

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

“PROYECTO DE INVERSION DE COMIDA MEXICANA EN AHWATUKEE, ARIZONA Y SU IMPACTO CULTURAL”

Autor: Laura Teresita Reyes Ramirez

**Tesis presentada para obtener el título de:
Licenciado en Gestión Empresarial**

**Nombre del asesor:
Javier Garfias Arteaga**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación “Dr. Silvio Zavala” que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo “Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada”, se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.





FACULTAD DE NEGOCIOS

TITULO:

PROYECTO DE INVERSION DE COMIDA MEXICANA EN
AHWATUKEE, ARIZONA Y SU IMPACTO CULTURAL.

TESIS

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN GESTIÓN EMPRESARIAL

PRESENTA:

LAURA TERESITA REYES RAMIREZ

ASESOR DE TESIS:

DR. JAVIER GARFIAS ARTEAGA

CLAVE: 16PSU0009E

ACUERDO: LIC100413

MORELIA, MICH., DICIEMBRE DE 2024

DEDICATORIA.

Doy gracias con toda mi fe y perseverancia primeramente a Dios por darme la fuerza y dedicación para llegar a este día.

Dedico mi tesis a mis queridos padres que con su esfuerzo de trabajo, ejemplos y valores me han acompañado para formarme como una profesional. A mis hermanos y mis hermanas por caminar conmigo y aplaudirme en cada logro y escucharme en cada momento de cansancio especialmente a mi hermana Angie.

Gracias infinitas a mi querido esposo por todo su apoyo incondicional, por haber sido papa y mama a la vez mientras me concentraba en este sueño, quien camino a mi lado minuto a minuto y paso a paso para lograr esta meta.

A mi amado hijo Tyson, gracias por esperarme todo el tiempo y por toda su paciencia, tus sonrisas de aliento y abrazos de apoyo, tu ha sido el motor más grande para esta meta y este logro.

A mis profesores que fueron mis guías académicos e inspiradores de superación.

A mis amigos y también compañeros de aula que en algún momento compartimos ideas y proyectos. Hoy todo es una realidad gracias a todos.

RESUMEN.

El tiempo actual y posterior al COVID. La comida, tal como la conocían los estadounidenses, cambió de la noche a la mañana. Restaurantes cerrados. El uso de comida para llevar se disparó. El uso de aplicaciones de entrega se disparó. Cuando los restaurantes volvieron a abrir, los códigos QR de los menús se convirtieron en algo habitual.

Luego, la comida volvió a cambiar a medida que la pandemia disminuyó. Nada volvió a la normalidad anterior a la pandemia. En cambio, algunos de los cambios de esa eran de hace apenas unos años son ahora parte del mundo de la comida conveniente y rápida y la tendencia se volvió parte una cultura de impaciencia e inmediatez. Debido a la rápida forma de vivir, la movilidad y la necesidad de optimizar el tiempo se puede afirmar que un porcentaje alto prefiere las comidas rápidas y en la ciudad de Ahwatukee esto no es la excepción. Se define que la comida mexicana tiene una alta preferencia en el área según la opinión de los Ahwatukenses sin embargo los principales restaurantes en el área tienen un modelo de negocio más cercano a la comida tex-mex mientras que el modelo propuesto ofrece una alternativa con un taco más típico que los tacos comunes (asada, pastor, canitas), como el taco de canasta (taco sudado).

EL Food truck de los tacos de canasta justifica que la demanda de comida mexicana típica es una y que también con este modelo de negocio se puede cubrir esta demanda con un servicio de comida rápida, accesible y de precios asequibles así también se entiende que es un negocio de alta rotación de clientes donde el cliente llega, consume su producto y deja el lugar rápidamente. Este tipo de modelo de negocio continúa creciendo en Estados Unidos y para el food truck de los tacos de canasta es una gran oportunidad ya que es un modelo de negocio con reducción de costos directos a diferencia de los competidores directos como los restaurantes establecidos en las zonas cercanas, donde los clientes esperan encontrar servicios de sanitarios, mesas comidas, bebidas alcohólicas o wifi, esto no permite el mantenimiento de bajos costos laborales.

La idea de este proyecto de modelo de negocio nace a partir de sentir una necesidad personal de un antojo diferente de taco, para lo cual me di a la tarea de buscar este tipo de taco en el área y no lo pude encontrar, algunas personas de algunos restaurantes a los que llamé comentaron con nostalgia. “se me antojaron, si los encuentra dígame donde para ir” y otros comentaron “esos tacos solo se venden en las food truck, pero no, no hay por aquí”, en ese momento entendí que había interés, pero no demanda por que no existe la disponibilidad de estos tacos, no existe una taquería móvil con estos tacos

Seguidamente, se hizo un análisis del mercado en Ahwatukee y sus alrededores, sobre las tendencias que giran en torno a la comida rápida y a la comida mexicana, las necesidades del consumidor, la oferta y la demanda, y los resultados demostraron que la probabilidad de éxito de este tipo de negocio es alta.

El modelo presentado a continuación explica el negocio más detalladamente, plantea objetivos específicos y desarrolla estrategias, todo esto en secciones diferentes; Análisis del Entorno, que explica las tendencias del consumidor en esta ciudad y justifica la viabilidad del proyecto; Plan de Mercadeo, que muestra las estrategias detrás del negocio en relación a publicidad, posicionamiento, precio y distribución; Plan Organizacional, que explica la composición de la estructura de la empresa; Plan de Producción, que muestra paso a paso los procesos y Plan Financiero, que enseña la viabilidad del negocio a 2-3 años, con un escenario prudente.

Desarrollar un plan de negocio para un food truck de comida rápida dedicado a la producción y comercialización de tacos de canasta que son tacos tradicionales mexicanos de precios asequibles a la economía de la ciudad de Ahwatukee

En la presente investigación se utilizó el método deductivo en el enfoque cuantitativo y un alcance correlacional.

La demanda de un food truck de tacos de canasta tiene necesidad y demanda dado que no existe un restaurante de establecimiento fijo que venda este tipo de tacos y por otra parte, aunque existen otros food truck en el área, estos tampoco los

ofrecen. Uno de los encuestados comentó que si tuviera acceso a un “carrito de tacos de esos” compraría todos los días para llevar a la casa. Otro encuestado anglosajón expresó que para él los tacos son una conexión con la cultura y que estaría interesado en probar otros antojos fuera de los tacos comunes.

Los resultados de las encuestas sus altos porcentajes de demanda, los datos de la población de la ciudad de Ahwatukee de la cantidad de mexicanos indican que este proyecto de negocio tiene camino al éxito

Tras un estudio y análisis detallado del mercado de food trucks y tacos es posible afirmar que existe una oportunidad para un modelo de negocio como el de Los Tacos de Canasta, presentado anteriormente. El estudio de tendencias muestra exitosamente que este proyecto es una excelente opción que se acomoda a las necesidades de los consumidores en varios aspectos tales como la rapidez y calidad

Palabras clave: Comida Mexicana, impacto cultural, proyecto de inversión, tacos de canasta, Food Truck

ABSTRACT.

The current and post-COVID time. Food, as Americans knew it, changed overnight. Restaurants closed. Takeout usage skyrocketed. Delivery app usage skyrocketed. When restaurants reopened, QR codes on menus became commonplace.

Then the food changed again as the pandemic subsided. Nothing returned to normal before the pandemic. On the other hand, some of the changes from that era just a few years ago are now part of the world of convenient and fast food and the trend has become part of a culture of impatience and immediacy. Due to the fast way of living, mobility and the need to optimize time, it can be said that a high percentage prefer fast foods and in the city of Ahwatukee this is no exception. It is defined that Mexican food has a high preference in the area according to the opinion of the Ahwatukee's, however the main restaurants in the area have a business model closer to Tex-Mex food while the proposed model offers an alternative with a taco more typical than common tacos (asada, pastor, carnitas), such as the basket taco (sudado taco).

The tacos de basket food truck justifies that the demand for typical Mexican food is one and that also with this business model this demand can be met with a fast, accessible food service at affordable prices, so it is also understood that it is a business with high customer turnover where the customer arrives, consumes your product and leaves the place quickly. This type of business model continues to grow in the United States and for the tacos de basket food truck it is a great opportunity since it is a business model with direct cost reduction unlike direct competitors such as restaurants established in the areas nearby, where clients expect to find toilet services, food tables, alcoholic beverages or Wi-Fi, this does not allow the maintenance of low labor costs.

The idea of this business model project was born from feeling a personal need for a different taco craving, for which I took on the task of looking for this type of taco in the area and I couldn't find it, some people from some restaurants I called commented wistfully. "I wanted them, if you find them, tell me where to go" and others

commented “those tacos are only sold in food trucks, but no, there aren't any around here”, at that moment I understood that there was interest, but there is no demand because why not? There is availability of these tacos, there is no mobile taco shop with these tacos

Next, an analysis of the market in Ahwatukee and its surroundings was carried out, on the trends that revolve around fast food and Mexican food, consumer needs, supply and demand, and the results showed that the probability of success of this type of business is high.

The model presented below explains the business in more detail, sets specific objectives and develops strategies, all in different sections; Environmental Analysis, which explains consumer trends in this community and justifies the viability of the project; Marketing Plan, which shows the strategies behind the business in relation to advertising, positioning, price and distribution; Organizational Plan, which explains the composition of the company structure; Production Plan, which shows the processes step by step and Financial Plan, which shows the viability of the business in 2-3 years, with a prudent scenario.

Develop a business plan for a fast-food food truck dedicated to the production and marketing of basket tacos, which are traditional Mexican tacos with affordable prices for the economy of the city of Ahwatukee.

In this research, the deductive method was used in the quantitative approach and a correlational scope.

The demand for a basket taco food truck is necessary and in demand given that there is no fixed establishment restaurant that sells this type of tacos and on the other hand, although there are other food trucks in the area, they do not offer them either. One of the respondents commented that if they had access to a “cart of those tacos” they would buy them every day to take home. Another Anglo-Saxon respondent expressed that for him tacos are a connection to the culture and that he would be interested in trying other snacks outside of common tacos.

The results of the surveys, their high percentages of demand, the population data of the city of Ahwatukee and the number of Mexicans indicate that this business project has a path to success.

After a detailed study and analysis of the food trucks and tacos market, it is possible to confirm that there is an opportunity for a business model like that of Los Tacos de Canasta, presented above. The trend study successfully shows that this project is an excellent option that meets the needs of consumers in several aspects such as speed and quality.

Keywords: Mexican Food, cultural impact, investment project, basket tacos, Food Truck

INDICE

DEDICATORIA.	2
RESUMEN.	3
ABSTRACT.	6
INDICE	9
PREFACIO.	11
INTRODUCCIÓN.	12
JUSTIFICACIÓN.	13
ESTADO DEL ARTE	15
CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.	17
ELEMENTOS DEL PROBLEMA.	17
ENUNCIADO.	18
DESCRIPCION DEL PROBLEMA.	18
OBJETIVOS.	19
OBJETIVO GENERAL.	19
OBJETIVOS ESPECIFICOS.	19
PREGUNTAS DE INVESTIGACION.	20
PREGUNTA GENERAL.	20
PREGUNTAS ESPECIFICAS.	20
HIPÓTESIS:	21
HIPOTESIS GENERAL.	21
HIPOTESIS NULA.	22
VARIABLES.	22
CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL.	22

MARCO TEÓRICO.	22
IDEA DE NEGOCIO DE COMIDA MEXICANA.	22
IMPACTO CULTURAL.	39
MARCO CONTEXTUAL.	44
MARCO CONCEPTUAL.	47
CAPITULO III. METODOLOGIA.	48
MODELO DEDUCTIVO	48
ENFOQUE CUANTITATIVO.	50
ALCANCE CORRELACIONAL.	51
POBLACION.	52
MUESTRA.	53
TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS.	54
PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.	54
CAPITULO IV. RESULTADOS	57
CONCLUSIONES.	73
RECOMENDACIONES.	74
PROPUESTA.	75
LISTA DE REFERENCIAS.	111
ANEXOS.	113
ENCUESTA	113

PREFACIO.

