

RESUMEN

El presente proyecto tuvo como objetivo principal analizar la viabilidad y las posibles estrategias a tomarse que permita implantar un negocio de Food Truck con Alimentos Orgánicos en la Parroquia de Alangasí del Cantón Quito. Este trabajo consistió en identificar todas las variables que se pueden obtener para crear la empresa Food Truck de alimentos orgánicos dedicada a la venta de comida saludable para el sector del Valle de los Chillos. El producto que se pretende ofrecer será de alta calidad, a precios competitivos, con el propósito contribuir a la salud de los consumidores. Para esto se ha elaborado un marco teórico que cuenta con la historia de estos negocios en algunos países de América y su evolución en la actualidad, y datos importantes del desarrollo comercial de estas empresas de nuestro país. Además se realizó el estudio de mercado con la idea de identificar posibles clientes potenciales, aceptación del producto orgánico y las formas de pago y precio a pagar por los consumidores. También se ha implementado el negocio en base a dos modelos que ayudan a visualizar la temática del emprendimiento de forma fácil y práctica como es el modelo Canvas y la forma de analizar estrategias competitivas a través de modelo Gap. Para finalizar este trabajo de investigación en las conclusiones y recomendaciones se menciona que este proyecto necesita una pequeña inversión que varía de acuerdo al menú que se ofrece y a los precios que puedan pagar los consumidores, retribuyéndose en dos años aproximadamente manteniendo las estrategias de comunicación y publicidad.

PALABRAS CLAVES

- **FOOD TRUCK**
- **ALIMENTOS ORGÁNICOS**
- **MODELO CANVAS**
- **MODELO GAP**

ABSTRACT

The main objective of this project was to analyze the feasibility and possible strategies to be taken that would allow us to establish a Food Truck with Organic Food business in Alangasí - Quito. This work consisted of identifying all the variables that can be obtained to create the Food Truck company of organic foods dedicated to the sale of healthy food for the sectors of the Valle of the Chillos. The product that is intended to be offered will be of high quality, at competitive prices, this business is intended to contribute to the health of consumers. For which a theoretical framework has been elaborated in chapter I that counts on the history of these businesses in some countries of America and their evolution at present, and important data of the commercial development of these companies of our country. In addition, the market study was carried out in Chapter II with the idea of identifying potential potential customers, acceptance of the organic product and the forms of payment and price to be paid by consumers. In Chapter III the business has been implemented based on two important models that help visualize the subject of entrepreneurship in an easy and practical way, such as the Canvas model and the way to analyze competitive strategies through the Gap model. To conclude this research work, the conclusions and recommendations have been included in chapter IV, indicating that this project needs a small investment that according to the menu that would be offered and the prices analyzed are within the possibilities of payment by the consumers will be able to compensate in two years approximately maintaining the strategies communication and permanent publicity.

KEYWORDS

- **FOOD TRUCK**
- **ORGANIC FOODS**
- **CANVAS MODEL**
- **GAP MODEL**