

Este trabajo de investigación lo he concluido con satisfacción ya que lo indagado puede ayudar a muchas otras personas en el mundo; por un lado, puede ayudar al emprendedor a encontrar una oportunidad de negocio y, por otra parte, a mejorar los hábitos de comida y por ende, la calidad de vida de la población costarricense.

En especial lo dedico a mi hermana Maureen, ya que ella fue mi inspiración para investigar en lo más profundo los temas descritos en este trabajo.

Finalmente, a toda mi familia, por darme consejos sobre cómo crecer profesionalmente.

Sandra Valverde Cordero

## **AGRADECIMIENTO**

Agradezco a Dios por permitirme cerrar un ciclo más en mi vida y además por darme la salud para comprender todo lo estudiado y aplicarlo en este trabajo de investigación de comida saludable; y así mezclarlo con una de las inspiraciones de mi vida, ofrecer alimentos de calidad a los comensales.

A mis padres por la vida y la enseñanza de todos mis valores. A mis hermanas, porque siempre me dieron aliento de que en la vida se pueden cumplir los sueños.

A mi esposo y a mi hija, por su apoyo incondicional y ceder tiempo; pero sobre todo por la motivación y el apoyo recibido a lo largo de estos años.

A mi tutor por conducir con profesionalismo mis pensamientos para que este trabajo se concrete con el enfoque deseado.

A toda mi red de amigos y contactos que de una u otra forma contribuyeron con mi trabajo.

Sandra Valverde Cordero

## ABREVIATURAS

- FAO** Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (siglas en inglés)
- GAM** Gran Área Metropolitana
- OMS** Organización Mundial de la Salud
- Ph** Coeficiente que indica el grado de acidez o basicidad de una solución acuosa.

## RESUMEN

Muchos factores inciden en las últimas décadas para que los hábitos en la vida cotidiana, cambien o impacten en distintos aspectos del ser humano. Las exigencias actuales, el stress y la limitación del tiempo disponible, son algunas de las causas que forjan estos cambios.

En el caso concreto de los hábitos alimenticios que tiene la población costarricense, y teniendo como base que existe un problema a nivel mundial relacionado con la salud, además de la expectativa del consumidor de un servicio rápido, creando una preconcepción de que solo la comida *fast food* es la opción de obtener una alternativa de comida a la brevedad posible, debido a esta razón se conectan dos factores importantes para el tipo de servicio que se pretende implementar, comida saludable y el servicio de comida *food truck*.

Como resultado, en los últimos dos años en Costa Rica, existe una nueva opción de servicios de comida y es el *food truck*, y que comúnmente este tipo de servicio de alimentación se asocia con la oferta de comida callejera o comida rápida.

Esta investigación pretende determinar el grado de factibilidad de crear un servicio de comida *food truck* con enfoque de comida saludable a un precio justo, creando un espacio para los consumidores que buscan salir a comer y además tiene el propósito de contribuir a la salud de los consumidores costarricenses.

## **CAPÍTULO I PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN**

## 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La investigación se lleva a cabo con usuarios que prefieren un servicio de comida tipo *food truck*, con un enfoque de comida saludable, a un precio justo, con edades comprendidas entre los 18 y más de 50 años de edad, en la gran área metropolitana de Costa Rica, para el primer semestre del año 2018.

### 1.1.1 Antecedentes del problema

La obesidad en adultos está aumentando a un ritmo acelerado en todas las regiones del mundo, según datos oficiales de la Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura (siglas en inglés) (FAO), en su revista “El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición del mundo” (2017), señala que el aumento es de un 12.80%, en el caso concreto de América Latina y el Caribe es de un 22.80%. (Anexo 1). Esta misma revista menciona que

La obesidad ha aumentado en todas las regiones desde 1975 y el ritmo se ha acelerado en los últimos 10 años. Los índices de obesidad en adultos a nivel mundial han aumentado en promedio un punto porcentual cada tres años entre 2004 y 2014. (p.21)

Ahora bien, este aumento en la obesidad trae grandes problemas de salud, que influyen directamente en la calidad de vida del ser humano y en los sistemas de salud de los países. Menciona la FAO en su revista el estado de la seguridad alimentaria y la nutrición del mundo (2017), lo siguiente: “La obesidad en adultos sigue aumentando en todo el mundo, representando un factor importante de riesgo de contraer enfermedades no transmisibles, incluidas las enfermedades cardiovasculares, la diabetes y algunos tipos de cáncer.”(p. 20)

Aunado a las cifras anteriores, hoy se requiere la prontitud de todos los servicios que requerimos, incluido el de los alimentos, ya que la vida es ajetreada, creando la expectativa de que deben darse de forma rápida, es por ello que “la comida chatarra” ha tenido gran auge en los últimos años; generalmente, con propuestas de menús que tienen como gran promesa de calidad servirse en menos de 10 minutos.

Se consulta el trabajo de investigación de grado que fue presentado por Chiong (2015), este trabajo establece lo siguiente:

Las personas tienden a consumir más comida de tipo *fast food* (comida rápida) conforme se acelera el ritmo de vida a partir del trabajo y la industrialización. Esto se relaciona con la falta de tiempo, provocando el consumo de productos de mayor conveniencia en relación con el precio y el tiempo de atención. En términos generales, las personas tienden a preferir este tipo de alimentos por su bajo precio y altos aportes calóricos que brindan una sensación al consumidor de quedar satisfecho. Según CentralamericaData el crecimiento de consumo de *fast food* ha sido del 14% en los últimos 2 años en Centroamérica. (p.10).

Es aquí donde se enlazan los dos componentes importantes para esta investigación: un problema a nivel mundial relacionado con los problemas de salud y además la expectativa del consumidor de un servicio rápido; en esta misma labor de investigación se encuentra el trabajo de grado sustentado por Guardamino, Paredes y Tocón (2016), esta investigación recalca lo siguiente:

En los últimos años se ha incrementado el gasto en alimentos fuera del hogar, así como la oferta en el rubro de restaurantes, incluida la aparición de los *food trucks* en Lima. Asimismo, se observa la aparición de restaurantes con una oferta saludable, que se ha limitado a lo vegetariano, vegano, artesanal, casero, orgánico y se ha enfocado muy poco en lo nutricionalmente necesario para sus comensales. Es así que se plantea este problema como una oportunidad de negocio. (p.1)

### 1.1.2 Problematización

De acuerdo con Facal (2015),

la formulación del problema consiste en una descripción completa, precisa y detallada del tema objeto de investigación, ubicándolo en un contexto que permita la comprensión de su origen, evolución y relaciones. En suma, la formulación del problema que se va a estudiar comportará no solo una exposición de la situación problemática, sino también una presentación del modelo o la teoría que será utilizada para responder a la cuestión investigada. (p. 27).

Por su parte, Hernández Sampieri (2014) tipifica los problemas de la siguiente manera:

Los planteamientos cuantitativos pueden dirigirse a: 1) explorar fenómenos, eventos, comunidades, hechos y conceptos o variables (su esencia es exploratoria); 2) describirlos (su naturaleza es descriptiva); 3) vincularlos (su esencia es correlacional o correlativa) y 4) considerar los efectos de unos en otros (su naturaleza es causal). (p.42)

#### **Problematización en el caso del presente trabajo:**

**En el tema concreto de la nutrición cuando se realiza una revisión mundial de los estudios de la salud, estos revelan que la obesidad aumenta 12.80% por año. A nivel social se inicia una concientización acerca de los alimentos que se consumen cotidianamente; además se agrega el nivel de vida ajetreado, en donde todo se requiere a la mayor brevedad, creciendo así la preferencia por comer afuera a un precio justo.**

### 1.1.3 Justificación del problema

Pazos (2014) menciona que en la justificación del problema “se parte de que toda investigación sirve para algo o beneficia a alguien, sea un sector determinado de la población o del conocimiento mismo”. (p.104). Por su lado, Facal (2015) explica que en “este apartado debe de responderse al qué, al por qué, y al para qué de la investigación. Se trata de presentar el tema y argumentar acerca de la relevancia, vigencia e importancia de los conocimientos que se obtendrán”. (p.24)

La justificación de esta investigación es la siguiente:

El presente trabajo se proyecta de relevancia social, ya que los consumidores que prefieren salir a comer en la gran área metropolitana, han mostrado una tendencia a consumir comida rápida.

Por lo tanto, se presenta una alternativa de adaptar un servicio de comida tipo *food truck* con una oferta de comida saludable a un precio justo, la cual previene las enfermedades que hoy atacan al ser humano: obesidad y el cáncer.

Antes las verduras y lo saludable no evocaba sabor; hoy en día esto ha cambiado y es un reto para el nuevo emprendedor dar una oferta diferente al comensal; el *food truck* es una alternativa de comida callejera, la combinación de factores como comida callejera y saludable, permitirá una nueva alternativa alimentaria para el *foodie* de la gran área metropolitana de Costa Rica.

## 1.2 FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

**¿Cuál es la factibilidad de la creación de un servicio de comida tipo *food truck* con enfoque en comida saludable en la gran área metropolitana de Costa Rica, para el primer semestre del 2018?**

## 1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

Según Álvarez, Paredes y Arteaga (2015), determinan que “el objetivo central de una investigación es lo que se ha de demostrar a partir de las hipótesis, lineamientos o estrategias propuestas, lo cual nos permite formular: objetivos generales y objetivos específicos”. (p.17)

### 1.3.1 Objetivo general

Según Facal (2015)

el objetivo general suele constituir el referente temático de la investigación. Supone desglosar la pregunta ¿Qué se quiere saber? En grandes bloques temáticos o agrupaciones coherentes. Sirve como guía obligada y continua de las decisiones respecto a los contenidos, la metodología, las técnicas, el análisis de los resultados y la evolución del proceso. (p. 42)

Por su parte, Hernández Sampieri (2014) menciona enfáticamente que “los objetivos deben expresarse con claridad y ser específicos, medibles, apropiados y realistas”. (p. 37)

El Objetivo general de la investigación es:

**Determinar el grado de factibilidad para la creación de un servicio de comida tipo *food truck* con enfoque en comida saludable para la gran área metropolitana de Costa Rica para el primer semestre del 2018.**

### 1.3.2 Objetivos específicos

Según Hernández Sampieri (2014) “son las guías del estudio y hay que tenerlos presentes durante todo su desarrollo” (p. 37). Finalmente, Álvarez, Paredes y Arteaga (2015) mencionan lo siguiente: “El (los) objetivo (s) general (es) da (n) origen a objetivos específicos que indican lo que se pretende realizar en cada una de las etapas de la investigación”. (p.17)

Los objetivos específicos de esta investigación son los siguientes:

- 1. Elaborar un estudio de mercado para definir el sector, la población objetivo, la competencia y el mercado de comidas saludables de tipo *food truck* en el área metropolitana de Costa Rica.**
- 2. Determinar qué tan aceptable es la comida tipo *food truck* y comida saludable en la población en estudio.**
- 3. Formular un análisis financiero, para definir cuáles son los recursos económicos y financieros que se hacen necesarios para llevar a cabo el proyecto de ofrecer el servicio de comida de tipo *food truck* en la gran área metropolitana de Costa Rica.**

## **1.4 ALCANCES Y LÍMITES DEL PROBLEMA**

### **1.4.1 Alcances**

La investigación abarca a los consumidores que se sientan atraídos por el servicio de comida *food truck* de la gran área metropolitana en Costa Rica, que prefieran la comida rápida y comida saludable en el primer semestre del año 2018.

### 1.4.2 Limitaciones

Esta investigación posee limitantes de fuentes de información bibliográfica, ya que el negocio de *food truck* en Costa Rica se encuentra en su iniciación y existe poca o nula información formal sobre este servicio de comida.

En otro orden, tanto en las municipalidades como en el Ministerio de Salud, existen obstáculos en el tratamiento de los permisos para que los *food trucks* operen en Costa Rica, esto por desconocimiento del tema, lo que lleva a que las leyes que son aprobadas limiten la existencia de estos servicios de comida, ya que hoy en día son catalogados como venta de comida callejera, comparándolos con la venta de comida insalubre que se prepara en la vía, que no tiene las condiciones, ni la calidad, ni cumple con los requisitos mínimos en comparación con el *food truck* que lleva a cabo la preparación de los alimentos con los requisitos de manipulación, higiene y acondicionamiento de los remolques para la comercialización del producto.

Ahora bien, no existe una ley en Costa Rica que los prohíba, por ende, es factible crearlos desde la perspectiva de la asociación, ya que es decisión voluntaria de un empresario el asociarse, por ejemplo, a la Asociación Costarricense de Food Trucks, con el fin de crear un gremio y espacios comunes; y así ofrecer el servicio de comida en el mercado costarricense, por el momento en eventos privados.

Finalmente, es importante mencionar que se determinó en el estudio que existe un vacío legal, sin embargo, este vacío legal se refiere puntualmente a la limitante que tiene el *food truck* de transitar libremente por las calles y estacionarse en zonas escogidas, es decir, no se le permite que lo haga en espacios públicos, si no que hoy, el servicio de comida es para brindarlo solamente en ferias, festivales o actividades privadas, ya que es un módulo que en su interior está acondicionado para la cocción, elaboración, preparación y/o expendio de alimentos y bebidas, y están consentidos formalmente para elaborar y vender alimentos e infusiones, siempre y cuando se cumpla con las exigencias de habilitaciones, higiene y seguridad alimentaria.

## **CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO**

## 2.1 CONTEXTO HISTÓRICO

Este apartado se refiere a tres conceptos importantes para la investigación y estos son la gran área metropolitana de Costa Rica, el concepto de *food truck*; y la legislación costarricense, que es aplicable para este tipo de servicio de comida.

### 2.1.1 La Gran Área Metropolitana

Según el vigésimo primer Informe Estado de la Nación en el 2015 *Desarrollo Humano Sostenible de Costa Rica*, explica en forma detallada cómo surge el plan del Gran Área Metropolitana (GAM):

El Plan GAM 1982 buscaba imponer restricciones y directrices al crecimiento urbano y orientar esa expansión, concentrando al máximo las actividades urbanas. Para ello se plantearon como objetivos: “distribuir la población en las áreas prioritarias de desarrollo con las densidades más factibles para cada área”, y “estructurar las vías de acuerdo con el patrón de crecimiento propuesto (polinuclear y de este a oeste)”. (p. 288)

Es una zona delimitada con criterios técnicos de ordenamiento urbano territorial. Sus límites no corresponden con bordes de cuenca ni límites administrativos de cantones y distritos, ya que algunos de ellos están incluidos sólo de modo parcial. Se definió a partir de la estructura urbana del Valle Central y áreas contiguas con posibilidades de convertirse en urbanas en el mediano plazo. (p. 281) La distribución por cantones se encuentra en el mapa del Anexo 2.

### 2.1.2 *Food Truck*

Un food truck, es un anglicismo que actualmente se utiliza y se traslada al español como “carro de comida”. El origen del food truck data desde el siglo XIX. Según Yáñez (2016) la historia del food truck es la siguiente:

El origen de los *foodtruck* es algo incierto. Hay teorías que afirman que este fenómeno se remonta a mediados del siglo XIX en Estados Unidos, con la creación del *chuckwagon*, cuando un rancharo llamado Charles *Goodnight*, alias Chuck, que debía transportar gran cantidad de ganado desde *Belknap —Texas— a Denver —Colorado—* compró una carreta y la modificó para que le cupieran también las provisiones, convirtiéndola en una especie de cocina sobre ruedas. Según cuenta la historia, aquel rancharo debía emprender un periplo de ocho semanas de duración que, además, requería atravesar peligrosos territorios indios:

Como una buena parte del viaje era por el desierto, no habría forma de conseguir comida en algún pueblo cercano, así que el bueno de Chuck montó una caja para guardar utensilios y también condimentos. Las comidas eran sencillas pero reconfortantes. Tanto es así, que según <History.com>, la palabra Chuck se tornó en sinónimo de comida buena y reconfortante.

Otras fuentes, sin embargo, opinan que el inicio de los *foodtrucks* tuvo lugar en el Reino Unido durante la Segunda Guerra Mundial, dentro de las bases militares. (p.12)

Por otro lado, la revista Forbes, describe al *food truck* de la siguiente manera:

Las *food trucks* son más que camiones que venden comida preparada, en México, se han convertido en una tendencia clave para atacar el mercado principal en términos de consumo: los *Millenials*. Estos camiones están listos para ofrecer menús aptos para jóvenes que trabajan en oficina, sin embargo, la comida es sólo el inicio: presentaciones gourmet, carros decorados por diseñadores y servicio personalizado aderezan la oferta.

### 2.1.3 Legislación costarricense aplicable

En Costa Rica los lineamientos en temas de salud los emite el Ministerio de Salud, por medio de la ley número 5395 Ley General de Salud, que entró a regir en el año 1974.

Este Ministerio posee el reglamento para los servicios de alimentación al público No 37308-S que tiene como propósito

Regular las condiciones sanitarias y requisitos de infraestructura que deben cumplir los establecimientos que brindan servicios de alimentación al público y establecer las medidas que se deben implementar para la manipulación y preparación de los alimentos con el fin de prevenir la contaminación de los mismos y de esta forma minimizar el riesgo para la salud de la población.

No obstante, en Costa Rica la venta de comida al público por medio del *food truck* está limitada por lo que declara el siguiente artículo de la ley 5395, Ley General de Salud que menciona lo siguiente:

ARTÍCULO 218.- Queda prohibido a las autoridades competentes otorgar patentes comerciales o industriales o cualquier clase de permiso a establecimientos de alimentos que no hayan obtenido previamente la correspondiente autorización sanitaria de instalación extendida por el Ministerio. Queda prohibido el establecimiento de puestos fijos o transitorios de elaboración o venta de alimentos en calles, parques o aceras, u otros lugares públicos, con excepción de las ventas en ferias debidamente autorizadas de conformidad con las disposiciones reglamentarias correspondientes. (el subrayado no es del original)

## 2.2 CONTEXTO TEÓRICO

El objetivo principal de esta investigación es determinar el grado de factibilidad para la creación de un servicio de comida tipo *foodtruck*; en el siguiente apartado se explican los conceptos académicos que el emprendedor requiere conocer para determinar la factibilidad o no, para la creación de este emprendimiento.