Siempre parece imposible hasta que se hace.

Nelson Mandela

INTRODUCCIÓN.

La gastronomía mexicana es reconocida mundialmente por su riqueza y diversidad, siendo una de las cocinas más influyentes y apreciadas a nivel global. En Estados Unidos, la comida mexicana ha ganado una popularidad significativa, con un notable incremento en el número de restaurantes y la adopción de ingredientes mexicanos en la dieta diaria de muchos estadounidenses. Sin embargo, a pesar de esta creciente presencia, existen áreas y comunidades en Estados Unidos donde la auténtica comida mexicana sigue siendo escasa o está ausente. Este fenómeno plantea preguntas importantes sobre la accesibilidad cultural y la representación de la gastronomía mexicana en diversas regiones del país y zonas demográficas como la ciudad de Ahwatukee Hills en Phoenix donde el latino es el número dos en población étnica, el anglosajón es número uno y otras culturas étnicas son minoría, es un excelente canal para impactar sectores nuevos culinarios de ambos lados y propiciar un impacto cultural gastronómico. Para los mexicanos en este país que extrañan esta comida y para otras culturas que buscan nuevas experiencias gastronómicas. Tendremos un pasaje de historia y trascendencia cultural gastronómica con un platillo sencillo como los son los tacos de canasta.

JUSTIFICACIÓN.

La justificación de este estudio radica en la necesidad de comprender las razones detrás de la ausencia de comida mexicana en ciertas áreas de Estados Unidos, a pesar de su popularidad generalizada. Este análisis es crucial para identificar barreras culturales, económicas y logísticas que impiden la expansión de la gastronomía mexicana en todo el territorio estadounidense. Además, este estudio puede ofrecer insights valiosos para emprendedores y restauranteros interesados en llevar la auténtica comida mexicana a nuevas comunidades, promoviendo así una mayor diversidad cultural y gastronómica. Al abordar estas cuestiones, se espera contribuir a una mejor comprensión de la dinámica de la gastronomía mexicana en Estados Unidos y fomentar una mayor inclusión y representación de esta rica tradición culinaria.

De las observaciones anteriormente descritas, surge la idea del presente proyecto, el cual tiene como objetivo planear el emprendimiento empresarial, cuya definición la podemos considerar como el acto de tomar decisiones y acciones humanas para construir algo que sea de valor donde antes no había andado, por eso hace énfasis que se deben tomar acciones creativas. Esto trae como consecuencia el elaborar una gestión y organización para la creación de una idea de negocio de tacos de canasta en la localidad de Ahwatukee, Phoenix, del Estado de Arizona en los Estados Unidos, donde se debe de entender como la gestión de empresa es la que consiste en asumir la responsabilidad de conducir la empresa, dentro de un marco de reglas, procedimientos, aspectos legales y éticos hacia objetivos concretos y en tiempos específicos, planificando las actividades que se consideren necesarias, organizando los recursos disponibles, dirigiendo a las personas y controlando que lo planificado se vaya cumpliendo o adaptando a las realidades del mercado o contexto.

También se considera la importancia de la organización empresarial como el correcto orden de los recursos y funciones precisas para satisfacer los objetivos de

cualquier negocio. La organización de la empresa supone que se establezca una estructura para la adecuada sistematización de los recursos existentes, a través de jerarquías, correlación, disposición y agrupación de tareas con el propósito de realizar las distintas funciones de la organización de la manera más sencilla posible.

Para llevar a cabo esta oportunidad de negocio es fundamental, el desarrollo de un proyecto de inversión, donde permita determinar la factibilidad del proyecto; y posteriormente establecer el plan del mismo, donde se creará la documentación de las acciones de definición, preparación, integración y coordinación. Además, dicho plan se traduce en una fuente primaria de información para realizar la gestión del proyecto donde se consideran: la planificación, ejecución, supervisión y control; y cierre del proyecto.

Es importante resaltar que la planeación de un proyecto es continua a lo largo de todo el ciclo de vida de este, contrario al paradigma de que indica que se debería dar solo al inicio del proyecto, como un hecho aislado.

Si bien la planeación de un proyecto no garantiza el éxito de este; la ausencia de este si genera problemas en su desarrollo, ya que una mala planeación puede influir negativamente en aspectos como: costos, tiempo, calidad, recursos y proveedores asociados al proyecto.

La ciudad de Ahwatukee es una ciudad pequeña con un estilo de vida suburbano, la zona y sus buenas escuelas atraen a muchas familias. La gente suele salir a la calle a pie, algo que en otras ciudades no es muy común, es notable también por grupos dedicados al deporte en bicicleta. Abundan los centros comerciales. Los grandes centros de trabajo están cerca en Chandler, Tempe y Phoenix. Ahwatukee es el barrio más meridional de la ciudad de Phoenix. Esta ciudad acoge a latinos en muchos aspectos laborales, guarderías, escuelas, jardineros, conserjes de limpieza para oficinas, construcción, cocineros, meseros, repartidores, operadores de equipo, dentistas, maestros y otras profesiones y de aquí nace la propuesta para este proyecto.

ESTADO DEL ARTE

En este espacio se mencionan tres proyectos de tesis sobre la ausencia de comida mexicana en Estados Unidos, los cuales tiene relación directa con el presente trabajo de investigación:

1. **Título de la Tesis:**

DE LA NOSTALGIA CULINARIA A LA IDENTIDAD ALIMENTARIA TRANSMIGRATORIA: LA PREPARACIÓN DE ALIMENTOS EN RESTAURANTES MEXICANOS EN ESTADOS UNIDOS

Autor: JOSÉ ANTONIO VÁZQUEZ MEDINA

RESUMEN: Esta tesis explora cómo la ausencia de comida mexicana auténtica en Estados Unidos afecta a la comunidad migrante mexicana. A través de un análisis etnográfico de restaurantes mexicanos en diversas ciudades estadounidenses, se examina cómo la nostalgia culinaria influye en la identidad y las dinámicas sociales de los migrantes. La investigación revela que la falta de ingredientes y técnicas tradicionales no solo impacta la autenticidad de los platillos, sino también la conexión emocional y cultural de los migrantes con su país de origen.

2. Título de la Tesis:

LA GASTRONOMÍA MEXICANA COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN.

Autor: ERICA GUADALUPE CEJUDO RUIZ

RESUMEN: Esta tesis investiga cómo la gastronomía mexicana sirve como un medio de comunicación cultural en Estados Unidos. Se analiza cómo los platillos mexicanos transmiten la identidad cultural y las tradiciones de México a través de los restaurantes y eventos culinarios en Estados Unidos. La investigación destaca la importancia de la comida como puente cultural que ayuda a mantener vivas las tradiciones mexicanas en la diáspora.

3. Título de la Tesis:

EL ALCANCE DE LA GASTRONOMÍA MEXICANA EN OTRAS FRONTERAS A TRAVÉS DEL DISEÑO GRÁFICO POR EL MEDIO DE LA WEB

Autor: AMALIA GARCÍA HERNÁNDEZ, IRMA LUCÍA GUTIÉRREZ CRUZ, EVA GUADALUPE OSUNA RUIZ

RESUMEN: Esta tesis examina cómo la gastronomía mexicana se presenta y se percibe en el extranjero, específicamente en Estados Unidos, a través

del diseño gráfico y los medios digitales. Se explora cómo las representaciones visuales de la comida mexicana en la web pueden influir en la percepción y aceptación de la gastronomía mexicana en otros países. La investigación también aborda cómo estas representaciones ayudan a preservar y promover la cultura culinaria mexicana en un contexto global.

CAPITULO I. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.

ELEMENTOS DEL PROBLEMA.

Sujeto: Habitantes de la Ciudad de Ahwatukee, Phoenix, del Estado de Arizona en los Estados Unidos.

Objeto: Venta de comida mexicana (Tacos de canasta) en Food Truck.

Espacialidad: Ciudad de Ahwatukee, Arizona.

Contexto: Comercio.

Temporalidad: Hasta la fecha.

Causa: Ausencia de venta de comida mexicana (Tacos de canasta) en Food Truck.

Efecto: Nulo impacto cultural por ausencia de venta de comida mexicana (Tacos de canasta) en Food Truck.

ENUNCIADO.

Los Habitantes de la Ciudad de Ahwatukee, Phoenix, del Estado de Arizona en los Estados Unidos, hasta la fecha, manifiestan una ausencia de venta de comida mexicana (Tacos de canasta) en Food Truck, teniendo un Nulo impacto cultural en relación con la comida mexicana.

DESCRIPCION DEL PROBLEMA.

Los Habitantes de la Ciudad de Ahwatukee Hills, en mayoría son anglosajones e hispanos, los hispanos en esa área viven en casas un poco más modestas que los anglosajones, pequeños departamentos, compartes casas con otras familias o también rentan habitaciones por separado. La presencia del hispano en esta área es muy importante, ya que contribuyen a la economía de esta ciudad y son una base importante para los negocios por su desempeño en diferentes áreas, cocineros, jardineros, construcción. También algunos desarrollan sus capacidades laborales en otras profesiones como dentistas, maestros, choferes etc. Ahwatukee tiene estas dos caras de la moneda cultural mexicana, se disfruta de algunos restaurantes casuales de comida mexicana más conocidos por ser taquerías y otros más restaurantes más gourmet, pero no ninguno de estas dos opciones ofrece un antojito autentico como lo son Los Tacos de Canasta. El hispano en estados unidos se ha acostumbrado al sabor de la comida mexicana de restaurantes que ya han adaptado el Tex Mex. Ahwatukee carece de este pequeño nicho donde se pueda degustar un taco diferente, más barato y con la ventaja de no comprometer el tiempo que se les permite en los trabajos para su almuerzo o descanso al entrar a un restaurante. Los Food trucks son una opción muy aceptada en esta área, sin embargo, las que existen tampoco ofrecen este antojito de los tacos de canasta. Ahwatukee Hills es una ciudad ideal para este proyecto, se beneficiarían los hispanos que viven ahí por que tendrán ahora una opción única para darse este

gusto que no está disponible en ningún otro restaurante, también podrán reencontrarse nostálgicamente al coincidir con otros hispanos a la hora de comer y al mismo tiempo esta comida causara un impacto como nueva experiencia a su paladar de un taco 100 por ciento autentico desde la manera de prepararse y servirse.

OBJETIVOS.

OBJETIVO GENERAL.

Diseñar un proyecto de idea de negocio de venta de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, en la Ciudad de Ahwatukee, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

OBJETIVOS ESPECIFICOS.

1. Realizar una investigación estadística, acerca de la población de Ahwatukee, para estar en posibilidades de diseñar un proyecto de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.
2. Analizar las condiciones y características de la población de Ahwatukee, para estar en posibilidades de diseñar un proyecto de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

3. Determinar los factores que influyen en el diseño de un proyecto de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

4. Analizar los proyectos de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

5. Diseñar un proyecto de idea de negocio de venta de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, en la Ciudad de Ahwatukee, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

PREGUNTAS DE INVESTIGACION.

PREGUNTA GENERAL.

¿El diseño de un proyecto de idea de negocio de venta de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck en la Ciudad de Ahwatukee, servirá para aumentar el impacto cultural?

PREGUNTAS ESPECIFICAS.

1. La investigación estadística, facilitará conocer a la población de Ahwatukee, para estar en posibilidades de diseñar un proyecto de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.?

2. El análisis de las condiciones y características de la población de Ahwatukee, mostrara las posibilidades de diseñar un proyecto de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.?

3. Cuales son los factores que influyen en el diseño de un proyecto de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.?

4. El análisis de los proyectos de negocio de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.?

5. Diseñar un proyecto de idea de negocio de venta de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, en la Ciudad de Ahwatukee, para aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

HIPÓTESIS:

HIPOTESIS GENERAL.

El diseño de un proyecto de idea de negocio de venta de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, en la Ciudad de Ahwatukee, permitirá, aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

HIPOTESIS NULA.

El diseño de un proyecto de idea de negocio de venta de comida mexicana (tacos de canasta) en un Food Truck, en la Ciudad de Ahwatukee, no permitirá, aumentar el impacto cultural con la comida mexicana.

VARIABLES.

Independiente: Proyecto de idea de negocio de Comida Mexicana.

Dependiente: Impacto cultural.

CAPITULO II. MARCO REFERENCIAL.

MARCO TEÓRICO.

IDEA DE NEGOCIO DE COMIDA MEXICANA.

1.- Historia de la Migración Mexicana y su Impacto en la Gastronomía.

Inmigración mexicana a Estados Unidos: Comienza con el análisis de la migración mexicana a EE. UU., sus oleadas más significativas (como en el siglo XIX y durante las revoluciones industriales), y cómo esto ha contribuido a la introducción y expansión de la comida mexicana.

Los primeros migrantes a Estados Unidos fueron colonizadores europeos que llegaron de Inglaterra, Irlanda, Países Bajos y Francia en el siglo XVI y se expandió

a lo largo del siglo XIX, estos migrantes contribuyeron a la economía de Estados Unidos con sus trabajos y talentos y así naturalmente se contribuyó a la diversidad cultural de ese país.

El 2 de febrero de 1848 México fue obligado a ceder a Estados Unidos 2 400 000 kilómetros cuadrados – poco más de la mitad de su territorio- a cambio de 15 millones de pesos. En esa fecha se firmó el Tratado de Guadalupe Hidalgo, con el que México perdió los actuales estados de California, Arizona, Nevada y Utah, así como parte de Colorado, Nuevo México y Wyoming pasaron a formar parte de EE. UU.

Así se delimita por primera vez la frontera con Norteamérica y se genera el primer movimiento migratorio natural como resultado de las guerras de emancipación.

En 1882 en Estados Unidos se da la ley de exclusión para los orientales de origen chino y en 1907 para los japoneses, esto generó una escasez de mano de obra barata para la economía de Estados Unidos y con la gran depresión encima, la necesidad de mano de obra se vuelve vital para seguir trabajando en proyectos importantes, una de las más grandes fue la construcción del ferrocarril obra que abrió nuevamente camino a los migrantes mexicanos, se estima que para el año 1930 habrían emigrado alrededor de 600 mil residentes mexicanos

En los años 1920-1924 Álvaro Obregón (presidente de México 1920-1924 militar y político mexicano) puso en marcha un programa de repatriación para los mexicanos en Estados Unidos, ya que las condiciones de los trabajadores mexicanos eran muy precarias y de bajo nivel. La cifra de los repatriados llegó a unos 423 mil mexicanos.

Entre 1921-1941 se reportaron migraciones y deportaciones masivas históricas.

En 1929 llegó la conocida Crisis del 29, fecha que es recordada como Martes Negro, la gran depresión que sufrió la bolsa de valores y se extendió al resto

del mundo causo grandes estragos económicos, sociales y políticos esto creó una ola de desempleo y alrededor de 100 mil mexicanos regresaron a su país de origen.

Tras la consecuencia de La Segunda Guerra Mundial se desarrolla el programa bracero (trabajador laboral) 1921-1964, muchos inmigrantes tenían sus permisos bajo este programa y muchos de ellos no, la demanda de cubrir la mano de obra era pedida y necesaria esto provoca la segunda ola de migración para cubrir la demanda laboral para Estados Unidos, pero ya no hay permisos que les respalden.

En 1986 se impone La Ley de Reforma y Control de emigración y termina en programa bracero, esto afecta el número de mexicanos admitidos e inicia leyes de refuerzo y vigilancia en los principales puntos de cruce. Esta recesión y la situación obligo a muchos a regresar a México y muchos alcanzaron la posibilidad de cambiar su estatus migratorio de indocumentado a EE. UU. naturalizado. Así empezaron los nacimientos de hijos de mexicanos en el país extranjero y también poco a poco inicia la fusión de la cultura mexicana, tradición y su comida.

Cuando los mexicanos emigraron a estados unidos, también se llevaron sus valores tradicionales, creencias, cultura y por sobre todo su base del sabor de su gastronomía.

Los ingredientes básicos que los Mayas y los Aztecas domesticaron han sido desde el inicio de nuestros antepasados la base alimenticia del mexicano como el maíz, nopal, frijol y chiles que forman parte de la cocina precolombina y que luego evolucionaria la comida mexicana moderna, estos ingredientes son el sello mexicano culinario reconocido a nivel global.

La colonización española a México es un contribuyente a la comida mexicana, la cocina mexicana tuvo cambios drásticos en el siglo XVI, se introdujeron nuevos ingredientes y técnicas culinarias europeas como: la carne de res, el cerdo, arroz y especias como el ajo y la canela, el trigo que por un tiempo reemplazo parcialmente el maíz como base para tortillas, pero solo en algunas regiones.

Al principio, la presencia de la comida mexicana en Estados Unidos se limitaba a las regiones que antes pertenecían a México, especialmente en Texas y el suroeste. Pero durante los siglos XIX y XX, las olas migratorias comenzaron a difundir esta cocina por todo el país que contribuyeron a la transformación de la misma.

Estos ingredientes españoles se fusionaron con los ingredientes autóctonos, dando lugar a nuevos platillos que hoy en día son icónicos en la cocina mexicana, como el mole, que combina chocolate, chile y especias, enchiladas, pozole entre muchos más.

Este mestizaje culinario no solo afectó los ingredientes y técnicas, sino también las formas de comer y servir los alimentos. El concepto del banquete y la utilización de mesas y sillas se introdujeron durante la época colonial, estableciendo nuevas normas sociales en torno a la comida.

Establecimiento de la cultura gastronómica mexicana: En la revista – CIMEXUS vol. IX 2014 se habla del flujo migratorio y de cómo, las comunidades mexicanas comenzaron a establecer negocios de comida en ciudades con alta concentración de migrantes, como Los Ángeles, Chicago y Houston.

Durante siglos, la cocina mexicana permaneció confinada a las regiones fronterizas, siendo una rareza desconocida para la mayoría. Hoy, se ha expandido a todo el país y es difícil imaginar la cultura culinaria estadounidense sin ella.

Las últimas estimaciones del INEGI y del Censo de EE. UU 2024 (según la página web de datanoticias publicada el 16 de enero de 2024 con reportes del INEGI)., indican que hay más de 38 millones de mexicanos en Estados Unidos; de los cuales, aproximadamente 12 millones son personas nacidas en México, que migraron al país del norte.

Texas y California, son estados fronterizos y de los primeros en mezclar ingredientes de México con la cultura anglosajona, de aquí viene el Tex-Mex. Los ingredientes mezclados son; la carne molida, queso amarillo y las tortillas de harina,

esta mezcla permitió la aceptación del sabor de la comida mexicana entre los estadounidenses anglosajones.

Los barrios mexicanos en Estados Unidos han sido un sector importante para el inicio y establecimiento de negocios de comida mexicana, ciudades como Chicago, Nueva York y Los Ángeles entre otros, estos barrios ayudaron a conservar y difundir poco a poco la comida mexicana a gran parte del país, cada estado por efecto tiene ingredientes especiales y así se comienza con la fusión de sabores mexicanos mezclado con las modas estadounidenses.

California, Texas y Chicago son indudablemente la matriz de la difusión de la comida mexicana y sus fusiones, estos estados tienen comunidades icónicas que caracterizan a los mexicanos y sus raíces que hasta el día de hoy preservan y festejan la comida y tradiciones mexicanas.

En Los Ángeles California, la plaza Olvera es considerada como un sello de mexicanos y un icono de las tradiciones mexicanas y se usa como centro cultural, donde se hacen festejos como; día de los muertos, festival del mariachi, sábado de pascua, día de la independencia de mexicana, Navidad y las posadas. Pero sobre todo en la tradición de estos festejos la comida mexicana es el centro de atención.

Chicago que es conocido por ser «El México del Medio Oeste» o «México en Chicago» también tiene su nicho. La Villita (Antes llamada Lawndale 1869) Ubicada en el lado suroeste de la ciudad comparte aproximadamente los límites del Área Comunitaria de Chicago de South Lawndale.

La Villita ha conservado su espíritu y tradiciones mexicanas a lo largo de los años, este barrio históricamente ha sido hogar de inmigrantes de varias nacionalidades, comenzando con los alemanes, irlandeses y checoslovacos en los años siguientes al Gran Incendio de Chicago en 1871. El barrio experimentó un cambio demográfico y se convirtió en el hogar de una gran comunidad mexicana donde la cocina mexicana a la fecha la caracteriza como uno de los barrios de mexicanos más grande en esa ciudad y del país, no por volumen, pero por densidad de cultura.

Houston Texas, es también una de las ciudades con más reconocimiento sobre la comida mexicana. La fusión gastronómica de Houston mezcla las recetas tradicionales de México con influencias regionales de Texas, creando una experiencia culinaria única llamada Tex-Mex.

California y Texas son los dos estados que más restaurantes mexicanos tienen, desde pequeños negocios hasta contar con las cadenas más grande de comida mexicana.

La cultura mexicana está ampliamente establecida en los restaurantes estadounidenses. Alrededor del 11% de los restaurantes en Estados Unidos sirve comida mexicana.

Evolución del mercado de la comida mexicana: Señala cómo los restaurantes mexicanos han pasado de pequeños negocios familiares a grandes cadenas comerciales, como Taco Bell o Chipotle, y el surgimiento de tendencias gastronómicas gourmet y fusión:

La comida ambulante es más que una simple forma de alimentación; es una expresión de identidad cultural y de impacto económico. En México, la comida callejera es un símbolo de la identidad nacional y regional. Platillos como los tacos al pastor y las quesadillas no solo son alimentos, sino también manifestaciones de la historia y las tradiciones mexicanas, además esta manera es también una fuente importante de empleo e ingresos para muchas comunidades locales. En lugares donde las oportunidades de empleo son limitadas, la venta de comida ambulante ofrece una forma viable de sustento para miles de personas y es uno de los primeros pequeños negocios que muchos adoptaron para el sustento familiar.

La evolución de la comida mexicana en Estados Unidos ha trascendido desde puestos callejeros a carritos móviles y de estos a restaurantes establecidos a cadenas importantes y representativas a nivel internacional.

Los pequeños negocios de comida mexicana no tienen una proyección grande y están limitados, pero se concentran en calidad sabor y tradición. Estados Unidos tiene visionarios culinarios poderosos que entendieron la necesidad de llevar

la comida mexicana a otros niveles para que estuviera más al alcance del consumidor como menú económico y lanzan sus fusiones de ingredientes comprometiendo calidad de ingredientes y sabor, pero ha tenido aceptación a nivel global. Por ejemplo:

Taco Bell (subsidiaria de Yum Brand Inc., Pepsi)

Se originó en Irvine, California en 1962. Comida inspirada en tacos, burritos, quesadillas, nachos y otros platillos económicos para todo tipo de clientes. A partir de 2018, Taco Bell atiende a más de 5000 millones de tacos cada año en 7072 restaurantes, más del 93 % de los cuales son propiedad y están operados por franquiciados independientes y licenciarios. Taco Bell se convirtió en la principal cadena de comida rápida Tex-mex.