### 2.2.1 Factibilidad de un negocio

Para iniciar con este capítulo teórico, se empieza por definir qué es un proyecto de inversión, según Meza (2016) un proyecto de inversión es “un plan, al que, si le asigna un determinado monto de capital y si le proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o servicio útil para la sociedad” (p.17). Por su parte, Flórez (2015) menciona que

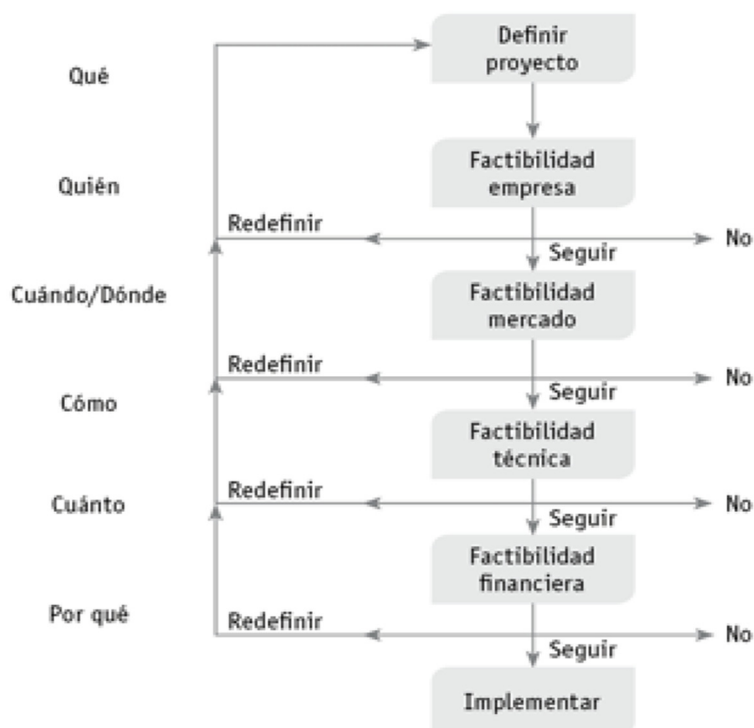
con la elaboración de un proyecto de inversión, el emprendedor va ordenando sus ideas para transformarlo en algo real. En lugar de suceder todo en la mente del empresario, los detalles, las ideas y los números empiezan a tomar forma tangible en un documento escrito. (p. 18).

Por consiguiente, cuando el emprendedor tiene un plan, lo primero que debe realizar es anotar en blanco y negro todos los aspectos que rodean esa idea y así lograr hacer un análisis más minucioso de los componentes que la puedan hacer fracasar, para poder corregirlos o prevenirlos oportunamente.

Ahora bien, lo más importante para un empresario, es que el negocio sea factible y la factibilidad según Prieto (2017) es la “disponibilidad de los recursos económicos, humanos y materiales necesarios para crear una organización sustentable y tendiente al desarrollo” (p. 240)

Para comprender el estudio de factibilidad y llevar el proceso de forma ordenada, existe una serie de preguntas claves, que según Pacheco & Pérez (2018) se deben de realizar; en la siguiente figura se señalan los pasos a seguir para determinar el proyecto a implementar:

**Figura 1 Pasos a seguir para determinar el proyecto a implementar**



Fuente: Libro Pacheco & Pérez (2018)

Ahora bien, los proyectos de inversión tienen varios orígenes, según Meza (2016), estos pueden ser la iniciación de la gran idea del emprendedor:

- Satisfacción de las necesidades individuales y colectivas.
- Aprovechamiento de una oportunidad de negocio. Las oportunidades de negocio se dan cuando las ideas de negocios están basadas en las necesidades de la comunidad, en ventajas competitivas, cuando se visualizan los recursos humanos y físicos y cuando se cuenta con el impulso vital del inversionista que les haga realidad.
- Crecimiento del mercado en general, que produce una mayor demanda del bien o servicio.
- Cambio en los gustos y preferencias de los consumidores.
- Cambio en los niveles de ingreso de los consumidores o en el precio de los bienes y servicios.
- Innovación tecnológica. Estos proyectos surgen por la necesidad de aumentar la productividad de las empresas y disminuir los costos directos para ser competitivas en el mercado tanto en precio como en calidad, por lo tanto, se hace necesario el reemplazo de maquinarias y equipos obsoletos. (p.18)

### 2.2.2 Tipos de proyectos de inversión

Con el fin de tipificar los diferentes tipos de proyectos de inversión, según Meza (2016), por lo general, los proyectos de inversión se clasifican en tres campos:

- Según la categoría. De acuerdo con esta clasificación, los proyectos pueden ser de producción de bienes y servicios. Los proyectos de producción de bienes se orientan a la transformación de recursos primarios en productos para el consumo, como por ejemplo, la transformación de la leche en productos lácteos como el queso, yogurt, etc. Los proyectos de prestación de servicios satisfacen necesidades humanas utilizando bienes ya producidos por el hombre como por ejemplo, el servicio de transporte, hotelería, recreación, etc.
- Según la actividad económica. En este campo los proyectos se clasifican dependiendo del sector económico que atienden. Así tenemos proyectos agropecuarios, industriales, de servicios, pecuarios, agroindustriales, industriales, turísticos, comerciales, etc.
- Según carácter y entidad que lo promueve. Se clasifican en proyectos de inversión privados (con ánimo de lucro) y proyectos de carácter social. Los proyectos privados se implementan cuando existe una demanda real en el mercado y le otorgan a la entidad que los promueve una rentabilidad que satisface sus expectativas mínimas de rendimiento. (p.18).

### **2.2.3 El ciclo de los proyectos**

Todo plan tiene un principio y un final, y en el intervalo de tiempo que transcurre entre estas dos acciones, debe de existir un conjunto de actividades que interactúan para llegar al resultado esperado. Según Meza (2016) “la primera decisión ocurre cuando un inversionista debe saber si una idea es aceptada por él, puede materializarse en un proyecto”. (p.20)

El ciclo de un proyecto contiene las siguientes cuatro grandes etapas: idea, preinversión, inversión y operación.

#### **2.2.3.1 Idea**

Según Meza (2016)

La gran mayoría de las ideas que terminan en proyectos de inversión surgen del diagnóstico de las necesidades y problemas imperantes de una sociedad. [...] Se puede presentar el caso que un problema social pueda al mismo tiempo constituirse en una oportunidad de negocio para un inversionista. (p. 20)

Al respecto, Flórez (2015) expresa lo siguiente: “dicho proceso de selección de una buena idea de negocio se inicia observando el entorno de un ente empresarial, se analizan las necesidades de los consumidores y sus aficiones, además de establecer contactos con personas creativas”. (p.17)

### 2.2.3.2 Preinversión

Esta etapa corresponde a todos los estudios obligatorios a realizar previos a tomar la decisión de la inversión. Por su parte, Meza (2016) manifiesta que “la viabilidad de las ideas de inversión, así como la de los anteproyectos y los proyectos definitivos, es determinada mediante un procedimiento de dos etapas denominadas Formulación y Evaluación”. (p. 20)

Así mismo, Flórez (2015), menciona que debe tomar en cuenta ciertos riesgos antes de tomar la decisión de la inversión, estos riesgos son:

- Comercial. Es probable que no exista mercado suficiente para mantener un negocio, que el mercado ni siquiera exista todavía o que esté en declive.
- Tecnológico. Que el proyecto y/o servicio no se pueda fabricar en las condiciones previstas, al ritmo deseado, o con la claridad deseada al precio promedio, etc.
- Financieros. Que no se tenga suficiente dinero para poner en marcha el negocio o para crecer al ritmo que marca el mercado o para superar una época de recesión, etc.
- Sociales. Que el emprendedor no tenga el carisma de empresario, que no esté dispuesto a hacer ciertos sacrificios, que no consiga construir un buen equipo de trabajo o que la familia no entienda por qué deba dedicar horas al negocio, etc.
- Legales. Que no sea legal fabricar ese producto, que los permisos lleguen demasiado tarde, que la idea esté patentada o que sea robada, etc. (p.18)

### **2.2.3.3 Inversión**

Con el fin de seguir con este tema tan importante para la formulación y evaluación del proyecto, Meza (2016) define la inversión “como la etapa donde se materializan las acciones, que dan como resultado la producción de bienes o servicios y termina cuando el proyecto comienza a generar beneficios”. (p.22)

### **2.2.3.4 Operación**

Esta etapa es el inicio del negocio, según Meza (2016) esta etapa corresponde a

un periodo permanente de producción de bienes o a la prestación de los servicios. Al entrar el proyecto en operación se inicia su ciclo de vida útil (tiempo estimado para la generación de beneficios) que termina en el momento de su liquidación. (p.22)

### **2.2.4 Estudio de mercado**

Según Meza (2016)

es un estudio de demanda, oferta y precios de un bien o servicio. El estudio de mercado requiere de un análisis complejo y se constituye en la parte más crítica de la formulación de un proyecto, porque de su resultado depende el desarrollo de los demás capítulos de la formulación, es decir, ni el estudio técnico ni el estudio administrativo y el estudio financiero se realizarán a menos que este muestre una demanda real o la posibilidad de venta del bien o servicio. (p.24).

Ante la idea de un nuevo negocio, el empresario debe de realizar un análisis exhaustivo de la información que da el entorno, tanto interno como externo, en el caso del entorno externo se debe de recopilar información importante para llegar al mercado meta correcto, en este caso se utiliza el estudio de mercado, según Águeda & Molina (2014) este estudio consiste en

“identificación, recopilación, análisis, difusión y aprovechamiento sistemático y objetivo de la información, con el fin de apoyar la toma de decisiones”. (p.16), sigue declarando estos dos actores que la función que realiza este estudio es

conectar al consumidor, cliente y público con el vendedor mediante la información, que se utiliza para identificar y definir las oportunidades y los problemas de *marketing*; para generar, perfeccionar y evaluar las acciones de *marketing*; para hacer el seguimiento de la eficacia del *marketing*, y para mejorar su comprensión como proceso. (p. 5).

Por su parte, Pacheco & Pérez (2018) menciona que “el objetivo de este estudio es suministrar la información necesaria para la decisión final de invertir en un proyecto determinado”. (p.27)

Finalmente, Pacheco & Pérez (2018) señalan que

la importancia de un estudio de mercado radica en que se evitan gastos, las decisiones se toman basadas en un mercado real, se conoce el ambiente donde la empresa realizará sus actividades económicas, permite trazar varios rumbos, se sabe si el proyecto va a satisfacer una necesidad real, ilustra sobre las fortalezas y debilidades de la empresa competidora y se conoce la parte sobre la que tiene control la competencia. (p. 26)

#### **2.2.4.1 Pasos para realizar un estudio de mercado**

Según Pacheco & Pérez (2018) los pasos óptimos para realizar este estudio son:

- Definición del producto. Las características, accesorios, instalaciones, servicio, garantías, líneas, empaque, marca, etc.
- Análisis de la demanda. Se refiere a hacer un estudio de cómo se espera que sea el crecimiento de la demanda y cuánto se espera que sea.
- Distribución geográfica del mercado. Localizar dónde se encuentran los posibles consumidores.

- Comportamiento histórico de la demanda. Es la manera en que la demanda ha evolucionado en los últimos años.
- Proyección de la demanda. Es lo que se espera que la demanda crezca durante el año.
- Análisis de la oferta. Se refiere a identificar a quiénes ofrecen los productos en la actualidad, evacuar sus objetivos, estrategias, puntos fuertes y débiles y patrones de reacción.
- Proyección de la oferta. Es lo que se espera que la oferta crezca durante el año.
- Importaciones del producto. Se refiere a cuánto nos costaría comprar el producto en el extranjero en lugar de producirlo.
- Análisis de precios. Evaluar cuál sería el precio apropiado para el producto, considerando el costo de producirlo y la cantidad de dinero que el público general estaría dispuesto a pagar por él.
- Determinación de costo promedio. Se refiere a realizar un análisis de cuánto sería el costo del producto tomando en consideración todos los factores que intervienen en la producción, tanto fijos como la depreciación del edificio o variables como la compra de la materia prima. (p.26-27)

Por su parte, Meza (2016) menciona que otros aspectos fundamentales mínimos que se deben de considerar en un estudio de mercado son los siguientes:

- Caracterización del bien o del servicio. Consiste en hacer una descripción detallada del bien o del servicio que se va a vender.

- Determinación del segmento de mercado o área de cobertura que tendrá el bien o servicio.
- Realización de diagnósticos relativos a la oferta y demanda del bien o servicio.
- Proyección o pronóstico de la oferta y demanda del bien o servicio.
- Cuantificación de la demanda insatisfecha, si es que existe.
- Determinación de los canales de comercialización, que se emplearán para hacer llegar el bien o servicio al consumidor final.
- Definición de las políticas de ventas que regirán la comercialización del servicio o del bien, en cuanto a precios del bien o servicio y condiciones de venta. (p.26)

### **2.2.3.5 Estudio técnico**

Esta es una fase muy importante dentro del estudio que debe de realizar el empresario, de acuerdo con Meza (2016), con el estudio técnico

Se pretende verificar la posibilidad de fabricación del producto, o producción del servicio, para lograr los objetivos del proyecto. El objetivo principal de este estudio es determinar si es posible lograr producir y vender el producto o servicio con la calidad, cantidad y costo requerido; para ello es necesario identificar tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos y recursos humanos, etc. El estudio técnico debe de ir coordinado con el estudio de mercado, pues la producción se realiza para atender las ventas que se identifican en este último estudio. (p.26)

El estudio técnico según Meza (2016), comprende los siguientes aspectos fundamentales: localización del proyecto, tamaño del proyecto y selección de la tecnología.

- Localización del proyecto. Es lograr una posición de competencia basada en menores costos de transporte y en la rapidez del servicio. Esta parte es fundamental porque una vez localizado y construidas las instalaciones del proyecto, no es una cosa fácil cambiar de domicilio. Además, se deben de tener en cuenta las siguientes variables:
  - Transporte de insumos y de productos. Consiste en identificar aquellas localizaciones que hagan mínima la suma de los costos totales de trasladar los insumos hasta el centro de producción y los productos desde la planta hasta los centros de distribución.
  - Costos laborales. Es importante este factor en la localización de proyecto, a tal punto de distinguir industrias orientadas hacia la mano de obra. Las empresas que se caracterizan por un alto porcentaje de mano de obra o por elaborar con un alto valor unitario, suele situarse cerca de los centros más poblados, donde hay mayor disponibilidad o menor costo de ella.
  - Insumos, disponibilidad y costos. Una de las limitaciones más importantes de cualquier proyecto es la existencia local de proveedores de materias primas y servicios.
  - Limitaciones tecnológicas. Debe contarse con los conocimientos técnicos para crear realmente el producto en todos los detalles, teniendo en cuenta la tecnología del proceso, y los medios auxiliares disponibles.

- Políticas nacionales o regionales. Al implementar un proyecto de inversión, se encuentran muchas veces una serie de limitaciones de tipo legal, que no fueron tomadas en cuenta en la formulación. La existencia de normas reglamentarias sobre el uso de servicios públicos, horas de trabajo, etc.
- Consideraciones ambientales. El uso de recursos naturales, como el agua y el aire, se hace por lo general en condiciones de libre apropiación por parte del proyecto. (p.26-28)
- Tamaño del proyecto. Hace referencia a la capacidad de producción de bienes y servicios del proyecto, y consiste en determinar la dimensión de las instalaciones, así como la capacidad de la maquinaria y equipos requeridos para alcanzar un volumen de producción óptimo. (p.28-29)
- Selección de tecnologías. En la fabricación de un producto o servicio, se pueden presentar las siguientes alternativas tecnológicas:
  - Proceso de mano de obra intensa. Se da este proceso cuando se dispone de mano de obra barata, se requiere una cantidad pequeña de producción, hay poca disponibilidad de capital, la producción se realiza sobre pedido y se da una producción sin tener necesidad de tener inventarios ni mano de obra calificada.
  - Proceso mecanizado. Este proceso se utiliza cuando existe un costo relativamente alto de mano de obra, hay escasez de mano de obra calificada, existen grandes pedidos del producto, es necesario cumplir con normas de calidad, se presenta un incremento rápido de

la demanda y hay un mayor requerimiento de capital de inversión.

(p.31-32)

### **2.2.3.6 Estudio organizacional**

El recurso humano es una de los pilares para el logro de los resultados propuestos, así que una de las claves para el éxito del proyecto, es organizar desde el inicio el diseño de la estructura organizacional, teniendo en cuenta la forma en que se va a operar la empresa u organización.

Flórez (2015) señala que

Dependiendo del bien que se produzca y/o servicio que se preste, será necesario definir la estructura orgánica que más se ajuste al proyecto. Por lo tanto, teniendo en cuenta su proceso administrativo, se define con qué personal y cómo van a atenderse las áreas de producción, administración, financiera y de comercialización en el plan de negocio. (p.127)

Ahora bien, para que exista un adecuado clima organizacional y comunicación correcta entre los diferentes colaboradores del equipo, continúa Flórez (2015) mencionando que “la estructura orgánica orientada hacia la operación facilita la definición de las áreas y sus niveles jerárquicos, la distribución de las actividades resulta más sencilla y coherente porque ya se tienen niveles jerárquicos previamente establecidos”. (p.130)

Para finalizar, no solo es importante la jerarquización sino el personal suficiente, en este sentido Rodríguez (2018) aclara “cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado para el proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal suficiente y apropiado para cada uno de los puestos de la empresa” (p. 36)

### 2.2.3.7 Estudio financiero

Según Pacheco (2018),

las empresas para su correcto funcionamiento financiero, deben lograr un costo de capital lo más económico posible, tratando que las fuentes de financiamiento sean equilibradas con manejo visionario y estratégico, así como una relación con lo que van a financiar. (p. 86)

Por su parte, Meza (2016) menciona que

el estudio financiero corresponde a la última etapa de la formulación del proyecto y recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional. Las etapas mencionadas son secuenciales, lo que indica que se deben realizar en este orden. Una vez que el evaluador del proyecto se haya dado cuenta de que existe mercado para el bien o servicio, que no existen impedimentos de orden técnico y legal para la implementación del proyecto, procede a cuantificar el monto de las inversiones necesarias para que el proyecto entre en operación y a definir los ingresos y costos durante el periodo de evaluación del proyecto. (p.34)

Para concluir con la definición de estudio financiero, Flórez (2015) indica que “uno de los aspectos más importantes en la evaluación de proyectos es la proyección de las situaciones financieras esperadas en la formulación del mismo, las cuales se ven reflejadas en los estados financieros de los periodos previstos” (p.153).

#### 2.2.3.7.1 Componentes de las proyecciones financieras

Según Flórez (2015) para la elaboración de una proyección se requiere como mínimo:

- Estados financieros de iniciación. Cuando el plan de negocio da origen a una organización empresarial se debe disponer de la información suficiente que permita elaborar el balance de situación. Si el proyecto corresponde a

una empresa en marcha, se incluye el último periodo contable antes de iniciar el nuevo plan de negocio como balance de inicialización.

- Proyección de Estados Financieros. Son el balance general, el estado de resultados y el flujo de caja.
  - o Balance General. Para efectos de iniciar las proyecciones se debe tomar como punto de partida el último balance de la empresa, o en su defecto, en el caso de tratarse de un plan de negocios nuevo, la base debe ser el balance de iniciación de la empresa y en este identificador qué rubros de los existentes u otros nuevos lo pueden afectar.