Chipotle Mexican Grill

Fundada en 1993 por Steve Ellis, esta es otra franquicia monopólica que tomo ventaja de la demanda de comida mexicana aceptada como cocina tex-mex. Su sede se encuentra en Los Ángeles California y cuenta con más de 2000 establecimientos en cinco países, los platillos de arroz blanco, frijoles, pollo, carnitas o res, elote dulce desgranado, crema y vegetales son la base de este clásico menú Tex Mex.

2.- Influencia Cultural y Adaptación al Mercado Estadounidense.

Adaptación de recetas y productos: La comida mexicana se ha adaptado a los gustos y hábitos de los consumidores estadounidenses.

La comida mexicana actúa como un puente cultural que conecta a las personas más allá de las diferencias lingüísticas o geográficas. Restaurantes, festivales y mercados mexicanos en Estados Unidos son lugares de encuentro donde se celebra la riqueza de la cultura mexicana. Estos espacios no solo sirven para que la comunidad mexicana se sienta más cerca de casa, sino que también

ofrecen a otras culturas la oportunidad de apreciar y conectar con la diversidad culinaria de México. Este intercambio cultural promueve la inclusión y el entendimiento mutuo, valores fundamentales en una sociedad multicultural como la estadounidense.

Patrimonio cultural y autenticidad: abordar las discusiones en torno a la autenticidad de los platillos y como las empresas mexicanas auténticas compiten o se complementan con cadenas que americanizan la comida.

La base de la cocina mexicana se remonta a las antiguas civilizaciones indígenas como los aztecas y los mayas. Estas culturas cultivaban una amplia variedad de alimentos, incluyendo maíz, frijoles, chiles, calabazas, tomates y cacao. Estos ingredientes básicos aún forman la columna vertebral de la cocina mexicana actual.

La alteración del sabor, la preparación y presentación de muchos platillos típicos mexicanos en Estados Unidos son diferentes, las cadenas de comida mexicana cambiaron el estilo y no conserva el sabor autentico. Los pequeños restaurantes todavía conservan técnicas de cómo preparar un platillo con sabores más étnicos, en la actualidad la comida es más al estilo rápido y la mayoría está ya acostumbrado a ese sabor rápido.

3. Mercado de la Comida Mexicana en Estados Unidos

Tamaño y crecimiento del mercado: Analizar estadísticas actuales del mercado alimentario en EE. UU. en términos de ingresos, proyecciones de crecimiento y porcentaje del mercado que ocupa la comida mexicana.

Uno de cada diez restaurantes en EE. UU. sirve comida mexicana, California y Texas dominan en términos del número total de restaurantes de comida mexicana, con más del 36% de los establecimientos de este tipo de la nación. Florida ocupa el tercer lugar entre los 50 estados seguido por Nueva York e Illinois.

La comida mexicana constituye el tercer tipo de menú más popular en Estados Unidos y representa casi el ocho por ciento del total de restaurantes que operan en este país, con más de 57 mil establecimientos, según datos de la Asociación Nacional de Restaurantes (NRA).

Entre los alimentos étnicos o regionales, la comida mexicana es la segunda más preferida por los estadounidenses después de la italiana y superando a la china, mediterránea y japonesa (sushi).

Los estadounidenses gastan unos 40 mil millones de dólares al año en los restaurantes mexicanos, de acuerdo con la NRA.

El 74 por ciento de los restaurantes de comida mexicana de la nación son independientes, con nueve o menos establecimientos por empresa.

Por el contrario, el 26 por ciento de los restaurantes mexicanos entran en la categoría de cadena o franquicia, con 10 o más establecimientos en funcionamiento.

De acuerdo con la NRA, existen más de 14 mil restaurantes mexicanos de cadena con Taco Bell a la cabeza con más del 40 por ciento de los establecimientos, seguido de Chipotle Mexican Grill, que se ha expandido tanto a nivel nacional e internacional, y ahora representa más del 10 por ciento de la categoría de las cadenas de restaurantes mexicanos en Estados Unidos.

Según un reciente análisis del Pew Research Center, en el 85 por ciento de los condados de los Estados Unidos hay al menos un restaurante mexicano y aquellos condados que no tienen uno, solo albergan al uno por ciento de la población total del país.

Esto quiere decir que el 99 por ciento de los residentes tiene un restaurante mexicano en su condado.

Demanda de comida mexicana: Investigar cómo el aumento de la población hispana y el interés por la comida étnica han impulsado la demanda de comida mexicana. Incluye datos de mercado y consumo.

Fuentes de datos de la Oficina del Censo de los Estados Unidos examinaron las características de la población hispana mediante la encuesta sobre la comunidad estadounidense, que proporciona datos sobre el origen hispano, el uso del idioma, el país de nacimiento y el nivel educativo.

-La población hispana de Estados Unidos alcanzó 62,1 millones en 2020, frente a 50,5 millones en 2010. El aumento del 23% en la población hispana fue más rápido que la tasa de crecimiento de la nación (+7%), pero un aumento más lento que en la población asiática (+36 %). En 2020, los hispanos constituían casi una de cada cinco personas en los Estados Unidos (19%), frente al 16% en 2010 y solo el 5% en 1970.

Los recién nacidos han impulsado el crecimiento de la población hispana de Estados Unidos, una tendencia que se aceleró en la década de 2010 debido a una disminución en la inmigración. De 2010 a 2019, 9,3 millones de bebés hispanos nacieron en los Estados Unidos, similar al total de la década de 2000. En comparación, 3,5 millones de inmigrantes hispanos llegaron a los Estados Unidos de 2010 a 2019, sustancialmente menos que los 6,5 millones que llegaron durante décadas de 1980 y 1990, la inmigración impulsó el crecimiento de la población hispana en los Estados Unidos debido a que llegaron más inmigrantes que bebés.

Segmentación del mercado: Identificar los diferentes nichos del mercado de la comida mexicana en EE. UU., desde la comida rápida (Fast food) hasta la alta cocina, así como el surgimiento de tendencias como la comida saludable y vegana en los restaurantes mexicanos.

En la página anterior, se menciona que lugares como la placita Olvera en California, la villita en Illinois y la ciudad de Texas son estados que más mexicanos alberga y por consiguiente se consideran nichos para el mercado de la comida mexicana, el sabor, el precio y la esencia cultural son los principales factores para crear y ser parte de nichos sociales, culturales y gastronómicos, centros culturales, plazas, puestos de comida ambulante o callejera, etc.

Los nichos se dan para cualquier tipo y circunstancia y las comidas sanas también tienen sus nichos, personas que optan por comidas más frescas y saludables sin comprometer sabor este también se considera un nicho, así como los nichos de la alta cocina, para la gente que degusta de opciones más exóticas y de presupuesto económico mas alto, cada lugar, evento o ciudad donde se congregue gente que comparta la misma idea de algo son nichos

En un análisis de participación y tamaño del mercado de alimentos étnicos tendencias y pronósticos de crecimiento (2024-2029) que se encontro en la pagina de mordorintelligence que nos detalla un análisis de participación y tamaño del mercado de alimentos étnicos tendencias y pronósticos que explica lo siguiente;

El tamaño del mercado de alimentos étnicos se estima en 45,46 mil millones de dólares en 2024 y se espera que alcance los 67,81 mil millones de dólares en 2029, creciendo a una tasa compuesta anual del 8,33% durante el período previsto (2024-2029).

Periodo de Estudio	2019-2029
Volumen del mercado (2024)	USD 45.46 mil millones de dolares
Columen del mercado (2029)	USD 67.81 mil millones de dolares
CAGR (2024-2029)	8.33%
Marco del Crecimiento Mas Rapido	Europa
Mercado Mas Grande	America del Norte

<https://www.mordorintelligence.com/es/industry-reports/ethnic-foods-market>

Con las crecientes tasas de inmigración debido a las oportunidades de empleo, la educación superior y el turismo, la demanda de alimentos étnicos ha ido aumentando, y en el mediano plazo, con el aumento del consumo de alimentos nutritivos y el aumento de la inversión de capital en la producción de alimentos

saludables de origen étnico. , se espera que el mercado estudiado gane tracción durante el período previsto.

Los fabricantes de alimentos étnicos se están centrando en el factor conveniencia, la calidad de los alimentos, las variantes culinarias y los formatos de envasado de los productos. El mercado de alimentos étnicos continúa diversificándose a medida que los consumidores continúan experimentando con nuevas experiencias culinarias.

4.- Desafíos y Oportunidades del Negocio de Comida Mexicana en EE.UU

Competencia en el mercado de alimentos étnicos : Evaluar la competencia dentro del sector de la comida étnica, incluyendo la comida Italiana, china y mediterránea, así como entre los propios negocios mexicanos, desde restaurantes hasta grandes cadenas.

La cocina italiana, mexicana, china y mediterránea son joyas culinarias que comparten historia, mezclan sabores e ingredientes y se han influenciado unas a las otras. La gastronomía mexicana tiene influencias libanesas desde el siglo XIX el taco de pastor por ejemplo representa la unión entre ambos orígenes.

La cocina italiana comenzó a fusionarse con los ingredientes y técnicas culinarias mexicanas. Ingredientes italianos fundamentales como el tomate, el ajo y el orégano ya eran parte esencial de la cocina mexicana, lo que facilitó la integración y adaptación de las recetas italianas. Con el tiempo la pizza y la pasta fueron adoptados a los gustos locales de cada región.

Los orígenes de la fusión mexicano-china se remontan a principios del siglo XX, cuando los inmigrantes chinos comenzaron a establecerse en México. A medida que se adaptaron a su nuevo hogar, también adaptaron su cocina, mezclando ingredientes y técnicas tradicionales chinas con sabores mexicanos locales un platillo que lo describe es el auténtico chop suey mexicano que consta de los típicos fideos chinos y la combinación vegetal como calabacita, zanahoria y carne, ya sea pollo, carne molida o camarones.

Según el diario Excelsior en un artículo publicado el 7 de mayo del 2022 dice que, la competencia entre estas cocinas son en realidad una alternativa para el comensal que disfruta de la combinación de los ingredientes fusionados en su propio estilo ofreciendo una alternativa a la cocina local e internacional.

No existe alguna cadena de comida que defina la fusión de estas 4 gastronomías pero su popularidad individual es de gran éxito.

TOP 10 Ranking de cadenas de comida rápida (qamarero.com)

La influencia de la cocina mediterránea en México según Ruben de Luna (excelsior.com.mx)

Barreras para pequeños negocios mexicanos: Identificar los obstáculos que enfrentan los propietarios de restaurantes mexicanos, como regulaciones de salud, dificultades en la cadena de suministro de productos frescos y especias, barreras lingüísticas y culturales, y acceso a financiamiento.

Los principales obstáculos para emprender un negocio van desde tener poca claridad de las necesidades del mercado y no conocer herramientas digitales para vender, ignorar requisitos legales para contratación de personal etc.

Las barreras financieras se deben a:

1. Dificultades para obtener financiamiento. (los latinos tienen la tasa más baja de usar préstamos bancarios y de instituciones financieras para iniciar sus negocios en comparación con otros grupos raciales y étnicos)
2. Falta de información y tutoría para administrar el negocio y tomar decisiones.
3. Puntaje bajo en el historial de crédito
4. Falta de documentación válida para beneficios de hacienda.
5. baja alfabetización y capacidad para comunicarse en inglés

El departamento de salud hacen cumplir las regulaciones sobre seguridad alimentaria, saneamiento e higiene con inspecciones periódicas y muy específicas sobre el etiquetado y leyes laborales conforme a cada estado.

Oportunidades de expansión: Explorar cómo los restaurantes mexicanos pueden expandir sus negocios aprovechando las nuevas tendencias como el delivery, las

apps de comida a domicilio, o el aumento del consumo de alimentos orgánicos y de origen sostenible como opción.

La industria de restaurantes mexicanos pequeños en Estados Unidos son un sector de vital importancia para la economía del país que atraviesa un momento de transformación y adaptación en el año 2024, 6 de cada 10 mexicanos piden comida a domicilio. Para poder brindar este servicio a los restaurantes necesitan subcontratar un servicio de entrega o crear el suyo propio.

En el mundo post-COVID, la demanda por servicio a domicilio, incremento por necesidad y se ha quedado para muchos como un confort y en muchos casos por lujo.

Los restaurantes pequeños se pueden beneficiar y expandir si saben utilizar todas las aplicaciones disponibles para facilitar que su comida llegue hasta la puerta del cliente. El “delivery” (servicio de entrega) se consolida y vislumbra la rentabilidad, compañías como estas cobran un servicio alto al cliente por el delivery y un porcentaje se queda para la tienda, si el cliente elige usar esta aplicación quiere decir que es el restaurante tiene validación de elección preferida.

Uber Eats, DoorDash, Grubhub, Postmates son las cuatro aplicaciones más populares para los entregos de comida en Estados Unidos. Entre 2024 y 2029, este mercado tendrá una tasa de crecimiento anual compuesto del 9,49 %, lo que implica un aumento en la suma proyectada de \$1,22 billones a \$1,92 billones a nivel mundial.

La tecnología para restaurantes que no puede faltar, los softwares de gestión y control para llevar el control de ventas, inventarios, comandas, recetas y áreas de producción, entre sus múltiples funciones. El 81% de la inversión en tecnología para restaurantes se destina al Punto de Venta (POS, por sus siglas en inglés). El Punto de Ventas para restaurantes se encarga de agilizar los procesos donde se tiene una interacción directa con el cliente, permitiendo ejecutar transacciones diarias y obtener información valiosa de cada una de las operaciones que se registran.

A medida que la inflación muestra signos de alivio, los consumidores disponen de más dinero para gastar, lo que proporciona un impulso adicional para los alimentos y bebidas orgánicos que son considerados de precio más elevado que la comida común, el consumidor por medio de estas aplicaciones puede ver otras opciones que se muestren menús más saludables orgánicos para hacer sus elecciones.

5.- Legislación y Regulaciones

Políticas de inmigración y su impacto en la mano de obra. Abordar cómo las políticas de inmigración afectan a la mano de obra en la industria alimentaria, dado que muchos trabajadores en el sector de la restauración en EE.UU son de origen latino.

Las políticas migratorias mejoradas ayudan a impulsar la prosperidad en todos los países, Estados Unidos lo ha hecho pero sus políticas de inmigración siguen afectando el impacto de continuo crecimiento, el consumo de frutas y verduras crece, pero el apoyo a la mano de obra migrante hace falta, los campos anglosajones son de mano de latinos, no existe la posibilidad de crecimiento de empresas dedicadas a los alimentos porque los cultivos son trabajos por manos de inmigrantes, lamentablemente las políticas de inmigración son cada vez más difíciles de satisfacer para la gente que quiere trabajar la tierra, por lo menos bajo las reglas visa de permiso de trabajo o trabajador temporal.

Para dar un poco de contexto sobre la ayuda de los inmigrantes en la mano de obra, tan solo en 2020, las industrias agrícola, pesquera y forestal contribuyeron con más de \$175 mil millones al PIB de Estados Unidos y apoyaron a más de 2.3 millones de trabajadores.

Regulaciones alimentarias: Examinar las regulaciones de seguridad alimentaria que los negocios de comida mexicana deben cumplir en Estados Unidos y cómo esto puede impactar la operación de pequeños y medianos restaurantes.

La FDA ha establecido regulaciones específicas para garantizar la inocuidad de los alimentos. Todos los restaurantes deben cumplir con las mismas reglas de sanidad no importa cualsea el tipo de comida o restaurante, la gestión adecuada de la seguridad alimentaria es clave ya sean restaurantes chicos medianos y corporaciones.

- Mantener la limpieza y el orden de las instalaciones
- Contar con áreas para la preparación de alimentos
- Utilizar agua potable
- Tener un proceso de descongelamiento seguro
- Contar con políticas de almacenamiento y transporte de alimentos
- Trazar el origen de los ingredientes
- Tener un sistema de gestión de residuos
- higiene del personal
- Capacitar a todo el equipo

Contar con toda la documentación al día (licencia de funcionamiento del restaurante, Certificados de salud del personal, registro de limpieza y mantenimiento de las instalaciones, registro de control de plagas, acta de inspección anterior.

Toda la mercancía que se utilice en el restaurant debe de estar controlada, alimentos, químicos y plásticos, deben de presentar recibo de proveedores autorizados y aceptados por la FDA y el USDA y su distribución debe de estar separada y etiquetada con fecha de compra y fecha de caducidad. instalaciones, registro de control de plagas, acta de inspección anterior.

6. Tendencias Futuras

Futuro del negocio de comida mexicana en EE.UU.: Explorar cómo se espera que el negocio evolucione, incluyendo la expansión hacia otros mercados (como comida mexicana vegana o fusión con otras culturas) y el uso de nuevas tecnologías para mejorar la experiencia del cliente.

Los negocios pequeños están aprendiendo de los grandes, con la tecnología actual la oportunidad de expansión y crecimiento e innovación se pueden disparar a ser cadenas con más enfoque en calidad, sabor y sazón.

Las cadenas de comida mexicana abren también un canal para todo tipo de inversionistas que tengan la posibilidad económica de comprar una franquicia y ser parte de este movimiento.

La comida mexicana vegana y la gourmet, ganan terreno ante la demanda de la nueva generación de consumidores. Los chefs están creando versiones veganas más sanas sin carne de platos icónicos como las enchiladas, el pozole y los tamales, utilizando sustitutos vegetales como el nopal, flor de calabaza, champiñones etc, para quienes buscan otras alternativas más sanas y experiencias más exóticas. Recordemos que los prehispánicos tenían una dieta no tan lejana del veganismo y principalmente basada en plantas.

Así esta riqueza gastronómica de la comida mexicana consigue el crecimiento y demanda y poco a poco se coloca a niveles internacionales, desde de la comida simple hasta lo más vegano y lo exótico con tendencias futuras.

IMPACTO CULTURAL.

1. Cultura y Gastronomía: El Rol de la Comida Mexicana en la Identidad Cultural

La gastronomía como expresión cultural: La comida es un componente fundamental de la cultura. La comida mexicana, reconocida por la UNESCO como Patrimonio Cultural Inmaterial de la Humanidad, no solo representa sabores y tradiciones, sino también prácticas sociales, costumbres y valores de las comunidades mexicanas.

Identidad y comunidad mexicana en EE. UU.: La comida ha jugado un rol importante en la preservación de la identidad cultural entre la comunidad mexicana en Estados Unidos. Para los migrantes, los restaurantes y taquerías se convierten en espacios de reconexión con sus raíces y tradiciones.

Comida como elemento de resistencia cultural: En muchos casos, la comida ha sido una forma de resistencia ante la asimilación forzada y la discriminación cultural. A través de la gastronomía, las comunidades mexicanas en EE. UU. han mantenido y difundido aspectos clave de su identidad.

Ciudades de cualquier país, nichos, grupos etc. puede marcar resistencia cultural y reaccionar a un grupo para mantener su identidad y valores ante la influencia de culturas dominantes es este caso en la ciudad de Ahwatukee, aquí no se siente la amenaza alguna siendo que es una ciudad también estacional y alberga temporalmente a muchas diferentes razas que invernan aquí por el clima cálido entonces es diversa y abierta.

Sin embargo, la resistencia cultural no se limita a la defensa pasiva de tradiciones; también implica una lucha activa por la visibilidad y el reconocimiento

de la diversidad cultural y a los mexicanos los aceptan y se sienten conectados de cierta manera en su cultura por medio de la comida.

2. Difusión y Popularización de la Comida Mexicana en Estados Unidos

Se menciona anteriormente que muchos de los ingredientes clasificados mexicanos son también de otros continentes que los españoles trajeron en su conquista, esto debido a la invasión árabe en España en el año 711 y posteriormente las guerras y expediciones de los mismos españoles a otras partes del mundo (como Asia, África y Medio Oriente), el intercambio de ingredientes y especias fue muy extenso.

La conquista o invasión española en México sucedió alrededor de 1519 con Hernán Cortés. Sin embargo, los españoles ya habían tocado tierras mexicanas anteriormente en 1517.

Entendemos entonces que la autenticidad y apropiación cultural de la comida mexicana se transformó a medida que se fue perfeccionando su estilo con los ingredientes que la identifican al estilo casero y así los inmigrantes la llevaron a Estados Unidos. El anglosajón la aceptó y la modificó y la internacionalizó, pero al estilo tex-mex.

3. Impacto Cultural de la Comida Mexicana en la Sociedad Estadounidense

Integración cultural a través de la gastronomía: La comida mexicana es un puente entre la cultura mexicana y la estadounidense, facilitando un proceso de integración cultural. Muchos estadounidenses, independientemente de su origen, han adoptado y apreciado los sabores de la comida mexicana, creando un vínculo cultural a través de la gastronomía.

Diversificación de la oferta gastronómica: En las últimas décadas, ha habido un auge de restaurantes que ofrecen comida mexicana auténtica, no solo en las ciudades fronterizas o con grandes poblaciones hispanas, sino en todo el país. Este fenómeno refleja un cambio en la percepción de la comida mexicana, pasando de ser comida étnica o “exótica” a ser parte integral de la cultura alimentaria estadounidense.

Intercambio cultural e hibridación: La cocina mexicana en EE. UU. no es un fenómeno estático. A través de la fusión con otras cocinas (como la fusión mexicana-asiática o mexicana-vegetariana), se han generado nuevas expresiones gastronómicas que reflejan la diversidad cultural de Estados Unidos y otras culturas.

La ciudad de Ahwatukee cuenta con un gran porcentaje de población mexicana pero aún carece de conocer platillos con más significado étnico fuera de lo tex-mex y los platillos más comunes de tacos de carne asada, tamales enchiladas etc.

Para otros países fuera de México y Estados Unidos la comida étnica típica mexicana pasa a ser una comida más “exótica. En Europa y Asia, esta comida se ha mostrado como una fusión que queda fuera de lo “típico” la presentación del platillo es diferente, elaborados con ingredientes y técnicas que dan otro matiz creando una obra de arte que es más para admirar que para comer y pasa de ser una comida que satisfaga el apetito a ser un bocadillo “delicatesen” desde una visión más sofisticada y formal que de lo tradicional, pero sigue creando un vínculo cultural a través de la gastronomía.

4. Comida Mexicana y Percepción de lo Auténtico;

Autenticidad vs. adaptación: Un tema recurrente en el negocio de la comida mexicana es el debate sobre la autenticidad. ¿Qué define a un restaurante mexicano como “auténtico”? ingredientes auténticos, frescos y de calidad para su sabor, la preparación de los platillos, el ambiente, la música, la decoración del lugar, la presentación de la comida y la oportunidad de hablar español si se requiere o se permite se debe de sentir la intensidad y no percibirse solo como un concepto. Aquí se aborda también el turismo culinario que trata de una inmersión profunda en la historia, las tradiciones y las personas que dan vida a la gastronomía de un lugar, experiencias gastronómicas auténticas.