Las cuentas del balance que normalmente se afectan son, entre otras, las siguientes:

- Disponible. Para establecer su valor final, es necesario realizar el flujo de caja integral, es decir, la inclusión del concepto de flujo de caja operativo, financiero y de inversión.
- Temporales. La venta de inversiones temporales constituye un ingreso para el flujo de caja. La compra de estas es un egreso que afecta, de una u otra forma, la cuenta del activo corriente “Inversiones Temporales”, si esta venta es realizada con el propósito de ser recuperada en un plazo menor a un año, o en otros activos si su temporalidad es superior a un año. El rendimiento que genera se registra como otros ingresos en el estado de resultados; y se lleva como ingreso de efectivo al flujo de caja. Cuando se

recupera la inversión, se contabiliza como un ingreso al flujo de caja y se disminuye el saldo de inversión temporal.

- Inventarios. De acuerdo con la actividad a la que se va a dedicar la futura empresa, se determina la necesidad de calcular el stock de inventarios. Si es de tipo industrial, donde existe un proceso de producción, puede tener inventarios de materias primas, productos en proceso y productos terminados.
- Cartera. Bajo este criterio, se manejan los conceptos de cuentas por cobrar a clientes.
- Provisión de la cartera. Ante la imposibilidad de recaudar el valor total de la cartera, especialmente la relacionada con los clientes, se hace necesario estimar un porcentaje que se debe provisionar y que, en el contexto del ejercicio propuesto, es llevado como un gasto de administración.
- Anticipos de Impuestos.
- Activos Fijos. Toda inversión fija, tratándose de un plan de negocio nuevo o una empresa existente, se debe incluir en el activo fijo – en el rubro correspondiente-: terrenos, edificaciones, maquinarias, equipo, muebles, enseres y equipos de oficina, vehículos, etc.
- Depreciación acumulada. Para cada periodo proyectado se debe de calcular la depreciación de los activos considerados como depreciables, (edificaciones, maquinarias, equipos, activos agotables, muebles, enseres, equipos de oficina, y vehículos) se toman como un gasto al estado de

resultados, lo que corresponde al periodo que se causa. Su contrapartida es la depreciación acumulada, cuenta de naturaleza crédito en el activo fijo, la cual disminuye el valor del respectivo activo.

- Obligaciones financieras. En este rubro se incluyen los préstamos recibidos del sector financiero, clasificados de acuerdo con el vencimiento de los pagos, la parte que corresponda al corto plazo y la del largo plazo.
- Proveedores. En la mayoría de los casos los proveedores otorgan a sus clientes algún plazo para el pago de sus compras. Por lo general, dicho plazo es menor a un año, razón por la cual el saldo que figura en el balance corresponde a una cuenta del pasivo corriente.
- Capital. Hace referencia a los aportes sociales que realizan los inversionistas en la empresa.
- Utilidades. Este concepto abarca varias posibilidades en su interpretación. Si hace referencia a utilidades netas, son las que corresponden a las ganancias netas del ejercicio que se está estudiando. Si son utilidades por distribuir, corresponde a las utilidades netas acumuladas de ejercicios anteriores.
- Reservas. Bajo este criterio se aplica el concepto de reserva legal, que es del 10% de las utilidades netas del ejercicio, hasta llegar al 50% del valor de los aportes sociales. Es notable que este cálculo, se pueda realizar si la empresa presenta utilidades en su ejercicio fiscal; en el caso de que genere pérdidas, esta no se calcula.

- Estado de resultados proyectados. Algunas de las bases de las proyecciones son tan complejas que sería difícil proyectar directamente los estados financieros. Por esta razón, se tiene la costumbre de realizar cuadros especiales para facilitar la elaboración final de los estados financieros.
- Pronóstico de Ventas.
  - o Ventas brutas. Es la sumatoria de ventas esperadas de los productos elaborados y vendidos por la empresa más los productos que tiene estimado para comprar y vender.
  - o Devoluciones y rebajas en ventas. Hace referencia al concepto financiero de que todo lo que está disponible para la venta no puede venderse, lo cual la obliga a aplicar rebajas en el precio.
  - o Ventas netas. Es el valor resultante de restar las ventas brutas, las devoluciones y rebajas en ventas. El valor resultante se incluye en el estado de resultados.
  - o Ventas a crédito. Del volumen de ventas netas no todo se vende a contado, razón por la cual se establece un indicador de rotación de cartera.
  - o Ingresos operacionales por ventas. Del volumen de ventas netas se restan las ventas de contado y este es el valor que se recauda en efectivo, razón por la cual se incluye en el flujo de caja como un ingreso.

- Recaudo de cartera. Hace referencia al valor de las cuentas por cobrar menos las provisiones de carteras, las cuales se recaudan en el siguiente periodo de su cálculo. Su recaudo se registra como ingreso en el flujo de caja.
- Provisión de cartera. Se estima un porcentaje de las cuentas por cobrar, su cuantía no debe ser muy significativa. (p. 166 - 167)

#### **2.2.4 Fijación de precios**

Normalmente se consideran varias metodologías para fijar el precio de ventas, según Calleja (2014), existen cuatro metodologías que se basan en lo siguiente:

- Costo Total. Este método calcula el precio de venta con base en el costo total, es decir, a la suma de costos variables más costos fijos. Tiene el defecto de que los costos fijos se prorratan entre los artículos según la cantidad fabricada y vendida. Si esta varía, el resultado no será igual. (p. 151)
- Costeo directo. Este método calcula el precio de venta solo con base en el costeo directo y considera un excedente para cubrir los costos fijos o parte de ellos. (p.153)
- Rendimiento deseado. (Rentabilidad del proyecto) Este método calcula el precio de venta con base en el rendimiento que desea la empresa sobre la inversión total. Hay diferentes formas de calcularlo; pero siempre considerará el costo más el rendimiento sobre la inversión dividido entre las unidades vendidas. (p.154)

- Cláusulas escalatorias. Este método calcula el precio de venta actualizado, es decir: se determina el porcentaje que tiene cada insumo en el producto, se determina un porcentaje de alza (dividiendo el precio actualizado entre el precio original), se multiplican ambos porcentajes, se hace insumo por insumo, la suma se multiplica a su vez por el precio original, obteniéndose el precio actualizado. (p. 155)

### **2.2.5 Servicio de comida**

El servicio de comida es un término que se utiliza para definir una actividad que se dedica a la prestación de servicios de comida y bebida.

Es importante recalcar que existía el servicio de comida comercial con un concepto tradicional, es decir, los clientes se referían solamente a restaurantes, cafeterías y bares; sin embargo, tal y como lo menciona García, García & Gil (2016), existe un nuevo concepto de servicio de comida:

Empresa de nueva restauración, es decir, empresas de cierta envergadura que operan en gran número de establecimientos, muchos de ellos bajo la fórmula de la franquicia. Se caracterizan por una mayor profesionalización de la gestión y por la utilización de nuevas tecnologías que tienen como objetivo estandarizar la producción, especializar la oferta e incrementar la rentabilidad. (p.12)

Por lo tanto, se pueden catalogar los servicios de comida en los siguientes grupos: comida rápida / fast food, vinculados al concepto de franquicia (no limitándose a ella), el concepto de take away, delivery food, vending, y el catering.

Después de analizar diferentes tipos de servicio de comida con este concepto de nueva restauración y según la práctica actual del Ministerio de Salud de Costa Rica, el tipo de servicio de comida que define mejor el servicio de *food truck* es el de servicio de *catering*, según García, García & Gil (2016) definen este concepto como

La actividad que se encarga de la prestación externa de servicios de comida, bien preparada en cocinas centrales, bien elaboradas en cocinas *in situ* (toda la gestión corresponde a la empresa de *catering*), o subcontratando a un tercero la elaboración total o parcial. Es la preparación de comidas en grandes cantidades para ser servidas en puntos de consumo separados del lugar donde se elaboran. Es una actividad de externalización de servicios de comidas, que puede realizarse en las siguientes modalidades:

- Cocinas centrales y transportadas al lugar de consumo
- Cocinas *in situ* (la gestión corresponde al operador del *catering*). (p.19)

### **2.2.6 Comida saludable**

La nutrición es importante para el ser humano, también se aclaró que existen nutrientes esenciales y no esenciales; sin embargo, la comida saludable va más allá de la alimentación que se elabora y con los ingredientes que se prepara.

La temática de esta investigación al ofrecer servicio de comida con enfoque en comida saludable, es un concepto más allá de la preparación y elaboración de la alimentación.

### **2.2.6.1 Nutrición**

De acuerdo con Brown (2014),

la nutrición es una ciencia interdisciplinaria que se centra en el estudio de los alimentos y la salud. El acervo de conocimiento sobre la nutrición es muy extenso y crece con rapidez, lo cual modifica los puntos de vista sobre lo que constituye la mejor asesoría en este campo. (p.2)

### **2.2.6.2 Nutrición equilibrada**

Según Thompson (2014), la palabra alimentación hace referencia a

“las plantas y animales que consumimos. Estos alimentos contienen la energía y los nutrientes que el cuerpo necesita para mantener la vida, la salud y el crecimiento. La nutrición es el estudio científico de la alimentación y de cómo éstos mantienen el cuerpo e influye en nuestra salud. Incluye cómo éstos afectan al cuerpo”. (p. 4)

### **2.2.6.3 Nutrición orgánica o ecológica**

La nutrición orgánica o ecológica invita al consumo de alimentos frescos, Andrade (2014) indica

probablemente ya lo habrás escuchado en alguna ocasión: haz uso de los productos locales. He aquí el por qué: si tu comida procede de otra región, el número de millas recorridas hasta llegar a tu supermercado habrá supuesto una enorme huella de carbono. (p. 11)

Por otro lado, Andrade (2014) afirma que

desgraciadamente esa sabrosa hamburguesa junto con sus patatas fritas que tanto te gusta disfrutar, podría ser parte de un efecto perjudicial mucho más grande en el medioambiente. El procedimiento de producción industrial de alimentos perjudica enormemente a nuestro planeta. (p.10)

Como se puede analizar en el párrafo anterior, el consumo de alimentos industrializados en exceso no solamente daña la salud, sino que también están dañando el planeta tierra por medio de los agentes que contaminan el medio ambiente.

#### **2.2.6.4 Nutrición Vegana**

En lo relativo a nutrición vegana, el autor Haas (2017) menciona en su libro lo siguiente:

Las directrices de la OMS para una dieta saludable, indican un estilo de vida tipo vegano. Recomiendan que menos del 10% de las calorías totales consumidas, provienen de azúcares independientes que se encuentran en alimentos procesados y postres. También recomiendan una dieta baja en grasas en la cual menos del 30% de las calorías consumidas provengan de la grasa. La OMS recomienda enfáticamente que esas grasas provengan de fuentes como plantas o nueces en lugar de productos de origen animal. Finalmente, la ingesta de sal debe ser reducida. En esencia, la mejor dieta recomendada por la principal autoridad mundial en materia de salud,, es la dieta vegana. A pesar de las recomendaciones de la OMS, muchos americanos sienten recelo a seguir una dieta vegana debido al mito de que este estilo de vida crea deficiencias nutricionales. La deficiencia más comúnmente citada asociada a una dieta vegana, incluye una carencia de proteína, vitamina B12, vitamina D y calcio. En lo que respecta a estas, a menudo no están garantizadas y hay maneras de asegurarse de que, como vegano, obtengas estas necesidades dietéticas. (p.14)

### 2.2.6.5 Nutrición alcalina

En 1931 un médico alemán, el doctor Otto Warburg, recibió el Premio Nobel por su investigación sobre las enzimas asociadas a la respiración. Su meta era observar el metabolismo de las células; pero, sobre todo, las células cancerígenas. Demostró que el cáncer se desarrolla y se extiende por el cuerpo por la falta de oxígeno.

Según investigaciones científicas, una de las razones principales o una parte del fenómeno de las enfermedades, es la acidificación del organismo.

Según Lénárt (2015)

Con el objetivo de que nuestros órganos funcionen de manera perfecta, y este estado ideal se mantenga, es necesario tener un ambiente adecuado; es decir, un medio equilibrado. La relación del equilibrio entre el ácido y base determina que el medio del organismo sea ácido, neutral o alcalino. Si nuestro organismo tiene un equilibrio ácido – básico, podrá proporcionar un medio ambiente o entorno óptimo, para el funcionamiento perfecto. Sin embargo, si tenemos demasiada acidez, entonces provoca una inadecuada interacción de los distintos procesos que al principio solo causa pérdida de bienestar, pero más adelante, casi con seguridad nos puede conducir hasta tener enfermedades graves. (p.15-16)

Por otra parte, la revista Hablando de Nutrición, menciona que

los adeptos a la dieta alcalina afirman que una disminución del pH de la sangre es la causa de muchas enfermedades; y que ésta se relaciona con una dieta inadecuada. Según ellos, una dieta alcalina ayudará a bajar de peso, eliminar malestares gastrointestinales, fortalecer el sistema inmunológico, mejorar las condiciones de la piel, prevenir la osteoporosis y el cáncer entre otras enfermedades.

El objetivo de la dieta alcalina es mantener el pH de la sangre cercano a 7.4. Al respecto, Lénárt (2015) señala que existe una pregunta muy común al iniciar esta dieta y es

¿En qué estado estamos acidificados? Estos son preguntas por las cuales todo el mundo tiene curiosidad. Podemos obtener resultados bastante aproximados con mediciones efectuadas en casa, que podemos realizar en cualquier momento, y así también podremos controlar nuestra evolución y la mejora de nuestro organismo.

El valor pH de la sangre – por el sistema regulatorio de nuestro organismo – varía constantemente entre 7,36 y 7,44. Por tanto, es recomendable medir el estado ácido – base en la orina.

En farmacias o tiendas naturalistas podemos conseguir unas tiras de papel que sirven para indicar el valor pH de la orina. (p.44)

## 2.3 HIPÓTESIS

Según Martínez (2012)

La hipótesis (del griego hipo, debajo, y tesis, posición: postura de apoyo) o supuesto de investigación es una explicación provisional que permite establecer relaciones y explicaciones temporales al planteamiento de la investigación. Es producto de nuestra experiencia y el conocimiento inicial que tenemos del tema a investigar. La hipótesis nos permite darle un rumbo a nuestra investigación, aunque ésta deberá ser comprobada o refutada en la medida que analicemos con mayor profundidad y detenimiento el fenómeno de estudio y lo interpretemos con la ayuda del marco conceptual y teórico. (p. 118)

Por su lado, Gutiérrez explica que “una hipótesis de investigación es una proposición o declaración realizada por el investigador cuando éste especula acerca del resultado final de una investigación”. (p. 69)

Finalmente, también según el diccionario, hipótesis es la suposición hecha a partir de unos datos que sirven de base para iniciar una investigación o una argumentación.

La hipótesis de la investigación es:

**Es factible la creación de un servicio de comida tipo *food truck* con enfoque en comida saludable para la gran área metropolitana de Costa Rica en el primer semestre del 2018.**

### 2.3.1 Variable independiente

Es importante para todo emprendedor, disponer de los recursos necesarios para llevar a cabo los objetivos o metas de la idea del proyecto de inversión que ha definido emprender, por lo tanto, la factibilidad es un instrumento que permite orientar al empresario en la toma de decisión del nuevo proyecto, tomando en cuenta la información más sensible que pueda medir las posibilidades de éxito o fracaso del proyecto en revisión.

Según el diccionario de la Real Academia Española, factibilidad es la cualidad o condición de factible; y factible es que se puede hacer.

Para este trabajo de investigación, se toma como variable independiente la factibilidad del servicio de comida tipo *food truck* con enfoque en comida saludable y la definición de la variable independiente será con la siguiente cita: Pacheco & Pérez (2018)

el estudio de factibilidad es una condición para el éxito en la implantación de un proyecto, por lo que se debe tener en claro lo que se desea alcanzar, es decir, preguntar el “qué”, lo cual una vez definido, verifica la factibilidad de que el proyecto pueda ser llevado a cabo por una empresa y cuál es la estructura, tanto legal, organizacional y financiera que se debe adoptar. (p.13)

### 2.3.2 Variable dependiente

La creación de una empresa, empieza con la identificación de una oportunidad de negocio de un empresario o emprendedor, una vez que se moldea la idea se realiza un análisis de la factibilidad del proyecto de inversión y se toma la decisión de crear la empresa.

Para este trabajo de investigación, se toma como variable dependiente; ya que es la creación de un servicio de comida tipo *food truck* con enfoque en comida saludable, y la definición de la variable dependiente se da con la siguiente cita de Flórez (2015):

Una empresa se puede crear y organizar cuando se tenga plenamente definido el plan de negocio, ya que este prevé el estudio de mercado; los productos y/o servicios que serán ofrecidos; los proveedores; su tamaño y localización; la ingeniería del proyecto; su estructura organizacional; las variables financieras, económicas y políticas que pueden afectar el proyecto. (p.33)

## 2.4 OPERACIONALIZACIÓN DE LA HIPÓTESIS

Según Hernández Sampieri (2014), “Los términos o variables de la hipótesis deben ser observables y medibles” (p.107) con el fin de que otro investigador le dé el mismo significado a los términos de la hipótesis que está investigando.

Hipótesis	Conceptos según Pacheco & Pérez (p.16)	Variables	Indicadores
Es factible	<b>Estudio de mercado:</b> Con este estudio se pretende conocer y hacer un análisis de la demanda y oferta, es decir, saber quiénes serán los posibles consumidores del producto o servicio a proporcionar, así como cuáles son las empresas que actualmente la ofrecen (competencia)	-Diagnóstico del estudio de mercado	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Definición del producto</li> <li>-Análisis de la demanda</li> <li>-Distribución geográfica del mercado</li> <li>-Comportamiento histórico de la demanda</li> <li>-Proyección de la demanda</li> <li>-Análisis de la oferta</li> <li>-Proyección de la oferta</li> <li>-Análisis de precios</li> <li>-Determinación de costo promedio cuánto cuesta producirlo</li> <li>-Análisis histórico y proyección de precios</li> </ul>
La creación de un servicio de comida tipo food truck con enfoque en comida saludable para la gran área metropolitana de Costa Rica en el primer semestre del 2018.	<p><b>Estudio técnico:</b> Con esto se espera conocer las necesidades de la empresa y qué es lo que se requiere para producir el bien o servicio que se desea proporcionar.</p> <p><b>Evaluación económica y financiera:</b> Esta es necesaria para saber si la organización cuenta con los recursos suficientes para continuar con su proyecto.</p>	<p>-Diagnóstico de estudio técnico</p> <p>-Resultado de la evaluación económica y financiera</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Identificación de maquinarias, equipos, insumos y recursos humanos.</li> <li>-Aspectos legales.</li> <li>-Estado financiero de iniciación</li> <li>-Estado de resultados de iniciación</li> <li>-Recursos financieros</li> </ul>

## **CAPÍTULO III MARCO METODOLÓGICO**

## 3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

### 3.1.1 Finalidad

Según Hernández Sampieri (2014), “existen dos clases de investigación que cumplen dos propósitos fundamentales: a) producir conocimiento y teorías (investigación básica) y b) resolver problemas (investigación aplicada)”. (p XXIV.)

Por otra parte, Bernal (2016), menciona lo siguiente:

De acuerdo con Méndez (1995), la justificación de una investigación puede ser de carácter teórico, práctico o metodológico.

- Justificación teórica. En investigación hay una justificación teórica cuando el propósito del estudio es generar reflexión y debate académico sobre el conocimiento existente, confrontar una teoría, contrastar resultados o hacer epistemología del conocimiento existente. En el caso de las ciencias económicas y administrativas, un trabajo investigativo tiene justificación teórica cuando se cuestiona una teoría administrativa o una económica (es decir, los principios que la soportan), su proceso de implantación o sus resultados. Cuando en una investigación se busca mostrar las soluciones de un modelo, está haciéndose una justificación teórica. Si en una investigación se proponen nuevos paradigmas o se hace una reflexión epistemológica, se tiene una justificación eminentemente teórica, aunque al implementarla se vuelve práctica, ya que, como afirma López Cerezo (1988), toda investigación en alguna medida tiene la doble implicación, teórica y práctica. La justificación teórica es la base de los programas de doctorado y algunos programas de maestría donde se tiene como objetivo la reflexión académica.
- Justificación práctica. Se considera que una investigación tiene justificación práctica cuando su desarrollo ayuda a resolver un problema o, por lo menos, propone estrategias que al aplicarse contribuirían a resolverlo. Los estudios de investigación de pregrado y de posgrado, en el campo de las ciencias económicas y administrativas, en general son de carácter práctico, o bien, describen o analizan un problema o plantean estrategias que podrían solucionar problemas reales si se llevaran a cabo. Cuando en un trabajo de grado se realiza un análisis económico de un sector de la producción, su justificación es práctica porque genera información que podría utilizarse para tomar medidas tendientes a mejorar ese sector. (p.138)

Esta investigación tiene el propósito de **producir conocimiento y teorías (investigación básica)** y así aportar al conocimiento existente sobre la creación de un *food truck* con enfoque de comida saludable, cuyo resultado de esta investigación podrá sistematizarse en una propuesta para ser incorporada o no en la oferta de servicios de comida de tipo *food truck*; ya que se estaría realizando un análisis de estudio de mercado de la población en estudio; y así indagar la factibilidad de la creación de un *food truck* con enfoque en comida saludable.

### 3.1.2 Dimensión temporal

Según la teoría, existen tres tipos de investigación según su dimensión temporal: la investigación no experimental, la investigación longitudinal y por último la investigación transversal.

Según Hernández Sampieri (2014), “la investigación no experimental se relaciona a estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y en los que sólo se observan los fenómenos en su ambiente natural para analizarlos”. (p.152). Así mismo, indica que

en otras veces, la investigación se enfoca en: a) estudiar cómo evolucionan una o más variables o las relaciones entre ellas, o b) analizar los cambios al paso del tiempo de un evento, comunidad, proceso, fenómeno o contexto. En situaciones como éstas el diseño apropiado (en un enfoque no experimental) es el longitudinal. (p. 154).

Por último, expresa el autor Hernández Sampieri (2014) que

los diseños de investigación transeccional o transversal recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único (Liu, 2008 y Tucker, 2004). Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en

un momento dado. Es como 'tomar una fotografía' de algo que sucede. (p. 154)

Para esta investigación, el diseño será la **transeccional o transversal**; ya que los datos son utilizados en un tiempo único, en este caso específico para el primer semestre del año 2018.

### 3.1.3 Marco

Según Hernández Sampieri (2014), "el marco maestral es un marco de referencia que nos permite identificar físicamente los elementos de la población, así como la posibilidad de enumerarlos y seleccionar las unidades muestrales". (p.185).

Sigue Hernández Sampieri, indicando que

Existe un ambiente físico (entorno): tamaño, distribución, señales, accesos, sitios con funciones centrales (iglesias, centros del poder político y económico, hospitales, mercados y otros), además, resultan muy importantes nuestras impresiones iniciales. Puede ser muy grande o pequeño, desde un quirófano, un arrecife de coral, una habitación; hasta un hospital, una fábrica, un barrio, una población o una megaciudad. Se recomienda elaborar un mapa del ambiente. (p.399)

Con el fin delimitar esta investigación, el marco muestral de la población geográfica, fue clasificada en tres tal como sigue:

- Mega: Para clasificar esta investigación se toma como marco muestral mega el país de Costa Rica.
- Macro: Para clasificar esta investigación se toma como marco muestral macro la gran área metropolitana de Costa Rica.

- Micro: Para clasificar esta investigación se toma como marco muestral micro la población que conoce el servicio de comida tipo *food truck*.

### 3.1.4 Naturaleza

Existen tres tipos de metodologías a saber: cualitativa, cuantitativa y mixta.

Según Bernal (2016),

La investigación cualitativa es la investigación que parte del supuesto de que el mundo social está constituido de significados y símbolos compartidos de manera intersubjetiva, razón por la cual su objetivo es la comprensión de esos significados y símbolos intersubjetivos tal como son expresados por las personas. Es decir, que busca comprender la naturaleza de las diferentes realidades sociales y su estructura dinámica como fundamento de su comportamiento. En este sentido, la investigación cualitativa más que oponerse a la cuantitativa la complementa y la integra cuando ello es necesario. (p.73)

En segundo lugar, está la metodología cualitativa según Bernal (2016)

Hace referencia que vale recordar que

en investigación el método científico es el conjunto de etapas, componentes y reglas que señalan el procedimiento para llevar a cabo una investigación, cuyos resultados se acepten como válidos para la comunidad científica (Bunge, 1990). En este sentido, dentro del modelo general de investigación científica cuantitativa, existen diferentes versiones de procesos de investigación. (p.92)

En cuanto a la metodología mixta, Hernández Sampieri (2014) expresa:

Antes de definir propiamente los métodos mixtos debe comentarse que en la segunda década del siglo xxi se han consolidado como una tercera aproximación o enfoque investigativo en todos los campos. Basta con ver el notorio incremento en los libros de texto y artículos académicos que se han publicado sobre ellos. Y, en parte, su desarrollo y aceptación se deben a que diversos fenómenos han sido abordados desde siempre bajo la óptica mixta de manera natural. Por ejemplo, el diagnóstico clínico en medicina interna. Cualquier especialista lo realiza utilizando diversas fuentes de información y tipos de datos: a) pruebas de laboratorio (mediciones estandarizadas que producen datos cuantitativos), b) entrevista a

profundidad en la cual se incluyen preguntas cerradas (como la edad, si se es o no fumador, si se han padecido ciertas enfermedades, tipo de ejercicio físico que se practica y tiempo que se le dedica diariamente a ello, etc.) y abiertas (sobre el estilo de vida —qué tan sedentario es, cuáles son los hábitos alimenticios, etc.—, antecedentes familiares, el tipo de trabajo y otras fuentes potenciales de estrés), y c) historial clínico (con datos visuales como una radiografía, determinadas gráficas, anotaciones interpretativas y mediciones anteriores). (p.534)

Por lo tanto, la investigación es de naturaleza **mixta** debido a que estos estudios se centran en los aspectos de objetivos y cuantificación del fenómeno social y el conocimiento del sentido y observancia de los comensales en esta investigación.

### **3.1.5 Carácter**

Existen cuatro categorías de tipos de carácter en la investigación a saber: exploratorio, descriptivo, correlacional y explicativo.

De acuerdo con Hernández Sampieri (2014)

El propósito de los diseños transeccionales exploratorios es comenzar a conocer una variable o un conjunto de variables, una comunidad, un contexto, un evento, una situación. Se trata de una exploración inicial en un momento específico. Por lo general, se aplican a problemas de investigación nuevos o poco conocidos; además, constituyen el preámbulo de otros diseños (no experimentales y experimentales). (p.155)

Por otro lado, el mismo Hernández Sampieri (2014) explica que

los diseños transeccionales descriptivos tienen como objetivo indagar la incidencia de las modalidades o niveles de una o más variables en una población. El procedimiento consiste en ubicar en una o diversas variables a un grupo de personas u otros seres vivos, objetos, situaciones, contextos, fenómenos, comunidades, etc., y proporcionar su descripción. Son, por tanto, estudios puramente descriptivos y cuando establecen hipótesis, éstas son también descriptivas (de pronóstico de una cifra o valores). Por ejemplo: ubicar a un grupo de personas en las variables género, edad, estado civil o marital y nivel educativo. (p.155)

Así mismo, Hernández Sampieri (2014) indica que “los diseños transeccionales correlacionales son diseños que describen relaciones entre dos o más categorías, conceptos o variables en un momento determinado. A veces, únicamente en términos correlacionales, otras en función de la relación causa efecto (causales)”. (p.157)

Por último, Hernández Sampieri (2014) define la investigación explicativa como experimentos de laboratorio, “experimento en que el efecto de todas o casi todas las variables independientes influyentes no concernientes al problema de investigación se mantiene reducido lo más posible”. (p.150)

Para el caso específico de esta investigación, el diseño es **transeccional correlacional**, por su función de la relación causa efecto, es decir dependiendo del comportamiento de las variables se cumple o no con la hipótesis de la investigación.

## **3.2 SUJETOS Y FUENTES DE INVESTIGACIÓN**

### **3.2.1 Sujetos de información**

Los sujetos de la información serán en primer lugar la muestra poblacional geográfica de posibles clientes de la gran área metropolitana; en segundo lugar, algún dueño de servicio de comida tipo *food truck* y en tercer lugar, el criterio de la Asociación de *food truck* de Costa Rica.

### **3.2.2 Fuentes de primera mano**

Según Hernández Sampieri (2014),

la revisión de la literatura implica detectar, consultar y obtener la bibliografía (referencias) y otros materiales que sean útiles para los propósitos del estudio, de donde se tiene que extraer y recopilar la información relevante y necesaria para enmarcar nuestro problema de investigación. (p. 61)

Por lo tanto, las fuentes de primera mano de esta investigación son los datos recogidos para este estudio y que fueron tomados en el origen, es la información tomada de primera mano, es decir, directamente del investigador.

### **3.2.3 Fuentes de segunda mano**

De acuerdo con Facal (2015), la fuente de segunda mano o datos secundarios, son “los recogidos por otras personas. Proceden también de un contacto con la práctica, pero ya han sido recogidos y muchas veces procesados por otros investigadores.” (p.20)

Por su parte, Paba, Paba & Rodríguez (2014) se refieren a las citas secundarias o indirectas y mencionan lo siguiente: “en algunas publicaciones se considera importante exponer la idea de un autor, pero la misma está citada en otra obra en palabras distintas de las originales tal y como fue publicada”.

En este trabajo se utilizan como fuentes de segunda mano los libros descritos en la bibliografía.

### **3.2.4 Fuentes de tercera mano**

Este tipo de clasificación de fuentes de información incluye datos que provienen de fuentes de segunda mano. Dentro de esta categoría se utilizan para esta investigación, artículos de revistas, páginas de internet, libros que citan a otros autores, entre otros.

### 3.3 SELECCIÓN DEL MUESTREO

Según Hernández Sampieri (2014), “la muestra es, en esencia, un subgrupo de la población. Digamos que es un subconjunto de elementos que pertenecen a ese conjunto definido en sus características al que llamamos población”. (p. 175)

#### 3.3.1 Definir y acotar la población o el universo

De acuerdo con Facal (2015), “ha de ofrecerse una definición operativa y los criterios de inclusión y exclusión de la población”. (p.66)

Para efectos de esta investigación, la población se definirá como los usuarios que prefieran un servicio de comida tipo *food truck*, con edades comprendidas entre los 18 o más de 50 años de edad y que vivan en la gran área metropolitana de Costa Rica.

#### 3.3.1 Diseño de la muestra

Continúa Facal (2015) indicando que “si la estrategia de investigación escogida exige la consecución de una muestra representativa, tenemos que seguir estos pasos:

- Delimitar el universo.
- Determinar el número de unidades que se van a incluir en la muestra (tamaño)”. (p.66)

Para esta investigación, se toma como marco muestral la gran área metropolitana de Costa Rica, por lo tanto, es una población desconocida, ya que el razonamiento para delimitar la GAM utilizó criterios técnicos de ordenamiento urbano territorial y no en forma exclusiva a divisiones topográficas naturales; además, no se conoce la población que puede ser originaria de las afueras de la GAM, al participar de los eventos o actividades privadas.

Para establecer el número de unidades que se van a incluir como muestra, se utiliza la siguiente fórmula:

**Fórmula de “n” cuando se desconoce el tamaño de “N”**

$$n = \pi(1 - \pi) * \left(\frac{z}{E}\right)^2$$

$$n = 0.5(1 - 0.5) * \left(\frac{1.96}{0.06}\right)^2$$

$$n = 267 |$$

Dónde:

N: Población

N: tamaño de la muestra

$\pi$ . Porcentaje de éxito

z: nivel de confianza del 95%

E : error máximo permitido o nivel de precisión

### 3.4 TÉCNICAS E INSTRUMENTOS PARA RECOLECTAR LA INFORMACIÓN

Existen dos tipos de técnicas para la recolección de datos o de información, estas dos técnicas son la observación y la entrevista.

- La observación:

Según Hernández Sampieri (2014),

la observación cualitativa no es mera contemplación ('sentarse a ver el mundo y tomar notas'); implica adentrarnos profundamente en situaciones sociales y mantener un papel activo, así como una reflexión permanente. Estar atento a los detalles, sucesos, eventos e interacciones. (p. 399)

Además, describe en este mismo texto, que

en la investigación cualitativa necesitamos estar entrenados para observar, que es diferente de ver (lo cual hacemos cotidianamente). Es una cuestión de grado. Y la "observación investigativa" no se limita al sentido de la vista, sino a todos los sentidos. Por ejemplo, si estamos en una iglesia (como la de San Juan Chamula descrita en el capítulo 12), prestar atención a lo que nos dice el "olor a pino, incienso y humo", lo mismo cuando "suena la campana" o se escuchan las plegarias. (p. 399)

- La entrevista:

Según Hernández Sampieri (2014)

La entrevista cualitativa es más íntima, flexible y abierta que la cuantitativa (Savin-Baden y Major, 2013; y King y Horrocks, 2010). Se define como una reunión para conversar e intercambiar información entre una persona (el entrevistador) y otra (el entrevistado) u otras (entrevistados). En el último caso podría ser tal vez una pareja o un grupo pequeño como una familia o un equipo de manufactura. En la entrevista, a través de las preguntas y respuestas se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema (Janesick, 1998). Las entrevistas se dividen en estructuradas, semiestructuradas y no estructuradas o abiertas (Ryen, 2013; y Grinnell y Unrau, 2011). En las primeras, el entrevistador realiza su labor siguiendo una guía de preguntas específicas y se sujeta exclusivamente a ésta (el instrumento prescribe qué cuestiones se preguntarán y en qué orden). (p.403)

En esta investigación se utilizan las técnicas de observación y entrevista, ya que para el primer caso se requiere la observación de estados financieros de iniciación, proyección de estados financieros, recursos financieros e identificación de tecnologías, maquinarias, equipos, insumos, materias primas, procesos y recursos humanos y en el segundo caso, se requiere la utilización de un cuestionario para entrevistar a la población muestral.

### **3.5 DEFINICIÓN CONCEPTUAL, OPERATIVA E INSTRUMENTAL DE LAS VARIABLES**

Es importante mencionar que las variables que se estudian a continuación, serán variables que según su función explicativa, se dividen en dos: la variable independiente y la variable dependiente o criterio.

Facal (2015) las describe de la siguiente forma:

- Variable independiente, explicativa o predictora. Es aquella que nos permite explicar los cambios en la variable dependiente.
- Variable dependiente o criterio. Son las variables que se tienen que explicar, los efectos o resultados de los cambios o variaciones en la variable independiente. (p.49)

Tomando en cuenta las anteriores definiciones, según González (2018), “se lleva la variable de un nivel abstracto a un plano de concreción. A esto se le denomina “operacionalización”, para precisar al máximo el significado que se le otorga a la variable en este estudio”. (p. 39). Por su lado Facal (2015) explica que la operacionalización de la variable “es el proceso mediante el cual se transforma una variable general en una variable medible y observable”. (p.51)

En el siguiente apartado, se establece tanto la definición conceptual como la definición operativa de la variable independiente y de la variable dependiente.

### 3.5.1 Variable independiente

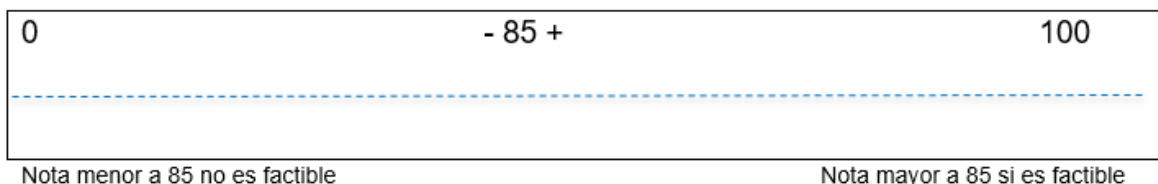
Para esta investigación se fija como la variable independiente la factibilidad del negocio, esta variable será llevada mediante el resultado del estudio de mercado, es decir según Pacheco & Pérez (2018)

la importancia del estudio de mercado radica en que se evitan gastos, las decisiones se toman basadas en un mercado real, se conoce el ambiente donde la empresa realizará sus actividades económicas, permite trazar varios rumbos, se sabe si el producto va a satisfacer una necesidad real (p.27)a

**Definición conceptual.** Según Rodríguez (2018), el estudio de mercado

es un documento que contiene los resultados del estudio de la demanda que el bien o servicio tendrá entre su mercado meta. El punto de partida lógico para la formulación y el análisis de todos los proyectos de inversión es el estudio de mercado. De no existir una demanda suficiente de los productos de un proyecto, se dice que carece de base económica. (p.22)

**Definición operativa.** La factibilidad del negocio será medida por medio del resultado del estudio de mercado y en concreto, con el porcentaje de los entrevistados que comprarían el producto ofrecido.



### 3.5.2 Variable dependiente

En cuanto a la variable dependiente, se dispone que esta es la creación del negocio, por lo tanto, se medirá por medio de los resultados del estudio técnico y el estudio financiero que concluya esta investigación.

**Definición conceptual.** Pacheco & Pérez (2018) definen tanto el estudio técnico como el financiero como sigue: “con esto se espera conocer las necesidades de la empresa y qué es lo que se requiere para producir el bien o servicio que se desea proporcionar”. (p.16)

Para el caso de la evaluación financiera, se toma como criterio de aceptación o rechazo el TIR; estos mismos autores Pacheco & Pérez (2018) definen esta variable de la siguiente manera:

TIR (Tasa Interna de Rendimiento). Consiste en encontrar la tasa de descuento de los flujos de efectivo contables que, al sumarles y restarles la inversión, queda un flujo de efectivo contable a valor presente igual a cero.