Los embajadores de la cultura mexicana a través de la comida son las manos que demandan pasión y respeto por los orígenes de sus ingredientes y muestran un compromiso firme con la evolución y adaptación de la cocina mexicana a las nuevas corrientes globales sin perder su identidad y son capaces de enfrentar estos retos y transformar la forma en que México y el mundo experimentan la comida.

5. Influencia de la Población Latina en el Mercado nostálgico y El Empoderamiento Empresarial.

El mercado Nostálgico: Muchos migrantes mexicanos en EE. UU. buscan productos y platillos que les recuerden su tierra natal. Este “mercado nostálgico” ha generado una demanda importante para ingredientes y productos que hasta hace unas décadas eran difíciles de conseguir fuera de México.

El incremento continuo de migrantes connacionales representa un nicho de mercado que demanda constantemente productos de origen mexicano por quienes se aferran a sus raíces cuando están lejos de su país de origen y hacen todo lo posible por consumir los productos que conocieron en su infancia, este grupo de productos comprende alimentos, bebidas, artesanías y artículos de regalo entre otros.

El empoderamiento empresarial del migrante en Estados Unidos es importante. Los migrantes poseen una gran capacidad de trabajo, resiliencia y creatividad, cualidades que son esenciales para el éxito empresarial.

La concentración de hispanos en el estado de Arizona simboliza para las empresas familiares una oportunidad de negocio constante entre la micro, pequeña y mediana empresas que tienen la capacidad de abastecer el mercado en pequeñas cantidades, expandir sus mercados, incrementar sus utilidades, diversificar riesgos y los mercados. Hay numerosas industrias en las que los migrantes mexicanos pueden incursionar y tener éxito.

6. Gastronomía Mexicana y Diplomacia Cultural

Cocina como herramienta de diplomacia: En las últimas décadas, los gobiernos y las instituciones culturales han utilizado la comida como una herramienta de diplomacia. La comida mexicana ha servido para construir puentes culturales y fomentar el entendimiento entre las dos naciones.

Un artículo de la revista *la orden mundial* publicada en un artículo escrito por Pablo Moral en 2017 comenta que la gastro diplomacia, puede utilizarse como punto de intercambio cultural entre países construyendo un puente para proyectar una determinada imagen nación en el exterior. México y Estados Unidos son un ejemplo de cómo la gastronomía mexicana ha ganado reputación y afluencia entre estas dos sociedades como un elemento constitutivo de cultura de un pueblo. Es un intercambio de culturas entre países. El Taco Fest y Cinco de Mayo; se han convertido en espacios de intercambio cultural icónicos donde se celebra la gastronomía mexicana compartida por ambos países.

México ha cumplido el objetivo de ampliar de su presencia a nivel internacional a través del intercambio cultural y ha dado una buena reputación

internacional proyectando una determinada imagen en el exterior con su arte culinario

MARCO CONTEXTUAL.

De acuerdo con las estadísticas publicadas por Point2homes la ciudad de Ahwatukee presenta los siguientes datos:

Estilo de vida de Ahwatukee

Ahwatukee es un pueblo urbano de Phoenix, Arizona. Ahwatukee forma la parte más al sur de Phoenix y se considera parte de la región de East Valley del área metropolitana de Phoenix.

En 2022, Niche calificó a Ahwatukee como "n.º 1 entre los mejores vecindarios para vivir

Geografía

Ahwatukee Village limita con la carretera 10 al este, South Mountain al norte y Gila River Indian Community y la carretera 202 al oeste y al sur. Ahwatukee está geográficamente aislado del resto de Phoenix y alguna vez se consideró apropiado para el desarrollo semirural en Phoenix.

Población total.

Hay 68.915 residentes en Ahwatukee, con una edad promedio de los 41 a los 7 años. Los ciudadanos nacidos en los EE. UU. representan el 86,34 % del grupo de residentes en Ahwatukee, mientras que los ciudadanos no nacidos en los EE. UU. representan el 8,52 %. Además, el 5,14% de la población está representada por no ciudadanos.

Un total de 58,111 personas en Ahwatukee viven actualmente en la misma casa que el año pasado.

Según estimaciones de 2016, Ahwatukee Village demographics. El 83% de la población es blanca, el 6,5% es asiática, el 5,6% es negra o afroamericana, el

1,6% es nativa americana y el 3,3% se identifica como de alguna otra raza. El 12,3% de la población es hispana.

Población por hombres

49,79% son hombres

Población por mujeres

50,21% son mujeres

Estadísticas de empleo

Los trabajadores administrativos representan el 88,46% de la población activa en Ahwatukee, mientras que los empleados manuales representan el 11,54%. También hay 3.216 empresarios en Ahwatukee (8,58% de la fuerza laboral); 27.328 trabajadores ocupados en empresas privadas (72,94%); y 4.334 personas que trabajan en instituciones gubernamentales (11,57%).

Estadística de vivienda

Hay un total de 28,129 hogares en Ahwatukee, cada uno compuesto por alrededor de 2 miembros. Los establecimientos familiares representan el 67,04% de estos hogares de Ahwatukee, mientras que las unidades no familiares representan el 32,96% restante. Además, el 29,85% de los hogares tienen niños y el 70,15% de los hogares no tienen niños.

Datos de propiedad y arrendamiento

¿Cuántos propietarios e inquilinos hay en Ahwatukee?

Hay 30.034 unidades de vivienda en Ahwatukee y el año promedio en el que se construyeron estas propiedades es 1995. De las 28.129 unidades de vivienda ocupadas en Ahwatukee, el 70,59% están ocupadas por sus propietarios, mientras que el 29,41% tienen inquilinos viviendo en ellas.

Mientras tanto, las propiedades compradas con hipoteca representan el 74,14% de las unidades, y el valor medio de una vivienda con hipoteca es de

489.300 dólares. En general, los costos de vivienda alcanzan los \$1,883 por mes en Ahwatukee.

Estadística de ingresos

¿Cuáles son los ingresos medios y promedio en Ahwatukee?

El ingreso familiar anual promedio en Ahwatukee es de \$142,061, mientras que el ingreso familiar medio es de \$115,101 por año. Los residentes de 25 a 44 años ganan 106.018 dólares, mientras que los de 45 a 64 años tienen un salario medio de 140.974 dólares. Por el contrario, las personas menores de 25 años y las mayores de 65 ganan menos, 50.388 dólares y 87.279 dólares, respectivamente.

Datos de Educación

¿Cuál es el nivel de educación en Ahwatukee?

Aproximadamente el 15,95% de la población de Ahwatukee tiene un título de escuela secundaria (es decir, 9.075 residentes), mientras que el 24,52% ha obtenido un certificado universitario (13.950 locales) y el 31,01% tiene una licenciatura (17.643 personas).

Estadística de Estado civil

¿Cuál es el estado civil de los residentes de Ahwatukee?

Un total de 16.989 personas en Ahwatukee nunca se han casado (lo que representa el 29,5% de la población total), mientras que 31.425 de ellas están casadas (54,57%). Los residentes separados y divorciados son menos numerosos, 671 (1,17%) y 6.321 (10,98%), respectivamente.

Datos de transporte

¿Cuáles son los medios de transporte más comunes en Ahwatukee?

Los tres principales medios de transporte que utilizan las personas en Ahwatukee para ir al trabajo son: automóvil, caminar y autobús o trolebús. Un total de 27.878 residentes se desplazan en coche, 272 prefieren ir a pie al trabajo y 239 en autobús o trolebús.

MARCO CONCEPTUAL.

Impacto cultural.- El impacto cultural es una herramienta fundamental para entender como las ideas, los valores, y las practicas culturales se trasmiten y se afuencian entre las personas y las comunidades, puede ser intencionado o no intencionado y puede tener consecuencias significativas en la forma en la que las personas piensan, sienten y se comportan.

Comida mexicana.- Es el conjunto de platillos y técnicas culinarias de México que forman parte de las tradiciones y vida común de sus habitantes, enriquecida por las aportaciones de las distintas regiones del país, que deriva de la experiencia del México prehispánico con la cocina española, entre otras. El 16 de noviembre de 2010, la gastronomía mexicana fue reconocida como Patrimonio cultural inmaterial de la Humanidad por la Unesco.¹²

Proyecto de inversion.- Un proyecto de inversión es una propuesta de acción que requiere recursos para su ejecución y se evalúa financieramente para determinar su factibilidad económica, considerando también aspectos técnicos, ambientales, sociales y jurídicos.

Tacos de Canasta.- Popular preparación culinaria mexicana que consiste en tortillas rellenas de diversos guisados,² típicamente papa, chicharrón, frijoles o adobo, y bañadas en aceite o manteca derretida.

Food Truck.- Vehículo adaptado para cocinar y vender comida en distintos sitios. Estas unidades móviles combinan la versatilidad de un restaurante con la movilidad de un vehículo, ofreciendo una experiencia culinaria incomparable.

CAPITULO III. METODOLOGIA.

MODELO DEDUCTIVO

- DEFINICION.

El método deductivo es una forma de razonamiento lógico que parte de premisas generales para llegar a conclusiones particulares. Se basa en la idea de que, si las premisas de un argumento son verdaderas, entonces la conclusión también debe serlo. El proceso deductivo sigue una estructura formal, donde se aplican reglas lógicas estrictas para garantizar que la conclusión se derive necesariamente de las premisas.

El método deductivo se estructura en tres partes principales:

Premisas. - Son proposiciones generales o principios aceptados como verdaderos. Estas premisas son el punto de partida para el razonamiento deductivo.

Proceso de razonamiento. – A través de la aplicación de reglas lógicas, las premisas se analizan y se relacionan entre si para formar un argumento coherente.

Conclusión. – Es la proposición particular que se deduce de las premisas. Si las premisas son válidas y el razonamiento es correcto, la conclusión también lo será.

El método deductivo es común en la ciencia, las matemáticas y la filosofía, ya que permite establecer verdades a partir de teorías generales y axiomas.

Aquí, la conclusión se deriva inevitablemente de las dos premisas. Si las premisas son ciertas, la conclusión también debe ser cierta.

CARACTERISTICAS.

El método deductivo se caracteriza por los siguientes aspectos:

1.- Razonamiento de lo general a lo particular.

Parte de principios o premisas generales aceptadas como verdaderas para llegar a conclusiones específicas sobre casos particulares.

2.- Validez lógica. - Si las premisas son verdaderas y el razonamiento sigue las reglas lógicas son adecuadas, la conclusión necesariamente debe ser verdadera.

3.- Conclusión predecible. - La conclusión no introduce nueva información, se deriva completamente de las premisas iniciales.

4.- Precisión y exactitud. - Es preciso porque sigue una estructura lógica rigurosa que no permite ambigüedades en la conclusión.

- IMPORTANCIA DEL METODO DEDUCTIVO

Es fundamental en varias disciplinas debido a su capacidad para proporcionar conclusiones lógicas y certeras a partir de principios generales.

Su importancia radica en los siguientes aspectos:

Fundamento de la lógica y la ciencia formal.

Precisión y exactitud en la deducción.

Aplicación en la resolución de problemas.

Verificación de teorías.

Creación de modelos explicativos.

Desarrollo del pensamiento crítico.

Consistencia en el razonamiento.

ENFOQUE CUANTITATIVO.

Investigación cuantitativa:

Es aquella en la que se recogen y analizan datos cuantitativos sobre variables. La investigación cualitativa evita la cuantificación.

Características:

La Metodología Cuantitativa es aquella que permite examinar los datos de manera numérica, especialmente en el campo de la Estadística. Para que exista Metodología Cuantitativa se requiere que entre los elementos del problema de investigación exista una relación cuya Naturaleza sea lineal. Es decir, que haya claridad entre los elementos del problema de investigación que conforman el problema, que sea posible definirlo, limitarlos y saber exactamente donde se inicia el problema, en cual dirección va y que tipo de incidencia existe entre sus elementos.

- La objetividad es la única forma de alcanzar el conocimiento, por lo que utiliza la medición exhaustiva y controlada, intentando buscar la certeza de este.
- El objeto de estudio es el elemento singular Empírico. Sostiene que, al existir relación de independencia entre el sujeto y el objeto, ya que el investigador tiene una perspectiva desde afuera.
- La teoría es el elemento fundamental de la investigación Social, le aporta su origen, su marco y su fin.
- Comprensión explicativa y predicativa de la realidad, bajo una concepción objetiva, unitaria, estática y reduccionista.
- Concepción lineal de la investigación a través de una estrategia deductiva.

ALCANCE CORRELACIONAL.

La utilidad y el propósito principal de los estudios correlacionales son saber cómo se puede comportar un concepto o variable conociendo el comportamiento de otra u otras variables relacionadas. Es decir, para intentar predecir el valor aproximado que tendrá un grupo de individuos en una variable, a partir del valor que tienen en la variable o variables relacionadas.

Un ejemplo tal vez simple, pero que ayuda a comprender el propósito predictivo de los estudios correlacionales, sería el correlacionar el tiempo dedicado a estudiar para un examen de estadística con la calificación obtenida en él. En este caso se mide en un grupo de estudiantes cuánto dedica cada uno de ellos a estudiar para el examen y también se obtienen sus calificaciones en el examen (mediciones en la otra variable); posteriormente se determina si las dos variables están o no correlacionadas y, si lo están, de qué manera.

En el caso de que dos variables estén correlacionadas, ello significa que una varía cuando la otra también varía (la correlación puede ser positiva o negativa).

Si es positiva quiere decir que sujetos con altos valores en una variable tenderán a mostrar altos valores en la otra variable. Por ejemplo, quienes estudian más tiempo para el examen de estadística tenderán a obtener una más alta calificación en el examen. Si es negativa, significa que sujetos con altos valores en una variable tenderán a mostrar bajos valores en la otra variable.

Por ejemplo, quienes estudian más tiempo para el examen de estadística tenderán a obtener una calificación más baja en el examen. Si no hay correlación entre las variables, ello nos indica que éstas varían sin seguir un patrón sistemático entre sí: habrá sujetos que tengan altos valores en una de las dos variables y bajos en la otra, sujetos que tengan altos valores en una de las variables y valores medios en la otra, sujetos que tengan altos valores en una variable y altos en la otra, sujetos con valores bajos en una variable y bajos en la otra, y sujetos con valores medios en las dos variables.

En el ejemplo mencionado, habrá quienes dediquen mucho tiempo a estudiar para el examen de estadística y obtengan altas calificaciones en él, pero también

quienes dediquen mucho tiempo y obtengan bajas calificaciones, quienes dediquen poco tiempo y saquen buenas calificaciones, quienes dediquen poco y les vaya mal en el examen.

Si dos variables están correlacionadas y se conoce la correlación, se tienen bases para predecir -con mayor o menor exactitud- el valor aproximado que tendrá un grupo de personas en una variable, sabiendo qué valor tienen en la otra variable. Negativamente con la satisfacción en la relación. Es decir, este tipo de estudios tienen como propósito medir el grado de relación que exista entre dos o más conceptos o variables (en un contexto en particular). En ocasiones sólo se analiza la relación entre dos variables, lo que podría representarse como $X \text{---} Y$; pero frecuentemente se ubican en el estudio relaciones entre tres variables, lo cual se podría representar así: $X \text{---} Y \text{---} Z$.

POBLACION.

NUMERO DE CLIENTES POTENCIALES

De acuerdo con los datos demográficos proporcionados en la ciudad de Ahuatukee y las encuestas realizadas sobre las edades de los residentes de esta ciudad se puede estimar que existe un potencial de 5400 clientes variables y rotativos tomando en cuenta que en los datos demográficos existen ciudadanos que solo vienen en épocas cuando el clima en Arizona es más cálido y en tiempos de verano mucha gente busca otras ciudades para alejarse de las altas temperaturas entonces un número más realista sería un 20% menos de los 5400 son alrededor de 4320 clientes potenciales. Por su edad, sus ingresos y estadística étnica.

CARACTERISTICAS

El modelo de negocio es un modelo abierto a todo tipo de personas que gusten de la comida mexicana, pero esta más enfocado en atraer clientes que ya tienen un antecedente sobre los platillos típicos de México y conocen lo que es un taco de canasta. Está dirigido a los latinos y en segundo lugar a los anglosajones

que ya conocen un poco más de la cultura mexicana y su gastronomía y pueden estar interesados en probar una opción más de un tipo de taco y causan un impacto culinario con tacos de canasta sus salsas y su servicio. Los clientes con más características para consumir los tacos de canasta del food truck según nuestras encuestas y los datos de ingresos son de las edades de entre los 18-24 años y de los 65 a más. Esto quiere decir que basado en la investigación de mercado clientes de entre los 18-24 se consideran clientes que comen fuera de casa por 3 razones, los de 18-21 son clientes que están en la universidad y necesitan este espacio de comida rápida ambulante y precio asequible, los de edades de 21-24 son clientes que ya trabajan y contemplan opción de comer fuera por lo menos 2 veces por semana siendo que si traban en oficinas ellos pueden llevar su propia comida a sus trabajos. Y los clientes de 65 a más son clientes con ingresos fijos que pueden comer incluso 3-4 días fuera de casa.

MUESTRA.

MUESTREO ALEATORIO SIMPLE

Es una de las clases más populares de muestreo probabilístico, es una técnica donde cada miembro de la población tiene la misma probabilidad de ser seleccionado como sujeto. Todo el proceso de toma de muestras se realiza en un paso en donde cada sujeto es seleccionado independiente de los otros miembros de la población.

En esta investigación aplicamos el muestreo aleatorio seleccionando un numero al azar que fue el numero 80 para hacer una encuesta a personas que casualmente caminaban en las calles y en un par de mercados el número de personas caminando rebasaba el número que necesitábamos y solo 60 de ellas se tomarían en cuenta si contestaban las preguntas , aquí el método se aplicó en la probabilidad de las personas que quisieran dar respuestas completas y así de 80 personas nos

quedaríamos solamente con 60 encuestas completas para completar este proyecto con la probabilidades deseadas.

TECNICAS DE RECOLECCION DE DATOS.

Para trabajar esta investigación donde los Habitantes de la Ciudad de Ahwatukee, Phoenix, del Estado de Arizona en los Estados Unidos, hasta la fecha, manifiestan una ausencia de venta de comida mexicana (Tacos de canasta) en Food Truck, teniendo un nulo impacto cultural en relación con la comida mexicana, es de gran importancia utilizar la técnica de cuestionarios mediante la escala de Likert.

“Las llamadas “escalas Likert” son instrumentos psicométricos donde el encuestado debe indicar su acuerdo o desacuerdo sobre una afirmación, ítem o reactivo, lo que se realiza a través de una escala ordenada y unidimensional”. (Bertram, 2008)

Escala de Likert

“La escala de Likert es uno de los tipos de escalas de medición utilizados principalmente en la investigación de mercados para la comprensión de las opiniones y actitudes Cuando se responde a un ítem de la escala de likert, el usuario responde específicamente en base a su nivel de acuerdo o desacuerdo. Las escalas de frecuencia con la de Likert utilizan formato de respuestas fijos que son utilizados para medir actitudes y opiniones. Estas escalas permiten determinar el nivel de acuerdo o desacuerdo de los encuestados”. (Muguira, 2024)

PROCESAMIENTO DE LA INFORMACION.

IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) es una herramienta de software utilizada para el análisis estadístico y la gestión de datos.

Es ampliamente utilizada en diversas disciplinas, como las ciencias sociales, la psicología, la medicina y la educación, para analizar grandes conjuntos de datos y obtener insights valiosos.

¿Para qué sirve IBM SPSS?

“Análisis Estadístico: SPSS permite realizar una amplia gama de análisis estadísticos, desde estadísticas descriptivas (medias, medianas, frecuencias) hasta pruebas inferenciales (t-test, ANOVA, regresión, análisis de varianza).

Gestión de Datos: Facilita la limpieza, transformación y manejo de grandes volúmenes de datos, asegurando que estén listos para el análisis.

Visualización de Datos: Ofrece herramientas para crear gráficos y tablas que ayudan a interpretar y comunicar los resultados de manera clara y comprensible.

Modelado Predictivo: Permite construir modelos predictivos que pueden ayudar a anticipar tendencias y comportamientos futuros.

Análisis de Encuestas: Es útil para analizar datos provenientes de encuestas, permitiendo la entrada y el procesamiento de datos de respuestas múltiples y escalas de Likert.” (IBM, S.f.)

¿Cómo se utiliza IBM SPSS?

Ingreso de Datos: Los datos pueden ingresarse manualmente o importarse desde diferentes fuentes, como hojas de cálculo, bases de datos y archivos de texto.

Preparación de Datos: Incluye la limpieza y transformación de datos, como la eliminación de valores perdidos, la recodificación de variables y la creación de nuevas variables.

Análisis de Datos:

Estadísticas Descriptivas: Selecciona las variables a analizar y genera estadísticas descriptivas como medias, desviaciones estándar y frecuencias.

Pruebas Inferenciales: Elige las pruebas estadísticas adecuadas (como t-test, ANOVA, regresión) según el tipo de datos y la hipótesis de investigación.

Visualización de Datos: Crea gráficos y tablas utilizando las herramientas de visualización de SPSS para representar los resultados de manera efectiva.

Interpretación de Resultados: Analiza los resultados obtenidos para responder las preguntas de investigación y formular conclusiones basadas en los datos.

Exportación de Resultados: Exporta los resultados en diferentes formatos (como PDF, Word, Excel) para su presentación y documentación.

Ejemplo de Uso de SPSS:

Con el tema de investigación sobre la ausencia de venta de comida mexicana (Tacos de canasta) en Food Truck, teniendo un nulo impacto cultural Los pasos serían:

Ingreso de Datos: Importar datos de encuestas y evaluaciones académicas.

Preparación de Datos: Limpiar los datos eliminando respuestas incompletas y recodificando variables.

Análisis Descriptivo: Generar estadísticas descriptivas para obtener una visión general del impacto cultural.

Pruebas Inferenciales: Realizar t-test para comparar el impacto cultural con la venta de comida mexicana.

Visualización: Crear gráficos de barras y tablas de frecuencias para ilustrar los resultados.

Interpretación y Exportación: Analizar los resultados y exportar los gráficos y tablas para incluirlos en el informe de investigación.

IBM SPSS es una herramienta integral que facilita cada etapa del análisis de datos, desde la preparación inicial hasta la interpretación y presentación de resultados, proporcionando una base sólida para la toma de decisiones informadas y basadas en datos.