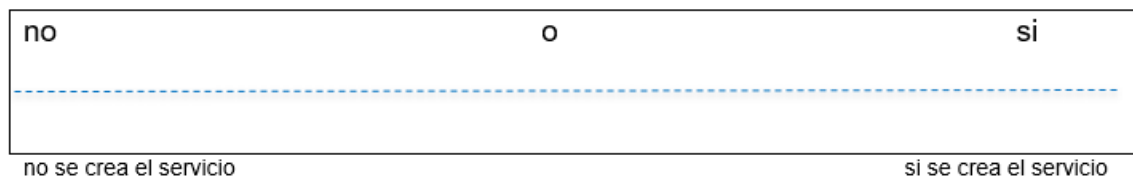
Se pueden dar dos definiciones de la tasa interna de rendimiento. En primer término, se puede decir que constituye la tasa de interés a la cual se deben descontar los flujos de efectivo generados por el proyecto mediante su vida económica, para que estos se igualen con la inversión. También se entiende por tasa interna de rendimiento la tasa máxima que se estaría dispuesto a pagar a quien nos financia el proyecto, considerando que también se recupera la inversión.

La fórmula del TIR es la siguiente:

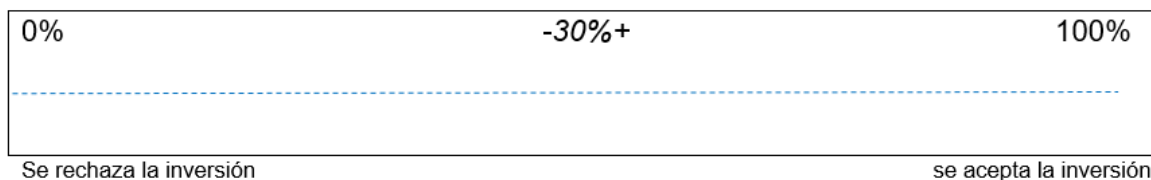
$$\sum \frac{FEC^n}{(1 + ?)^n} - inversión = 0$$

En donde el TIR se presenta como una incógnita, la cual es a tasa de los flujos de efectivo contables del proyecto que recuperan la inversión. (p.90)

**Definición operativa** En el estudio técnico, se va a medir la posibilidad de adquirir las maquinarias, equipos, insumos y recursos humanos requeridos para la implementación del *food truck*.



Asimismo, en el ámbito financiero, se toma como criterio de aceptación o rechazo, el método de evaluación del proyecto del TIR (Tasa Interna de Rendimiento)



### 3.5.3 Cuadro Operacionalización de las variables

OBJETIVOS ESPECÍFICOS	HIPÓTESIS	VARIABLES	DEFINICIÓN CONCEPTUAL	DEFINICIÓN OPERACIONAL	DEFINICIÓN INSTRUMENTAL
<p>Elaborar un estudio de mercado para definir el sector, la población objetivo, la competencia y el mercado de comidas saludables de tipo <i>food truck</i> en el área metropolitana de Costa Rica.</p> <p>Determinar qué tan aceptable es la comida tipo <i>food truck</i> y comida saludable en la población en estudio.</p>	Es factible	- Diagnóstico del estudio de mercado	<b>Estudio de mercado:</b> Con este estudio se pretende conocer y hacer un análisis de la demanda y oferta, es decir, saber quiénes serán los posibles consumidores del producto o servicio a proporcionar, así como cuáles son las empresas que actualmente la ofrecen (competencia)	<p>Nota menor a 85 no es factible</p> <p>Nota mayor a 85 si es factible</p>	<p><b>-Técnica de Entrevista:</b></p> <p>Cuestionario (Anexo 3)</p>
<p>Formular un análisis financiero para definir cuáles son los recursos económicos y financieros que se hacen necesarios para llevar a cabo el proyecto de ofrecer el servicio de comida de tipo <i>food truck</i> en la gran área metropolitana de Costa Rica.</p>	la creación de un servicio de comida tipo <i>food truck</i> con enfoque en comida saludable para la gran área metropolitana de Costa Rica en el primer semestre del 2018.	<p>-Diagnóstico de estudio técnico</p> <p>-Resultado de la evaluación económica y financiera</p>	<p><b>Estudio técnico:</b> Con esto se espera conocer las necesidades de la empresa y qué es lo que se requiere para producir el bien o servicio que se desea proporcionar.</p> <p><b>Evaluación económica y financiera:</b> Ésta es necesaria para saber si la organización cuenta con los recursos suficientes para continuar con su proyecto</p>	<p>TIR&gt;30% aceptar la inversión</p> <p>TIR&lt;30% rechaza la inversión</p>	<p><b>-Técnica de Observación:</b></p> <p>Lista de Cotejo</p>

## **CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS**

## **4.1 DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN VIGENTE**

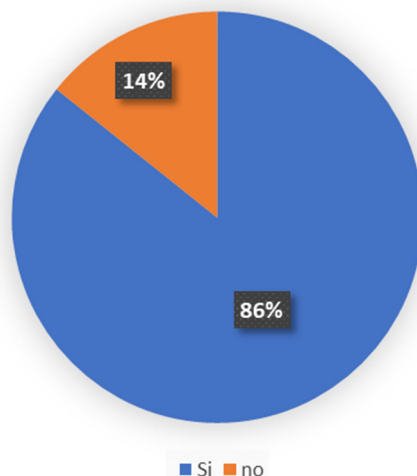
### **4.1.1 Estudio de mercado - Interpretación o explicación de los gráficos**

En el siguiente capítulo, se presenta y analizan los resultados del método para recolectar la información, para llegar a la conclusión y recomendación de los objetivos de la investigación seleccionados para comprobar la hipótesis aquí descrita.

El resultado de la fórmula de muestreo refleja que la cantidad de la muestra a entrevistar es de 267; sin embargo, la entrevista fue contestada por 301 entrevistados.

La entrevista fue aplicada a la muestra por medio de un formulario electrónico utilizando la herramienta Google Form®, el cuestionario se encuentra en el anexo 3.

**Figura 2** ¿Conoce qué es el servicio de *food truck*?



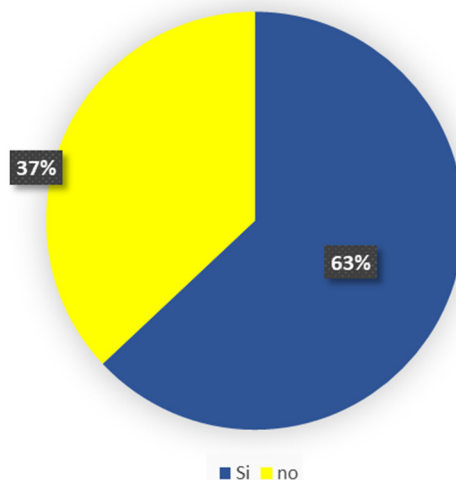
Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

Como se ha mencionado, el *food truck* es una alternativa de servicio de comida preparada que se brinda en camiones o remolques ambulantes. En Costa Rica esta opción es relativamente nueva, se podría considerar que es una tendencia al alza y que ha sido recibida de buena manera por el mercado costarricense.

Según los encuestados, el 86% conocen el servicio de *food truck*, lo que demuestra la popularidad de este tipo de servicio de comida y que no es un término desconocido para la población que gusta salir a comer.

Para esta investigación, la validación del concepto en el mercado es importante, ya que la comprensión del concepto muestra que la idea puede funcionar, reflejando una identificación del mercado en que se ofrecerá el servicio, con el término de *food truck*.

**Figura 3 ¿Ha utilizado este servicio de comida en Costa Rica?**



Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

En la gran área metropolitana, tradicionalmente las alternativas para salir a comer son principalmente ir a un centro comercial, plaza de comidas o visitar un restaurante favorito.

Al evidenciarse que un 63% han utilizado el servicio de comida en Costa Rica, indica que el *food truck* avanza por el camino correcto, aunado a la pregunta anterior, existe un alto porcentaje de entrevistados que no solo conocen el término de *food truck*; sino que ha adquirido este servicio de comida.

Por lo tanto, para efectos de esta investigación, si se compara el 86% de los encuestados que conoce el término de *food truck* contrapuesto con el 63% que lo ha utilizado, existe una porción disponible, creando una oportunidad de aumentar el porcentaje de participación en las ventas.

**Figura 4 ¿Con qué frecuencia al mes utiliza el servicio de food truck en Costa Rica?**



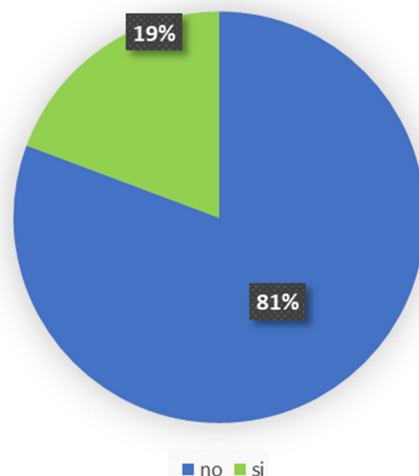
Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

Por el vacío regulatorio que existe en la Ley General de Salud, el *food truck* opera en Costa Rica con restricciones, esta restricción se refiere en transitar libremente en lugares públicos.

De manera que, se justifica que el 51% de los encuestados frecuente este servicio de comida en festivales o actividades privadas (anexo 7). Es claro que al ofrecerse este servicio solamente en puntos anclados, un 36% no haya recibido el producto, lo cual es congruente con el resultado de la pregunta anterior, 37% que no ha utilizado el servicio de *food truck*.

De tal modo que, existe una oportunidad de desarrollar más actividades donde se promocióne la realización de eventos masivos y así los *food truck* pueden alcanzar un reconocimiento de la marca y, además, este tipo de *marketing* le permitirá entablar lazos más cercanos con proveedores y clientes.

**Figura 5 ¿Considera que solo la comida chatarra es comida rápida?**



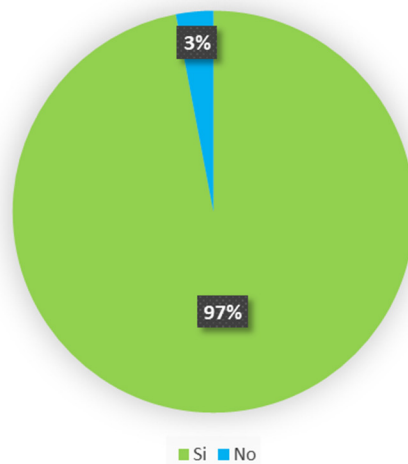
Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

El concepto de comida rápida (en inglés: fast food) es un estilo de alimentación que se sirve rápidamente en establecimientos especializados, con un promedio de preparación menor de 10 minutos. Este enfoque de comida ha ido en auge debido al agitado mundo en que se vive hoy.

Para los encuestados, el 81% considera que no solo la comida chatarra es comida rápida, esta posición permite romper con los paradigmas predominantes, abriendo escenarios para innovar a partir de los existentes; oponiéndose a ellos y logrando establecer un nuevo concepto, que puede ascender con la tendencia de hábitos de las nuevas generaciones.

De tal forma que, para esta investigación, la comida rápida sigue siendo tan popular como siempre; por lo tanto, se debe de profundizar en que el concepto de comida saludable también puede ser comida rápida, saludable y fresca, brindando todos los nutrientes necesarios.

**Figura 6 ¿Ha escuchado del concepto de comida saludable?**



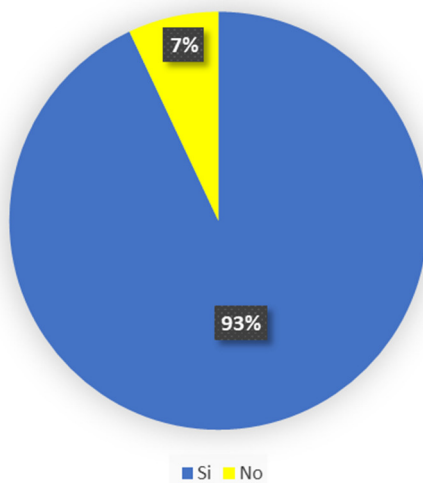
Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

La nutrición es uno de los puntos más importantes de nuestra vida, los nutrientes son necesarios para mantenerse sano; sentirse bien y tener energía; no obstante, la realidad de los estudios evidencia que la obesidad en la población va en aumento.

El 97% de los encuestados muestra que sí ha escuchado el concepto de comida saludable, revelando que la población en estudio se ha ido concientizando en el concepto y más aún hoy en día, con la aparición del consumidor superinformado, conociendo los beneficios y los perjuicios de lo que consumen.

Por lo tanto para esta investigación, existe una oportunidad de negocio al reflejar que los consumidores modifican sus hábitos alimenticios, optando las generaciones superinformadas por productos y actividades *ecofriendly*.

**Figura 7 Si se le ofrece un servicio de comida food truck (servicio de comida brindado por un camión) con enfoque en comida saludable, ¿Ud. compraría este producto?**



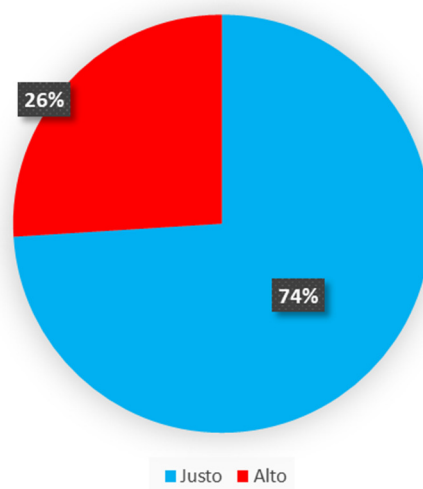
Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

La factibilidad comercial es esencial medirla, ya que indicará si los clientes están dispuestos a adquirir y utilizar los servicios que se van a brindar, es trascendental el estudio de la respuesta a esta pregunta, ya que existe una preconcepción de que lo que ofrece un food truck es comida callejera o *fast food*.

Por lo tanto, según el criterio de nuestros encuestados, el 93% sí comprarían el producto de comida saludable si es ofrecido por el servicio de comida de un food truck.

De manera que, para esta investigación, el dato arrojado en esta pregunta es positivo, porque mide la sensibilización del consumidor con el servicio ofrecido y la aceptabilidad que tendría en su consumo, así que, este resultado da origen a continuar con el estudio técnico y financiero de este proyecto.

**Figura 8 ¿Si el precio del producto es entre ₡3,500 y ₡5,000, Ud. cree que el precio es muy alto, justo o bajo?**



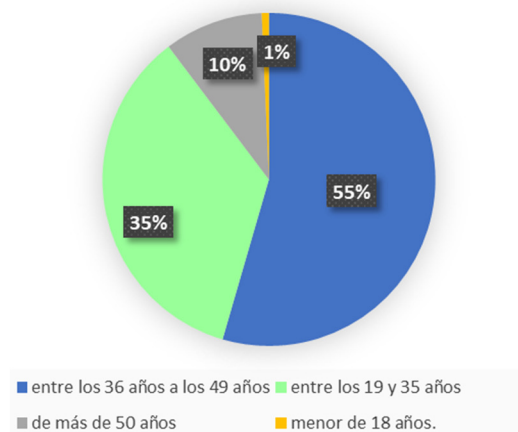
Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

En el periódico El Financiero, en el reportaje “Negocio de *Food Trucks* avanza sobre ruedas a Costa Rica” (2016), menciona como referencia que los precios van en este rango: “los platos van entre ₡3.500 y ₡5.000”.

Por lo tanto, el resultado ante esta pregunta, el 74% considera que el precio entre ₡3,500 y ₡5,000 es un precio justo, en contraposición, el 26% considera que es un precio alto, para este último dato, es importante acotar que distintos programas han comprobado que al comer sano hoy, se está ahorrando; y que al adoptar hábitos en una alimentación saludable no es sinónimo de gastar más, sino de garantizar tener una vida sin enfermedades.

Así que, para efectos de esta investigación, esta información es básica para las proyecciones financieras que se realizan en el siguiente apartado.

**Figura 9 Edad de los entrevistados**



Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

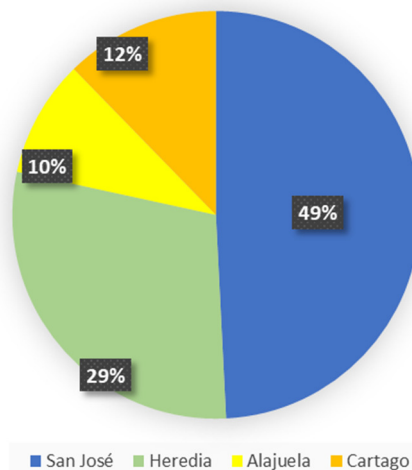
Nota: La segmentación de edad se tomó del blog Millenials, generación X, baby Boomers: ¿Cómo se comportan online?

Hoy se es más consciente de que las diferentes generaciones no consumen igual ni tienen el mismo poder adquisitivo. Para el análisis de la siguiente pregunta, se segmentó la edad de acuerdo con la nueva tendencia de agrupar a las personas conforme a la época en que nacieron.

Por lo tanto, se puede determinar que el 55% se encuentran ubicados entre las edades de los 36 y 49 años (Generación X), esta época es económicamente activa. Por otro lado, el 35% de los encuestados están entre la edad de los 19 y 35 años (*Millenials*), estos datos son importantes, ya que a través de su análisis se pueden conocer características del consumidor que inicialmente no se conocían.

Para esta investigación estos datos son importantes, enmarcando el mercado meta, orientando los esfuerzos de mercadeo, logrando una mayor eficacia al dirigirnos al consumidor que existe para el tipo de servicio que se va a ofrecer.

**Figura 10 Lugar de Residencia de los encuestados**



Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante.

La GAM incluye las provincias de San José, Alajuela, Cartago y Heredia, cabe hacer presente que sus límites no corresponden con bordes de cuenca ni límites administrativos de cantones y distritos, sino que su divisoria se definió a partir de la estructura urbana del Valle Central y áreas contiguas, constituyendo un 60% de la población del país de Costa Rica.

De los 301 encuestados, un 49% reside en San José, un 29% reside en Heredia, un 10% reside en Alajuela y finalmente un 12% reside en Cartago.

Los datos arrojados por la encuesta son importantes para esta investigación, ya que reflejan la distribución geográfica del mercado, es decir, la localización dónde se encuentran los posibles consumidores, dando prioridad a la provincia de San José y Heredia principalmente.

#### 4.1.2 Aspectos legales

Madrigal del periódico La Nación (2016), indica que

De acuerdo con el director general de Salud William Barrantes, se envió a la Asamblea Legislativa una reforma para flexibilizar el artículo 218 de la Ley General de Salud que prohíbe las ventas ambulantes de comidas para que se abra a negocios como estos, pero no a todos, no así al que vende pinchos en un carrito más modesto.

El funcionario enfatizó que este negocio no es necesariamente una "venta ambulante", pues cumple estándares de salubridad como los restaurantes: permiso de manipulación de alimentos, instalaciones adecuadas, entre otros.

"La normativa y la legislación es dinámica, se tiene que ir adaptando", dijo Barrantes, quien se manifiesta abierto a regular esta tendencia, pues son oportunidades laborales y estilos de vida que no se pueden ignorar.

Finalmente, en este mismo artículo de la Nación, Madrigal (2016) afirma que:

En la municipalidad el ambiente es más cerrado. La Nación consultó a la de San José, que en este momento tiene en sus manos una solicitud de patente de este tipo. Julio Cascante, funcionario del departamento de patentes del municipio josefino enfatizó que son ventas ambulantes y que tal como está establecida la normativa no es posible girar el permiso, pues no tienen terreno fijo.

Según comunicación personal con Mónica Albónico propietaria del *food truck* El Camión, realizada en el Festival de Food Truck, el 07 de julio del 2018 en el Parque Viva, en Costa Rica existe un vacío regulatorio para que los *food truck* puedan transitar libremente por las calles del país, por lo que para lograr operar en Costa Rica se ha creado la Asociación Costarricense de Food Truck (Anexo 5) y ante el Ministerio de Salud se solicita el permiso de servicio de comida tipo catering.

El reglamento para los servicios de alimentación al público No 37308-S, declara que el servicio de catering es el "servicio que brindan empresas

especializadas en elaborar, trasladar y servir alimentos al sitio que disponga el cliente, para grupos de personas que participan de un evento” y establece ciertos lineamientos para los catering, especialmente en el capítulo VII de servicio de catering, express y para llevar.

**Artículo 8.- Distribución de áreas.** Los servicios de alimentación al público según se clasifiquen, tendrán claramente definidas las siguientes áreas:

**Figura 11 Distribución del área de catering**

Servicios con área de consumo	Servicios para llevar (ventanas), Express o Catering
Almacenamiento y conservación	almacenamiento y conservación
Preparación de alimentos	preparación de alimentos
Consumo o comedor	servicios sanitarios para los empleados
Servicios sanitarios para los usuarios y empleados no necesariamente independientes. Cuando el local se encuentra en un centro comercial, se aplicará lo establecido en el reglamento de construcciones, publicado en la gaceta N° 56, alcance N° 17 del 22 de marzo de 1983 y sus reformas, Capítulo VIII artículo 8.	

Fuente: Reglamento para los servicios de Alimentación al Público No 37308-S de Costa Rica

**Artículo 54.- Área de preparación.** Aquellos establecimientos que brindan el servicio de catering, "servicio a domicilio" (Express) como única actividad, o de comidas para llevar (ventanas), deben cumplir los mismos requisitos de higiene señalados en el presente decreto, con excepción de los aplicables exclusivamente al área de consumo.

**Artículo 55.- Transporte para servicio de catering.** Respecto a los vehículos destinados para brindar el servicio de catering, deberán poseer las siguientes condiciones:

- a) Conservarse en buen estado de mantenimiento e higiene.
- b) Su carrocería debe ser cerrada de forma que proteja los alimentos del polvo, agua o cualquier contaminante externo.
- c) Los vehículos y/o contenedores térmicos destinados a transportar alimentos calientes deberán estar diseñados para mantener los alimentos a 60 °C o más,
- d) De igual forma cuando se transporta alimentos fríos, la temperatura de éstos debe mantenerse a 5 °C o menos.
- e) Los recipientes utilizados para el transporte de alimentos y que entren en contacto directo con ellos, deben ser de materiales de fácil limpieza y desinfección, impermeables, resistentes a la corrosión (preferiblemente acero inoxidable) y que no transmitan sustancias tóxicas, olores, ni sabores a los mismos.
- f) Los utensilios (vasos, platos, cucharas, cubiertos, tenedores entre otros) y mantelería deberán transportarse debidamente empacados y protegidos de cualquier posible contaminación.

#### 4.1.3 Estudio de mercado – Análisis de la oferta

Para realizar el estudio de oferta se toman como referencia los *food trucks* afiliados a la Asociación Costarricense de Costa Rica, al 30 de junio del 2018, con el fin de analizar el conjunto de empresas que ofrecen servicios iguales.

**Tabla 1 Análisis de la oferta**

Nombre del <i>food truck</i>	Tipo de Comida
Agüizotes	Comida urbana de calidad, cerveza artesanal, hamburguesas y tacos gourmet.
Central <i>Food Truck</i>	sirve almuerzo, cena y bebidas
Bombona La Vocha Crepera	crepas y café
Armonía	Sirve desayuno, almuerzo, cena, bebidas y café.
Fufo's <i>dog</i>	perros calientes
<i>Dr. Grill</i>	oferta de comida asada
<i>Crazy Churros</i>	todo tipo de churro
Costa Rica <i>Catering</i>	comida callejera: tacos, hamburguesas
Él Camión	Tacos ticos, doraditas, nachos y salchipapa.
Garibaldi's	comida mexicana
<i>GrillOut</i>	comida callejera
<i>Go-Fish Seafood Co.</i>	comida de mar
Il Volpino	Pizzería artesanal en comida saludable y gourmet
La Cebichería	pescados y mariscos
La Ricura	comida criolla
<i>Mister Shawarma</i>	<i>Wrap</i> de carne y pollo
Patata	perros calientes y papas fritas
Pipos <i>Dog</i>	Perros calientes
Retro <i>Wings</i> CR	Alitas de pollo
<i>The Kitchen Street Food</i>	Hamburguesas
Cultura del Vino Costa Rica	Vino
La Ventanita Meraki	Comida rápida
<i>Wheelys</i> Café Costa Rica	Café
<i>Wonderbowl</i> Food Truck	<i>Bowl</i> con diferentes sabores y ensaladas
Primavera <i>Fruit Truck</i>	Venta de frutas

Fuente: Asociación Costarricense de *Food Trucks* (Anexo 4)

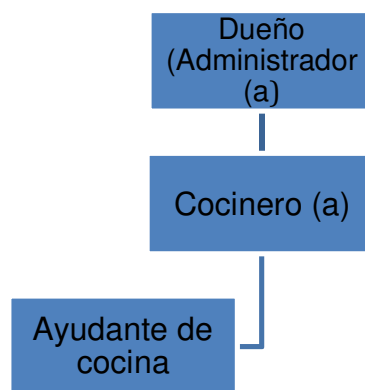
Se detalla de la tabla que existen 25 camiones de comida registrados a la fecha de este estudio, aproximadamente un 90% brindan comida *fast food* o comida tradicional, se identifican dos opciones con comida similar al enfoque de este estudio: la venta de frutas por medio de Primavera *Fruit Truck* y la venta de *bowl* (*Wonderbowl Food Truck*) en diferentes presentaciones, mostrando que no existe competencia directa en un food truck de comida saludable, en sí.

#### 4.1.4 Estudio Técnico – Identificación de recursos humanos y equipos

##### 4.1.4.1 Recursos Humanos

El estudio de la estructura organizacional está asociado con dos factores: el costo y como complemento el logro de los objetivos aquí propuestos.

**Figura 12 Estructura organizacional del food truck**



Fuente: Realización propia del sustentante.

Es importante mencionar que todos los colaboradores requieren del carné de manipuladores de alimentos para servicios de alimentación al público; avalado por el Instituto Nacional de Aprendizaje (INA); por último, los roles son los siguientes:

**Tabla 2 Roles de los colaboradores**

Puesto	Requisitos	Funciones
Dueño - Administrador (a)	Técnico en administrador de negocios con experiencia en el manejo de negocios de restaurantes	Administra el servicio de un <i>food truck</i> , incluyendo la planificación y la administración de personal, compra, almacenaje y venta de productos y servicios, control contable financiero; apoya a la dirección y asegurar la satisfacción del cliente
Cocinero (a)	técnico profesional en gastronomía, con un año de experiencia en la preparación y manejo de cocina	Responsable de la producción de alimentos, planificar los menús, manejo de presupuesto e incluso de la contratación y capacitación del personal de cocina.
Ayudante de Cocina	cocinero ayudante, con experiencia en la preparación de alimentos	Ayudar al cocinero a preparar los alimentos, y entregar la alimentación del cliente.

Fuente: Realización propia del sustentante.

#### 4.1.4.2 Equipamiento del Remolque

Según investigación realizada en Costa Rica, la oferta de remolques está iniciando, el periódico El Financiero (2018) publica el 05 de mayo lo siguiente:

Las agencias de autos costarricenses quieren saborear nuevos ingresos a través de la construcción de *food trucks* (camiones de comida), Grupo Purdy Motor, Grupo Q y Veinsa son algunas de las empresas que detectaron cómo ha aumentado la popularidad de los restaurantes sobre ruedas durante los últimos 4 años

Por lo tanto, se contacta al mercado más inmediato para la importación de estos remolques, que sería México, con gran experiencia en la fabricación de estos remolques, lo que se llama “llave en mano”, y se contacta a la empresa DAMEX (anexo 5), empresa especializada en la fabricación de estos remolques.

Para iniciar con un servicio de food truck, lo primero que se requiere es escoger el remolque, según la información recibida por el proveedor, se analizan los diferentes tipos de remolques y se escoge el **modelo de lujo**, las medidas son 2.20 X 4 metros y están fabricados en acero inoxidable tipo 430 calibre 24. (la lista completa del equipamiento está en el anexo 5)

Otro aspecto para el equipamiento del remolque es la definición del tipo de enfoque de la comida, para esta propuesta se propone un enfoque saludable, por lo que se requerirá la siguiente dotación de equipo, como se puede observar en la figura 11.

**Tabla 3 Equipamiento del Remolque**

Mesa de trabajo	Parrilla con 4 quemadores
Plancha con contorno	Mesa fría de 15 insertos con tapa
Campana	Baño maría de 9 insertos con tapa

Fuente: Realización propia del sustentante.

La siguiente figura muestra como luce el *food truck* por dentro:

**Figura 13 Foto del foodtruck por dentro**



Fuente: Damex Productos de Acero

#### 4.1.5 Estudio Financiero - Estado Financiero de Iniciación

Tomando como referencia el equipamiento que se requiere para la creación de un *food truck*, en el presente apartado se analizará el costo de la adquisición de este equipo. La inversión inicial es la siguiente:

**Tabla 4 Identificación de los costos del equipamiento**

**Estado financiero de iniciación  
Al 30 de junio 2018**

Costo del Remolque (IVA incluido)	¢14,079,227.60
Servicio de importación (\$350)	199,517.50
Impuestos de importación (24,30%) (Suma del costo + seguro + flete internacional)	3,421,252.31
<b>Costo total del remolque</b>	<b>¢17,699,997.40</b>
(+) Gasto de accesorios (acondicionamiento) IVI	800,000.00
(+) Capital de Trabajo	3,996,000.00
<b>Total</b>	<b>¢22,495,997.40</b>

Tipo de cambio utilizado ¢570.05 del 28 de junio del 2018

Fuente: Realización propia. Investigación realizada por el sustentante. El respaldo de esta información está en el anexo 6

**Nota No1. Gastos de accesorios (acondicionamiento).** En este rubro se contempla la adquisición de hardware y software especializado para este negocio, tal como es un software de contabilidad en línea y un CPU de POS (punto de venta).

**Nota No2. Capital de Trabajo.** Para este rubro se deja un fondo económico que se utilizará para la operación corriente del negocio, así como un fondo para el pago de los espacios para la participación en festivales.

Conforme a los datos descritos en la tabla anterior, para iniciar con este servicio de comida se requiere la suma de ¢22,495,997.40, para gestar este proyecto se solicitará un préstamo por la suma de ¢17,000,000.00 monto total a 96 meses y la diferencia será aportada por los inversionistas.

#### 4.1.6 Estudio Financiero - Estado de Resultados Projectado

Toda empresa es creada con la finalidad de generar una utilidad económica, si el nivel de ingresos supera el nivel de gastos, se nota que la empresa obtuvo una utilidad. Con el fin de medir el criterio de aceptación o rechazo de este proyecto de inversión, se inicia con la construcción del estado de resultados proyectado para los siguientes 5 años de operación, dicha proyección es la siguiente:

**Tabla 5 Estado de Resultados Projectado**  
**Al 30 de junio 2018**

	Estado de Resultados Food Truck Comida Saludable 30 de junio 2018					
	AÑO 0	AÑO 1 Acumulado	AÑO 2 Acumulado	AÑO 3 Acumulado	AÑO 4 Acumulado	AÑO 5 Acumulado
<b>Estado de Resultados:</b>						
<b>Ingresos:</b>						
<b>Nacional:</b>						
Ingresos por productos		53,667,785.55	59,357,328.41	74,014,182.08	83,613,414.72	83,613,414.72
<b>Total Ingresos</b>		<b>53,667,785.55</b>	<b>59,357,328.41</b>	<b>74,014,182.08</b>	<b>83,613,414.72</b>	<b>83,613,414.72</b>
<b>%Gastos variables</b>						
<b>Egresos:</b>						
Equipo Remolque	-17,669,997.40	-	-	-	-	-
Gastos fijos		7,162,796.57	7,487,377.10	7,826,665.93	8,181,329.55	8,552,064.67
Sueldos y salarios		15,363,798.88	15,432,905.39	19,500,725.68	19,980,687.31	19,980,687.31
Provision laborales		5,294,365.09	5,318,179.20	6,719,950.07	6,885,344.85	6,885,344.85
Gastos Variables		18,667,430.04	19,926,436.26	23,980,398.39	26,677,374.10	26,677,374.10
Otros (Gtos de Venta, etc.)		720,000.00	840,000.00	960,000.00	960,000.00	1,080,000.00
Gastos de acondicionamiento	-800,000.00	-	-	-	-	-
Capital de trabajo	-3,996,000.00	-	-	-	-	-
<b>Total costos</b>		<b>43,163,102.34</b>	<b>49,004,897.94</b>	<b>58,987,740.06</b>	<b>62,684,735.81</b>	<b>63,175,470.93</b>
<b>Utilidad antes de I.I.D.A.</b>		<b>10,504,683.21</b>	<b>10,352,430.47</b>	<b>15,026,442.02</b>	<b>20,928,678.91</b>	<b>20,437,943.79</b>
Depreciación y Amortización		(1,964,499.74)	(1,964,499.74)	(1,964,499.74)	(1,964,499.74)	(1,964,499.74)
<b>Utilidad (perdida) de Operación</b>		<b>12,469,182.95</b>	<b>12,316,930.21</b>	<b>16,990,941.76</b>	<b>22,893,178.65</b>	<b>22,402,443.53</b>
Gastos financieros corto plazo		(3,105,057.72)	(3,105,057.72)	(3,105,057.72)	(3,105,057.72)	(2,846,302.91)
<b>Utilidad antes de impuestos</b>		<b>9,364,125.23</b>	<b>9,211,872.49</b>	<b>13,885,884.04</b>	<b>19,788,120.93</b>	<b>19,556,140.62</b>
Impuesto sobre la renta ISR (13%)		1,217,336.28	1,197,543.42	1,805,164.92	2,572,455.72	2,542,298.28
<b>Utilidad (pérdida neta)</b>		<b>8,146,788.95</b>	<b>8,014,329.06</b>	<b>12,080,719.11</b>	<b>17,215,665.21</b>	<b>17,013,842.34</b>
<b>Margen de utilidades netas:</b>		<b>15%</b>	<b>14%</b>	<b>16%</b>	<b>21%</b>	<b>20%</b>
<b>Periodo de recuperación</b>	22,465,997.40	14,319,208.45	6,304,879.39	1.92		
<b>Tiempo</b>		1.00	2.00	0.16		

Fuente: Realización propia realizada por el sustentante.

Es importante aclarar que existen diferentes formas de medir el valor de una empresa, tal y como se mencionó anteriormente, para esta investigación se modela en primer lugar, un estado de resultados proyectado a cinco años, se puede observar que, en términos de margen de utilidad neta, la proyección del negocio para los cinco años refleja una utilidad positiva.

Así que, con los datos del margen de utilidad de los periodos descritos en la tabla 3 estados de resultados proyectados, se toman como insumo estos datos para la construcción del TIR.

Tal y como se definió anteriormente, la tasa de rendimiento interno (TIR) será tomada como criterio de aceptación y rechazo para el proyecto de inversión; según el análisis realizado, el resultado del TIR según el estado de resultados proyectado es de un 38,85%, por lo tanto, el proyecto de inversión es aceptado.

**Tabla 6 Cálculo de TIR para decisión de inversión**

Nombre del proyecto a Evaluar	Food Truck
Tasa de descuento	15%

Food Truck	
Período	Flujo de Fondos
0	-22,465,997.40
1	8,146,788.95
2	8,014,329.06
3	12,080,719.11
4	17,215,665.21
5	17,013,842.34

**Resultado** →

Food Truck	
TIR	38.85%
VAN	16,923,419.04

Finalmente, como complemento para la toma de decisiones en la creación de la empresa, se puede rescatar que el periodo de recuperación de la inversión inicial es de 2 años y 0.16 meses; adicionalmente el valor actual de la inversión (VAN) es mayor a cero, es decir, el monto resultante es ¢16,923,419.04, dando como indicador que el proyecto es factible.

## **CAPÍTULO V: CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

## 5.1 CONCLUSIONES

Dentro del análisis expuesto, es imperante la inmediatez en todos los servicios que el consumidor de hoy requiere. Es de especial atención para esta investigación los hábitos alimenticios, ya que dentro de la problematización que se expone, las estadísticas demuestran que la obesidad en el mundo aumenta 12.80% por año. De este modo, se crea la idea de ofrecer un servicio de comida tipo *food truck* con un enfoque saludable, con el fin de fusionar dos conceptos importantes para el consumidor: rapidez en la preparación de comidas y la nutrición balanceada.

Por lo tanto, con el fin de iniciar la toma de decisiones en la creación de este tipo de servicio de comida, y con los datos arrojados por el estudio de mercado, se evidencia que el sector está en su etapa de desarrollo e introducción, ya que se estima que sus orígenes en Costa Rica, nacen en el 2016; es importante mencionar que para que el servicio continúe a la etapa de crecimiento, existe una barrera legal, el vacío en la Ley General de Salud para el establecimiento de ventas ambulantes, las cuales son prohibidas.

Otro factor importante en este estudio es la población objetivo, los resultados arrojaron que el mercado meta está comprendida por la Generación X y la Generación Millenials que abarcan edades entre los 19 hasta los 49 años; en cuanto a la competencia, existe una Asociación Costarricense de *Food Truck* que agremia a los *food trucks* que cuenten con un remolque listo para operar, actualmente se encuentran asociados un aproximado de 25 *food trucks* que dan sus servicios en festivales, conciertos, actividades privadas tanto familiares como

empresariales; razón por la cual, solo el 51% de los encuestados han utilizado este servicio de comida, a pesar de que el 86% conocen el término de food truck.

Con relación al mercado de comidas saludables de tipo *food truck*, en el área metropolitana de Costa Rica y tomando como referencia los food trucks que se encuentran bajo la Asociación de Food Trucks, existe una gran oportunidad de crecimiento, ya que solamente un remolque ofrece comida saludable y está dirigido directamente a la venta de frutas.

Con respecto a qué tan aceptable es la comida tipo *food truck*, el 86% de los encuestados conocen el servicio de *food truck*, lo que demuestra la popularidad de este tipo de servicio de comida en Costa Rica; del mismo modo en cuanto a qué tan aceptable es la comida tipo food truck y comida saludable en la población en estudio, se puede determinar que un 93% de los encuestados comprarían el producto si se le ofrece un servicio de comida food truck con enfoque en comida saludable, esta es la punta de lanza para la creación de servicio de comida; es importante mencionar que, la alimentación evoluciona con el tiempo y se ve influida por muchos factores, para este caso existen dos mercados metas: la generación X que debemos de segmentarla en aquellos consumidores súper informados, que utilicen las redes sociales para buscar alternativas de comida saludable; al mismo tiempo, tenemos la generación *Millenials*, esta es la generación que está iniciando tendencias y para esta es importante todo lo *ecofriendly*.

Para finalizar, en relación con el análisis financiero para definir cuáles son los recursos económicos y financieros, se puede concertar que en la parte económica, en el sector bancario existen diferentes opciones de financiación con tasas diferenciadoras y beneficiosas para las empresas pequeñas y medianas (pymes); y si se cumple con los requisitos de estas entidades, es posible la adquisición de la maquinaria y equipos requeridos para la creación del servicio de comida tipo food truck; así como de la organización del personal que se exige para la obtención de los resultados deseados, es decir, la dotación de equipos y de recursos humanos es posible, lo cual hace factible la creación de este servicio de comida.

Por su lado en el análisis financiero, se fijó como el criterio de aceptación del proyecto que el indicador del TIR sea superior al 30%, según el análisis realizado, el resultado de esta tasa es de un 38,85%. Este resultado es positivo para los inversionistas, ya que cumple con las expectativas para que el proyecto de inversión sea factible. Si se analiza adicionalmente, se puede decir que el periodo de recuperación, es decir el regreso de la inversión inicial, es de 2 años y 10 meses.

En conclusión, se puede determinar que el grado de factibilidad para la creación de un servicio de comida tipo food truck con enfoque en comida saludable para la gran área metropolitana de Costa Rica, para el primer semestre del 2018 es positivo, según los resultados reflejados en el estudio de mercado, estudio técnico y el estudio económico y financiero que se llevó a cabo en esta investigación.

## 5.2 RECOMENDACIONES

En la investigación realizada se comprueba que el término *food trucks* es reconocido; sin embargo, es importante llevar a cabo estrategias de promoción, con el fin de crear la necesidad en el consumidor al que le gusta salir a comer, el buscar los sitios donde se aglomeran los remolques para ofrecer los servicios de comida; incluso conseguir un buen posicionamiento en el mercado costarricense.

Por otro lado, es importante que los propietarios de *food trucks* sigan de cerca el proyecto de Ley que se encuentra en la Asamblea Legislativa, “adición del artículo 218 bis a la Ley General de Salud expediente 20059” para autorizar las ventas ambulantes, con las condiciones adecuadas en lugares públicos.

Para crear una mayor disposición a que los consumidores acepten la comida saludable y el concepto de *food truck*, se deben diseñar estrategias para que se distinga una percepción de valor al consumir una alimentación saludable; haciendo uso de testimoniales y poniendo en práctica el concepto de “prueba social”, aumentando el valor percibido de sus productos o servicios por medio de las redes sociales del *food truck*.

En el aspecto financiero, se debe de realizar una gestión de compras óptima, ya que los proveedores forman parte esencial de los gastos variables; a este rubro se le debe prestar especial atención para la toma de decisiones oportuna, así como para evaluar en cuáles eventos se estará participando para anticipar eventos que generen ganancias y no pérdidas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

## BIBLIOGRAFÍA

- AFP. (2016). Negocio de Food Trucks avanza sobre ruedas a Costa Rica. 18 de mayo del 2018, de El Financiero Sitio web: <https://www.elfinancierocr.com/negocios/negocio-de-food-trucks-avanza-sobre-ruedas-a-costa-rica/NUVOFWQ3U5BXPJEN6753FOJSW4/story/>
- Águeda, T. y Molina, A. (2014). *Investigación de Mercados*. 1era Edición. España: ESIC Editorial.
- Álvarez, A. (2014). *La dieta alcalina*. 18 de febrero 2018, de Hablando de Nutrición Sitio web: <https://hablandodenutricion.com/2014/06/16/la-dieta-alcalina/>
- Álvarez Venegas, R.; Paredes Hernández, L. y Arteaga Pérez, J. (2015). *Guía Metodológica para la elaboración de proyectos de investigación en posgrado* 1ª ed. México: Centro de Producción Editorial.
- Andrade, A (2014). *La Alimentación Ecológica, Agricultura Ecológica, Huertos Urbanos y Sostenibilidad*. ISBN: 978-1503169036
- Artal, M; (2011) *Dirección de Ventas*. 10ª Edición. Madrid. ESIC.
- Bernal, C. (2016). *Metodología de la investigación*. 4a. Edición: Pearson Educación.
- Brown, J. (2014). *Nutrición en las diferentes etapas de la vida*. (5a. ed.) McGraw-Hill Interamericana.
- Cajal, M. (2014). Millenials, generación X, baby Boomers: ¿Cómo se comportan online? 15 de julio del 2018, de Blog Cajal Mabel Sitio web: <https://www.mabelcajal.com/2014/12/millennials-generacion-x-baby-boomers-como-se-comportan-online.html/>
- Calleja, F. (2014). *Contabilidad administrativa*. 2da Edición. : Pearson.
- Chiong, J. (2015). *Plan de Negocios para la creación de una cadena de restaurantes de tipo "food truck (s)" con enfoque en comida rápida y saludable en Nicaragua*. (Tesis inédita de maestría). Universidad de Chile, Santiago de Chile.
- Corrett, N y Edgson, V. (2017). *La cocina alcalina*. Primera Edición. España: Blume
- Facal, Teresa (2015). *Guía para elaborar un proyecto de investigación social*. Primera Edición. Madrid: Ediciones Paraninfo

- Fallas Villalobos Cristina. (2018). El nuevo negocio de las agencias de vehículos ticas. El Financiero, <https://www.pressreader.com/costa-rica/el-financiero-costa-rica/20180505/281505046846567>
- Fischer, L. y Espejo, J. (2017). *Mercadotecnia*. 5ta Edición. México: Mcgraw Hill Education.
- Fischer, L. y Espejo, J. (2017). *Introducción a la Investigación de Mercados*. 4ta Edición. México: Mcgraw Hill Education
- Flórez, J. (2015). *Proyectos de inversión para las PYME*. 3ra Edición. Ecoe Ediciones: Bogotá
- García, García & Gil (2016). *Operaciones básicas y servicios en restaurantes y eventos especiales*. 2da edición. Madrid: Ediciones Paraninfo, SA
- González, A. (2017). *food trucks en Costa Rica: la conquista callejera*. 18 de mayo 2018, de Revista Perfil Sitio web: <https://www.revistaperfil.com/vida/gastronomia/food-trucks-en-costa-rica-la-conquista-callejera/FQVDYWFBBJF3ZHUW44VZN62LMU/story/>
- Guardamino, R.; Paredes, E. y Tocón, M. (2016). Plan de Negocio para Healthy Van, Cadena de food truck Saludable. (Tesis inédita de maestría). Universidad del Pacífico, Perú.
- Gutiérrez, H. (2013). Control estadístico de la calidad y Seis Sigma.(3a. ed.) McGraw-Hill Interamericana. Tomado de <http://201.195.87.22:2222>
- Haas, L. (2017). *Básicos para un estilo de vida vegano: Cómo vivir sin carne y sin productos lácteos*. 1era edición. Distribuido por Babelcube, Inc.
- Hernández Sampieri, R.; Fernández Collado, C. y Baptista Lucio, M (2014). Metodología de la Investigación 6ª ed. México: Mcgraw Hill Education
- Lénárt, G. (2015). *Alcalinización con Alimentos Crudos*. 2da Edición. Editorial Edaf, S.L.U, Hungría
- Ley No 5395. Ley General de la Salud. Sistema Costarricense de Información Jurídica. Procuraduría General de la República, Costa Rica, 1974.
- Luke, Arthur. (2018). Diferencia entre una cadena y un restaurante franquiciado. 18 de febrero 2018, de La Voz de Houston Sitio web: <https://pyme.lavoztx.com/diferencia-entre-una-cadena-y-un-restaurante-franquiciado-8481.html>

- Madrigal, R, (2016). 'food trucks' operan con restricciones por vacío regulatorio. 18 de mayo 2018, de La Nación Sitio web: <https://www.nacion.com/economia/negocios/food-trucks-operan-con-restricciones-por-vacio-regulatorio/Y3SBATFNFJCOPDWJPQMS74ILAI/story/>
- Martínez, H. (2012). Metodología de la investigación. (1a. ed.) Cengage. Página Cover 118. Tomado de <http://201.195.87.22:2222>
- Meza, J (2016). Evaluación financiera de proyectos. 3era edición. Ecoe Ediciones: Bogotá.
- Ministerio de salud. (2018). Reglamento para los Servicios de Alimentación al Público No 37308-S. 15 de julio 2018, de Sistema Costarricense de Información Jurídica Sitio web: [http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm\\_texto\\_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=73436&nValor3=90132&strTipM=TC](http://www.pgrweb.go.cr/scij/Busqueda/Normativa/Normas/nrm_texto_completo.aspx?param1=NRTC&nValor1=1&nValor2=73436&nValor3=90132&strTipM=TC)
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). "Título del artículo". El estado de la seguridad alimentaria y la nutrición en el mundo. Volumen 2017: 20-22.
- Paba, P & Rodríguez (2014) Guía práctica para la presentación de informes de investigación y artículos científicos: (Normas APA 6 Ed.). 2a. ed. -- Santa Marta, Universidad del Magdalena.
- Pacheco, C & Pérez, G (2018). El Proyecto de Inversión como estrategia comercial. 2da Edición. Instituto Mexicano de Contadores Públicos: Ciudad de México.
- Pazos, E. (2014). Comunicación Escrita 6ª ed. San José: Ed. Secade.
- Pedraza Rendón O. (2014). Modelo del Plan de Negocios, para la micro y pequeña empresa. Primera Edición. México: Editorial Patria. SA de CV.
- Prieto Sierra, C. (2017). Emprendimiento, Conceptos y plan de negocios. 2da Edición. México: Pearson Educación de México S.A de CV
- Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible de Costa Rica (2015). Ordenamiento Territorial: Implicaciones para el Desarrollo Humano. Volumen: Vigésimo primer Informe Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible
- Ramírez, D. (2013). Contabilidad Administrativa. Novena Edición. México: Mcgraw Hill Education.

- Recursos y Negocios.com. (2018). ¿Qué es la Rentabilidad y Utilidad de un Negocio? 18 de febrero 2018, de Recursos y Negocios.com Sitio web: <http://www.recursosynegocios.com/que-es-la-rentabilidad-y-utilidad-de-un-negocio/>
- Rodríguez, F., (2018) Formulación y evaluación de proyectos de inversión., Una propuesta metodológica. Primera Edición. México: Instituto Mexicano de Contadores Públicos, A.C.
- Sainz de Vicuña Ancín, J. (2017). El Plan estratégico en la práctica. 5ta Edición. Madrid: Business&Marketingschool
- Thompson, J; M. Manore, M y Vaughan, L. (2014). Nutrición. Décima edición. España: Pearson
- Villafranco, Gerardo. (2014). food trucks, tendencia culinaria sobre ruedas. 18 de febrero 2018, de Forbes México Sitio web: <https://www.forbes.com.mx/food-trucks-tendencia-culinaria-sobre-ruedas/>
- Yáñez, Alba (2016). Foodtrucks, Comida de autor sobre ruedas. Primera Edición. Barcelona: Editorial Planeta, S. A.,

## **GLOSARIO**

## GLOSARIO

**Acotar.** Establecer o marcar los límites de una realidad material o inmaterial.

**Anglicismo.** Palabra, expresión o giro procedentes de la lengua inglesa que se usan en otro idioma.

**Calorías.** Unidad de medida de la cantidad de energía abastecida por los alimentos. También se le conoce como kilocaloría (kcal) o la gran caloría.

**Candidiasis.** Enfermedad infecciosa de la piel y de las mucosas causadas por un hongo.

**Corrimiento.** Deslizamiento de un estrato de la tierra sobre otro.

**Dicotomía** División en dos partes.

**Evocar.** Recordar algo percibido, aprendido o conocido.

**Foodie.** Es un término actual con el cual una persona se describe como **fanática** del comer y del beber, no es como el término de un “**Gourmet**” el cual está relacionado con la buena vida y estilos en general. Los Foodies son grupos especializados que buscan la buena comida y el buen beber no necesariamente en los lugares más lujosos y conocidos.

**Inseguridad alimentaria.** Disponibilidad alimentaria o incierta de alimentos nutritivos, o de la capacidad de adquirirlos de maneras aceptables.

**Manipulador de Alimentos.** Persona que, por su actividad laboral, tiene contacto directo o mediante instrumentos o artefactos con los alimentos durante su preparación, elaboración, envasado, almacenamiento, transporte, distribución, venta, suministro y servicio.

**Nutrientes.** Sustancias químicas de los alimentos que el cuerpo utiliza para su crecimiento y salud.

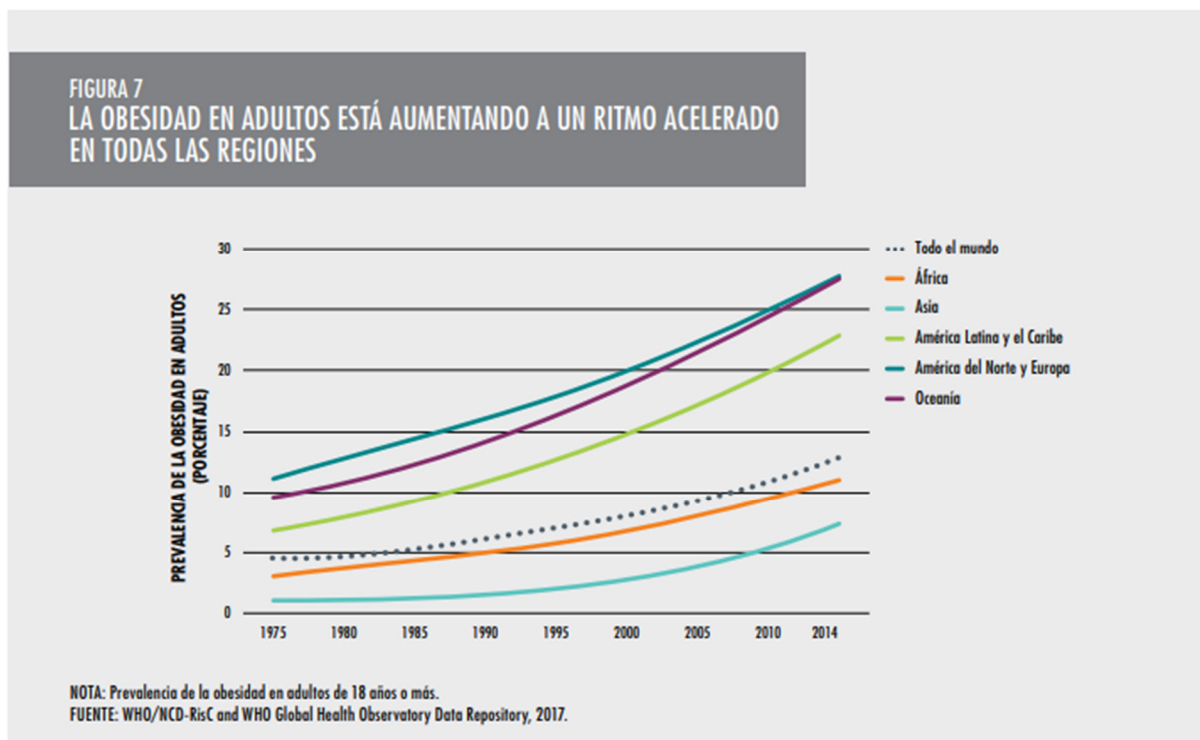
**Periplo.** Viaje largo por numerosos países.

**Seguridad alimentaria.** Acceso permanente a una fuente suficiente de alimentos seguros y nutritivos.

## **ANEXOS**

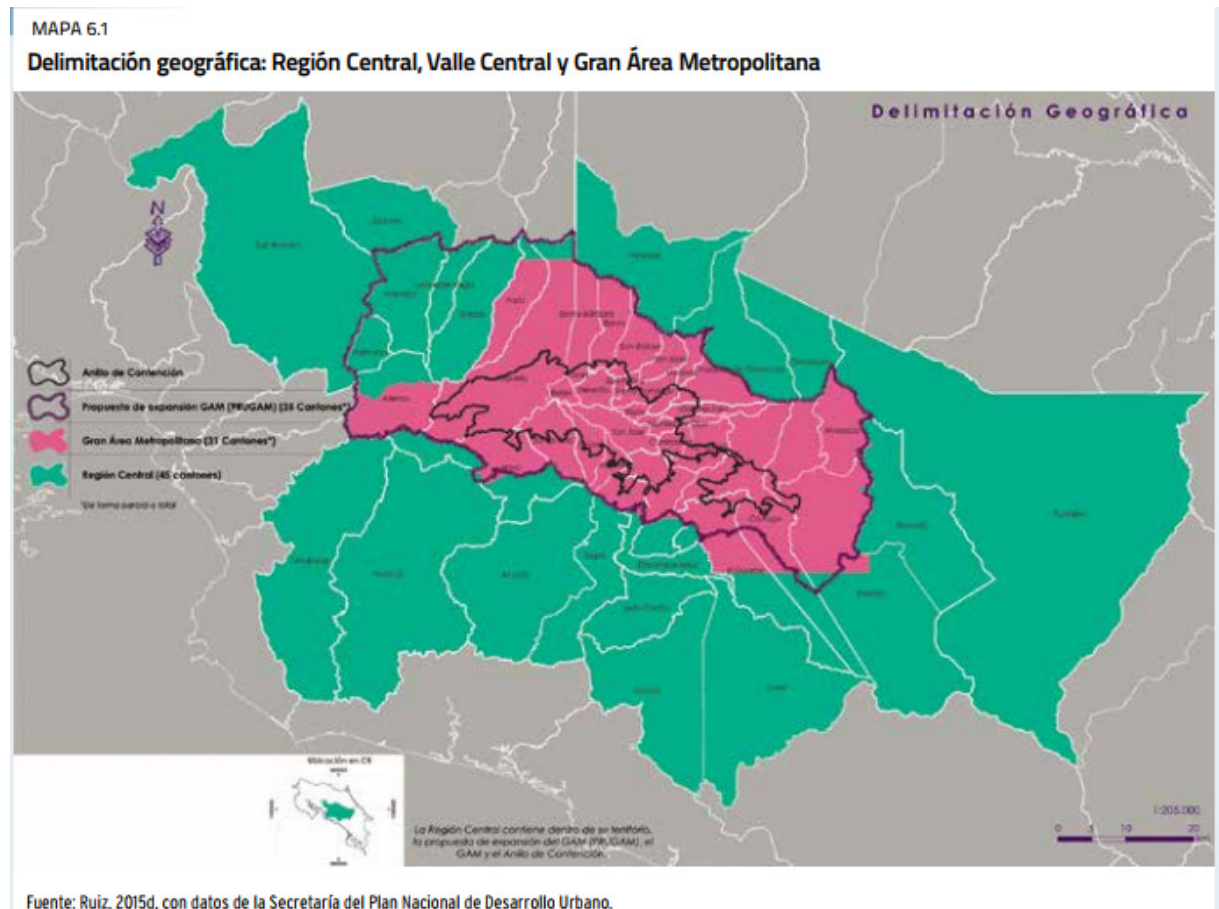
## Anexo 1

Figura 7  
La Obesidad en adultos está aumentando a un ritmo acelerado  
Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura  
2017



Anexo 2

Delimitación Geográfica: Región Central, Valle Central y GAM  
 Estado de la Nación  
 P. 282



## Anexo 3



## Cuestionario para consumidores Food Truck

Estimada red, estamos realizando una encuesta de investigación de mercado, le tardara contestarla dos minutos, esta encuesta es con fines académicos, nos interesa conocer su opinión, la información que nos proporcione será para completar nuestra investigación de grado.

**\*Obligatorio**

### Selección única

Conoce ¿qué es el servicio de Food Truck? \*

No

Sí

¿Ha utilizado este servicio de comida en Costa Rica? \*

No

Sí

¿Con qué frecuencia al mes utiliza el servicio de food truck en Costa Rica? \*

- Una vez al mes
- más de una vez al mes
- en festivales o actividades privadas
- no he recibido este servicio

SIGUIENTE



Página 1 de 3

# Cuestionario para consumidores Food Truck

\*Obligatorio

## Descripción del Producto

¿Considera que sólo la comida chatarra es comida rápida? \*

Sí

No

¿Ha escuchado del concepto de comida saludable? \*

Sí

No

Si se le ofrece un servicio de comida Food Truck (servicio de comida brindado por un camión) con enfoque en comida saludable, ¿Ud. compraría este producto? \*

No

Sí

¿Si el precio del producto es entre ₡3,500 y ₡5,000, Ud. cree que el precio es muy alto, justo o bajo? \*

- alto
- justo
- bajo

[ATRÁS](#)[SIGUIENTE](#)

Página 2 de 3

# Cuestionario para consumidores Food Truck

\*Obligatorio

## Perfil

### Edad \*

- menor de 18 años
- de 19 años a 35 años
- de 36 años a 49 años
- más de 50 años

### Ingreso mensual \*

- entre ₡250,000 y ₡800,000
- más de ₡800,000

**Lugar de Residencia \***

- Heredia
- San José
- Cartago
- Alajuela
- Fuera de la gran área metropolitana

[ATRÁS](#)[ENVIAR](#) Página 3 de 3

Este contenido no ha sido creado ni aprobado por Google. [Informar sobre abusos](#) - [Condiciones del servicio](#) - [Otros términos](#)

Google Formularios

## Anexo 4

Foodtrucks CR <info@foodtruckscr.com>

22 jun.

para mí

¡Hola!

Muchas gracias por escribirnos, le estaremos respondiendo lo mas pronto posible. Sin embargo, le brindamos información básica de la Asociación Costarricense de Foodtrucks por si contesta alguna de sus preguntas.

Nuestra asociación nace con la intención de fomentar de manera activa la cultura de los 'foodtrucks' en nuestro país e impulsar un estilo de negocio diverso. Hemos estado trabajando arduamente con marcas, empresas, ofiencentros, zonas francas y productoras de eventos, con la finalidad brindarle al consumidor una experiencia gastronómica innovadora.

Por el momento, la Asociación Costarricense de Foodtrucks, NO tiene un documento explícito con el cual pueda brindar información o asesorías sobre como obtener o acondicionar un camión, así como las guías de permisos municipales o legales.

Si desea ser parte de la Asociación, su negocio debe cumplir con nuestro reglamento, donde el requisito principal es contar con un foodtruck o remolque listo para operar o con un avance del 100% total del proyecto.

De la misma manera, si lo que busca es una cotización o información sobre nuestros asociados, puede visitar las páginas de cada uno.

### FOODTRUCKS ASOCIADOS

- Aguzotes
- Armonía
- Bombona La Vocha Crepera
- Central Truck
- Costa Rica Catering
- Crazy Churros
- Dr. Grill
- El Camión
- Fufo's Dog
- Garibaldi's
- Grill Out
- GoFish
- Il Volpino
- La Cebichería
- La Ricura
- Mr Shawarma
- Papata
- Pupos Dog
- Primavera Fruit Truck
- RetroWings
- The Kitchen
- Uva Nómada
- Ventanita Meraki
- Wheelys Café

- Wonderbowl  
Anexo 5

## Correo recibido de DAMEX empresa especializada en la fabricación de remolques



Sandra Valverde <sanvalcor@gmail.com>

### REMOLQUES

2 mensajes

Damex Inoxidables <damexinoxidables@gmail.com>  
Para: sanvalcor@gmail.com

27 de junio de 2018, 12:03

Buenas Tardes;

Le adjunto aquí los modelos de remolques que fabricamos, así como sus especificaciones y sus precios, así mismo le comento que los remolques le incluyen 4 servicios a elegir y 1 tarja, solo es necesario nos indique que es lo que necesita para su remolque y se le cotizamos.

Así mismo hago de su conocimiento que se le puede mandar a realizar con nuestro diseñador un diseño digital con la distribución interna de su remolque, este servicio tiene un costo de \$2,000.00., misma cantidad que se le será bonificada al momento del pago final de su compra.

El precio no incluye refrigeradores, generadores u hornos. Si los necesitas podemos hacerte espacio para incluirlos y usted tendría que conseguirlos.

Quedamos en espera de su amable respuesta, cualquier duda o aclaración quedo a sus órdenes.

MARISSA LÓPEZ  
CEL. 33-35-98-23-87  
OFICINA: 16418003 Y 15247494  
AREA DE VENTAS  
HORARIO 9:30 AM - 5:00 PM  
LUNES A VIERNES



5 archivos adjuntos

MODELO REMOLQUE 2.20 X 4 MTRS.docx  
6032K

Para complementar el equipo que se requiere para operar el *foodtruck* es lo siguiente:

### Tabla de Equipo adicional para acondicionar el Remolque

Tarja doble (fregadero)	Centro de carga para tres circuitos. Circuito para los contactos, circuito para microondas y refrigerador, circuito para el alumbrado interior y exterior
Gabinetes de acero inoxidable.	Piso de aluminio higiénico antiderrapante.
Repisas	Alacenas (si es que van incluidas) de acero inoxidable.
Sistema de agua potable a base de presurizador bajo controlador electrónico.	Puertas de los gabinetes con bisagras autocerrables tipo europeo.
Depósito de agua limpia de acero inoxidable con válvulas de llenado y desazolve, capacidad 100 lts.	Cajoneras de acero inoxidable con correderas a base de valeros de alta capacidad.
Sistema de agua sucia y plomería completa	Paredes Interiores y exteriores cubiertas con acero inoxidable.
Depósito de agua sucia, de acero inoxidable con válvulas de llenado y desazolve, capacidad 100 lts.	Frenos controlados por una computadora que se instala enfrente del lado del chofer. Suspensión extra suave y segura.
Instalación eléctrica a base de 3 hilos (Tierra es el tercer hilo)	Alas que cubren las ventanas con marcos de acero inoxidable.
Esquineros de carrocería en acero inoxidable.	

## Anexo 6

## Acondicionamiento del Food Truck


## a) Compra del Remolque



MODELO DE LUJO

PRECIO \$ 400,000.00 MXN + IVA

MEDIDAS: 2.20 X 4 MTRS.


**EXCHANGE-RATES.ORG**  
 TASAS DE CAMBIO MUNDIALES  
 Y CONVERTIDOR DE MONEDAS

TASAS DE CAMBIO / CONVERTIR PESOS MEXICANOS A COLONES COSTARRICENSES

**TUS AVENTURAS CÓMPRALAS  
CON PAYPAL**

**Resultados**

<b>400.000,00 MXN</b>	<b>=</b>	<b>12.137.265,26 CRC</b>
Peso Mexicano (MXN)		Colón Costarricense (CRC)
1 MXN = 30,3432 CRC		1 CRC = 0,03296 MXN

Otra Conversión? >

26/07/2018 20:04

En México la Ley del Impuesto del **Valor Agregado** determina que el IVA tiene una tasa del 16% (vigente desde 2014). De acuerdo con un estudio de Baker & McKenzie, el promedio del IVA que se **cobra** en todo el mundo es del 15%, mientras la media en América Latina está en el 9 por ciento. 6 ene. 2017

¿Qué es el IVA? | Dinero en Imagen.com  
<https://www.dineroenimagen.com/2017-01-06/82094>



## b) Importación del remolque

Cotización ■ Recibidos x

**Jose Rodolfo Vargas** <operaciones3@selconsa.com> 23 jul. (hace 6 días) ☆

para mí ▾

Saludos Sandra, hemos recibido su consulta sobre el remolque para Food Truck, es preciso nos indique si el remolque es del tipo normal, para halar con otro vehículo, o del tipo que se puede conducir solo, es decir, el que el remolque y vehículo son uno solo.

Saludos cordiales // Best regards



**Jose Rodolfo Vargas**  
*Asistente de Agente de Aduana*  
**Selconsa Agencia de Aduana**  
 Paseo Colon, San José, Costa Rica

**Phone:** + 506 - 2222 - 0170  
**Fax:** + 506 - 2222 - 0224  
**Email:** operaciones3@selgrouppcr.com  
 Email: operaciones3@selconsa.com  
**Web side:** www.selgrouppcr.com

**Sandra Valverde** 23 jul. (hace 6 días) ☆

Gracias José, el remolque que deseo traer es para halar con otro vehículo. Gr...

**Jose Rodolfo Vargas** 23 jul. (hace 6 días) ☆

para mí ▾

El costo de nuestro servicio es de \$350 dólares más el impuestos de ventas, con respecto a los impuestos que paga el remolque seria aproximadamente 24,30% del valor CIF (Suma del costo + seguro + flete internacional).  
 Los documentos necesarios para la nacionalización son el título de propiedad y el Conocimiento de embarque, ambos deben ser los documentos originales y a nombre de la persona que desea realizar la importación.  
 Además de esto es necesario algunas variables como la marca y el número de VIN del remolque.

Cualquier consulta estamos para servirle.

Saludos cordiales // Best regards

## c) Tipo de Cambio de Compra 28 de junio 2018

### Tipo cambio de compra y de venta del dólar de los Estados Unidos de América

Referencia del Banco Central de Costa Rica  
 En colones costarricenses

	TIPO CAMBIO COMPRA	TIPO DE CAMBIO VENTA
28 Jun 2018	564,74	570,05

Fuente: Banco Central de Costa Rica

#### Notas:

- n1/ Hasta el 10-11-1983 corresponden al denominado Mercado Interbancario.
- n2/ Del 11-11-1983 al 1-03-1992 corresponden al denominado Mercado Libre Interbancario.
- n3/ A partir del 2-03-1992 entró en vigencia el denominado Tipo de Cambio de Referencia del Banco Central de Costa Rica.
- n4/ Para efectos del tipo de cambio expresado como promedio mensual, favor consultar la temática del Sector Externo, subtemática Tipo de Cambio y Mercado Cambiario
- n5/ Metodología para el cálculo del tipo de cambio de referencia (Artículo 9 del Reglamento para las operaciones cambiarias de contado)

## d) Comparación de la opción de financiamiento

Calculadora Colones BCR:

17,000,000.00

Aceleración empresas mes 1 al mes 84

8

**CALCULAR MENSUALIDAD**

**Resultado**

258,754.81

Cerrar

Fuente: consultado el 26 de junio del 2018.

## e) Software de contabilidad, facturación e inventario

CONTABILIDAD PARA NEGOCIOS O PERSONAS

¡Dora, tu contadora! Software Contable 100% web para Costa Rica

Solución "todo en uno" para tus necesidades contables y de facturación. Siempre disponible en línea, diseñada para tu computadora o dispositivo móvil. Lo mejor de todo es que inicar es GRATIS! No tienes que pagar nada, simplemente crea tu cuenta y empieza a trabajar.

**EMPIEZA A USAR DORALCR GRATIS >>**

O sigue el curso de capacitación en línea GRATIS 2018

Gratis!	\$15.000	\$38.000
por mes	por mes	por mes
<ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad Completa</li> <li>Balances y Cartera</li> <li>Facturación, Compras y Gastos</li> <li>Control de Costo e Inventarios</li> <li>Presupuesto y Boletín de Pago</li> <li>Control de Mandos y Reportes</li> <li>Control de Costo</li> <li>Hasta 300 movimientos por mes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad Completa</li> <li>Balances y Cartera</li> <li>Facturación, Compras y Gastos</li> <li>Control de Costo e Inventarios</li> <li>Presupuesto y Boletín de Pago</li> <li>Control de Mandos y Reportes</li> <li>Control de Costo</li> <li>Hasta 1000 movimientos por mes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contabilidad Completa</li> <li>Balances y Cartera</li> <li>Facturación, Compras y Gastos</li> <li>Control de Costo e Inventarios</li> <li>Presupuesto y Boletín de Pago</li> <li>Control de Mandos y Reportes</li> <li>Control de Costo</li> <li>Movimientos Ilimitados</li> </ul>
<b>CREA CUENTA</b>	<b>CREA CUENTA</b>	<b>CREA CUENTA</b>

Fuente: consultado el 26 de junio del 2018

## f) Compra del CPU para punto de Venta



**POS ALL IN ONE CPU  
BEMATCH SB1015**

BEMATCH SB1015 POS All in one CPU  
Procesador Quad Core J1900 ..

**₡545,000.00 i.v.i.**  
₡593,536.05 i.v.i.  
**₡30,850 al mes !(\*)**

 **COMPRAR**

Consultado el 26 de junio del 2018

## g) Salarios mínimos del Ministerio de Trabajo

### DEPARTAMENTO DE SALARIOS

Lista de ocupaciones clasificada por el personal  
técnico del Departamento

#### SALARIOS MÍNIMOS

SECTOR PRIVADO

AÑO 2018

Decreto N°40743-MTSS, publicado en La Gaceta 228, Alcance  
N°291 del 01 de diciembre del 2017. Rige 1° de enero del 2018.

#### SIGLAS Y SALARIOS MÍNIMOS:

TNC: Trabajador no Calificado	¢10.060,75
TSC: Trabajador Semicalificado	¢10.940,34
TC: Trabajador Calificado	¢11.141,73
TE: Trabajador Especializado	¢13.141,39
TNCG: Trabajador no Calificado Genéricos	¢300.255,79*
TSCG: Trabajador Semicalificado Genéricos	¢323.028,23*
TCG: Trabajador Calificado Genéricos	¢339.572,06*
TMED Técnico Medio Educación Diver.	¢355.847,32*
TEG: Trabajador Especializado Genéricos	¢381.335,61*
TEdS: Técnico de Educación Superior	¢438.542,68*
DES: Diplomados de Educación Superior	¢473.642,47*
Bach: Bachiller Universitario	¢537.222,66*
Lic.: Licenciado Universitario	¢644.689,30*
TES: Trabajador Especialización Superior	¢20.394,10

Chofer de Vehículo Liviano	TSC	¢	10.940,34
Chofer de Vehículo Pesado	TC	¢	11.141,73
Chofer Microbús (menos de 11 pasaj.)	TSC	¢	10.940,34
Chofer-Cobrador de Bus	TE	¢	13.141,39
Cobrador de Buses	TNC	¢	10.060,75
Cobrador *	TSCG	¢	323.028,23
Cocinero	TC	¢	11.141,73

Acomodador (cines, teatros, etc.)	TNC	¢	10.060,75
Agente de Aduana o Vapores	TES	¢	20.394,10
Agente de Ventas *	TCG	¢	339.572,06
Albañil	TC	¢	11.141,73
Alistador Automotriz (lijador)	TSC	¢	10.940,34
Aplanchador (plancha tipo casera)	TNC	¢	10.060,75
Aplanchador con Equipo de Vapor	TC	¢	11.141,73
Analista de Crédito*	TCG	¢	339.572,06
Asistente de Abogacía *	TEG	¢	381.335,61
Asistente de Auditoría *	DES	¢	473.642,47
Asistente de Consultorio Médico	TC	¢	11.141,73
Asist. Domicilio/Ancianos (cuidados especiales)	TE	¢	13.141,39
Auxiliar Agente de Aduana, Vapores	TE	¢	13.141,39
Auxiliar de Contabilidad*	TCG	¢	339.572,06
Auxiliar Dental	TE	¢	13.141,39
Ayudante de Cocina	TSC	¢	10.940,34

## Anexo 7

**BANCO NACIONAL**  
PRESENTA

EN ESTE "RESTAURANTE"  
CABEN TODOS

street food  
Festival

SÁBADO 7 JULIO 11:00 A.M. PARQUE VIVA

MÁS DE  
**25 FOOD TRUCKS**

Con el apoyo de: **FOOD TRUCKS CR**

Tendremos la transmisión del partido en pantalla gigante

 vs.   
Rusia vs. Croacia  
A las 12 mediodía

**Entrada general gratuita**  
(Donación voluntaria para la Fundación Lifting Hands)

¡Adquirí tu entrada **ZONA BN** aquí!



Foto tomada en el Festival de Food Truck 07 de julio 2018 - Parque Viva, Guácima de Alajuela



Foto tomada en el Festival de Food Truck 07 de julio 2018 - Parque Viva, Guácima de Alajuela



Foto tomada en el Festival de Food Truck 07 de julio 2018 - Parque Viva, Guácima de Alajuela



Foto tomada en el Festival de Food Truck 07 de julio 2018 - Parque Viva, Guácima de Alajuela



Foto tomada en el Festival de Food Truck 07 de julio 2018 - Parque Viva, Guácima de Alajuela