CAPITULO IV. RESULTADOS

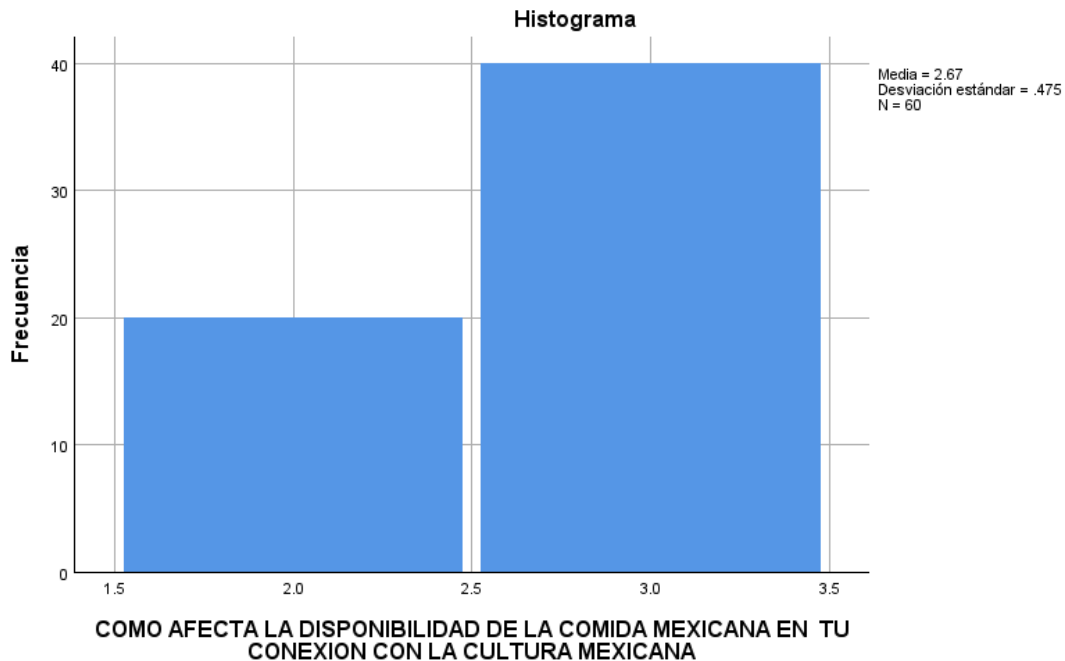
Estadísticos

COMO AFECTA LA
DISPONIBILIDAD DE LA
COMIDA MEXICANA EN TU
CONEXION CON LA CULTURA
MEXICANA

N	Válido	60
	Perdidos	0
Media		2.67
Mediana		3.00
Moda		3
Desv. Desviación		.475
Rango		1
Mínimo		2
Máximo		3
Suma		160

COMO AFECTA LA DISPONIBILIDAD DE LA COMIDA MEXICANA EN TU CONEXION CON LA CULTURA MEXICANA

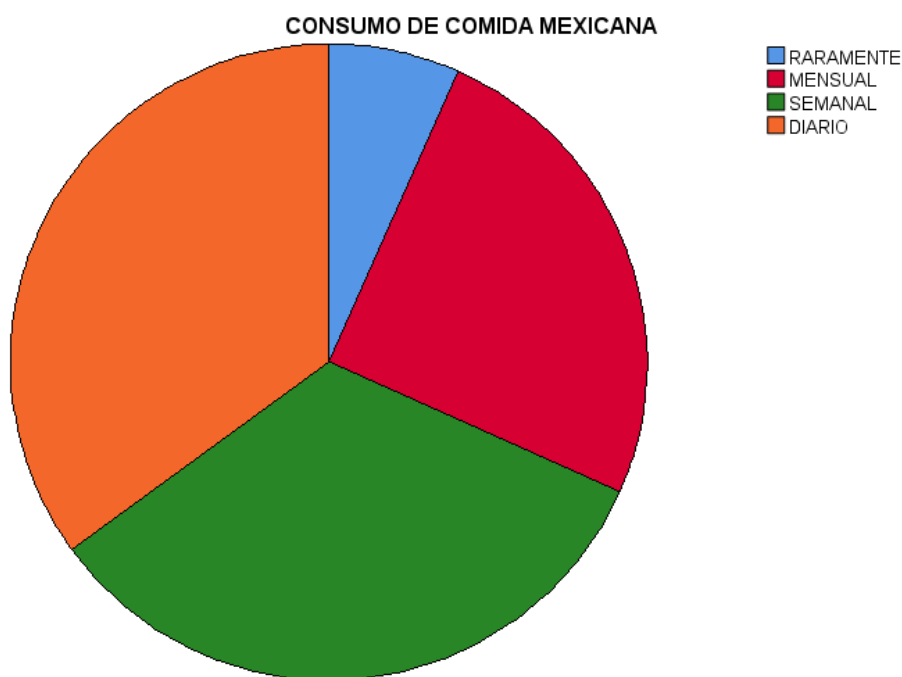
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO AFECTA	20	33.3	33.3	33.3
	FORTALECE	40	66.7	66.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



La conexión de la comida mexicana y su cultura en la ciudad de Ahwatukee resulta importante para sus habitantes, según las encuestas un 66.7% considera que su relación con la cultura mexicana por medio de esta gastronomía típica les fortalece sus raíces al sentirse participes en la economía de Estados Unidos. Algunos encuestados expresaron que el estar lejos de su país México lo que más extrañan es la comida y su sabor, pero sobre todo la compañía de la familia y amigos cuando degustan de estos alimentos. La mayoría de los encuestados son de origen anglosajón, mexicano y mexicoamericanos, un porcentaje de este 66.7% son de culturas mixtas, pero también expresaron su interés de sentirse conectados por la cultura mexicana que ha tomado auge en la última década según sus comentarios. Un 33.3% de los encuestados comenta que no les afecta. Lo que indica que la comida mexicana si fortalece la conexión con la cultura mexicana sin importar ser o no mexicano.

CONSUMO DE COMIDA MEXICANA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	RARAMENT E	4	6.7	6.7	6.7
	MENSUAL	15	25.0	25.0	31.7
	SEMANAL	20	33.3	33.3	65.0
	DIARIO	21	35.0	35.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



El ser humano tiene la necesidad de comer, esta es una de las necesidades primordiales para subsistir. Cuando se elige comer por gusto ya se está mezclando una decisión económica y un momento de felicidad culinario. En la encuesta 21 personas que suman un 35.0% hacen un consumo diario de comida mexicana, no definieron que platillo, pero generalizaron más sobre tacos de diferentes tipos, carne asada, pastor, birria y tacos de canasta, este último mostro una nostalgia en ellos al remitir que les gustaría tener esa opción más en los menús de los restaurantes o food truck. El 33.3% de las personas encuestadas dijeron que consumen comida

mexicana semanalmente ya sea en casa, trabajo, con amigos o a veces restaurantes, el 25.0% solo consume una vez por mes, algunos encuestados expresaron que les gusta experimentar la gastronomía de otras culturas pero la comida mexicana la consumen por lo menos una vez al mes por que es una comida popular y económicamente asequible, para otros que fueron minoría del 6.7% concluyeron que muy raramente la consumen porque no es un platillo que lo vean interesante o no lo sientes parte de su cultura.

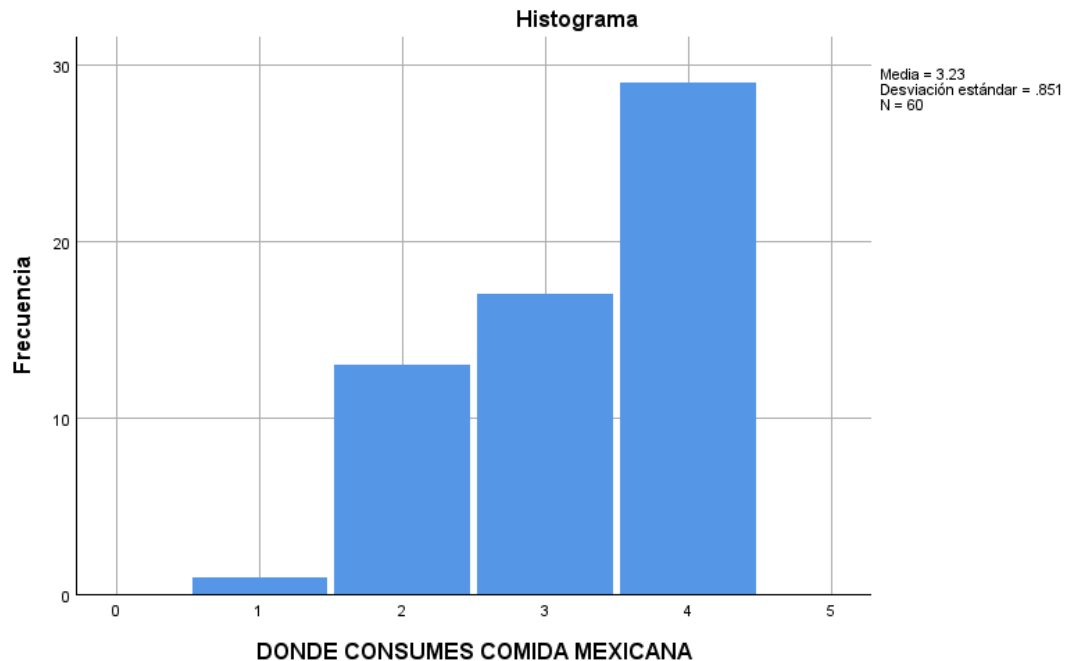
DONDE CONSUMES COMIDA MEXICANA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	CASA	1	1.7	1.7	1.7
	FOOD TRUCK	13	21.7	21.7	23.3
	RESTAURANT E	17	28.3	28.3	51.7
	CASA AMIGOS	29	48.3	48.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Estadísticos

DONDE CONSUMES
COMIDA MEXICANA

N	Válido	60
	Perdidos	0
Moda		4
Mínimo		1
Máximo		4
Suma		194



La frecuencia del y el lugar donde el cliente consume comida mexicana es variable la encuesta muestra que un 48.3% degusta de la comida mexicana en casa de amigos o familiares, no expresaron si compran comida y la llevan a compartir o solo son invitados a comer comida hecha por amigos o familiares en casa, en este caso para este proyecto de negocio este porcentaje se considera nulo porque no hay prueba clara de consumo real en restaurantes u otro establecimiento. El 28% lo hacen en restaurantes, la mayoría explico que los restaurantes de consumo es en lugares de diferentes categorías desde "sport bar" food truck y restaurantes de categoría media, los restaurantes "sport bar " son lugares donde ofrecen entretenimiento de todos los deportes en múltiples televisores y tienen diversidad de culturas como clientes que predominan los nativos anglosajones, mexicanos y afroamericanos, aquí se ven dos variedades de comidas que es la americana, típica hamburguesas, papas fritas etc, y platillos tex-mex nachos, tacos quesadillas, estos restaurante bar son muy populares en estados unidos, entre los encuestados solo algunos comentaron que comen en restaurantes de alta categoría donde la comida mexicana se muestra menos típica y es mas de fusión con otras culturas e ingredientes como la japonesa etc. . Un 21.7% se consume en las food truck fomentando que es una opción fácil y más barata y rápida al consumirla y es más

buscada por el antojo que necesidad de comer. solo el 1.7% lo consumen en casa por cuestión de tiempo.

Basado en esta estadística se muestra que los restaurantes y los food truck son de mayor preferencia para el consumidor, esto representa una oportunidad de mercado para el proyecto de inversión de este food truck de los tacos de canasta, por qué ¿ porque clientes que asisten a sport bar también tienen tendencia de parar a comer en food trucks después de haber disfrutado de ver alguno de sus juegos favoritos deportivos estos últimos pueden agregarse a la necesidad de más food truck para consumir algo diferente.

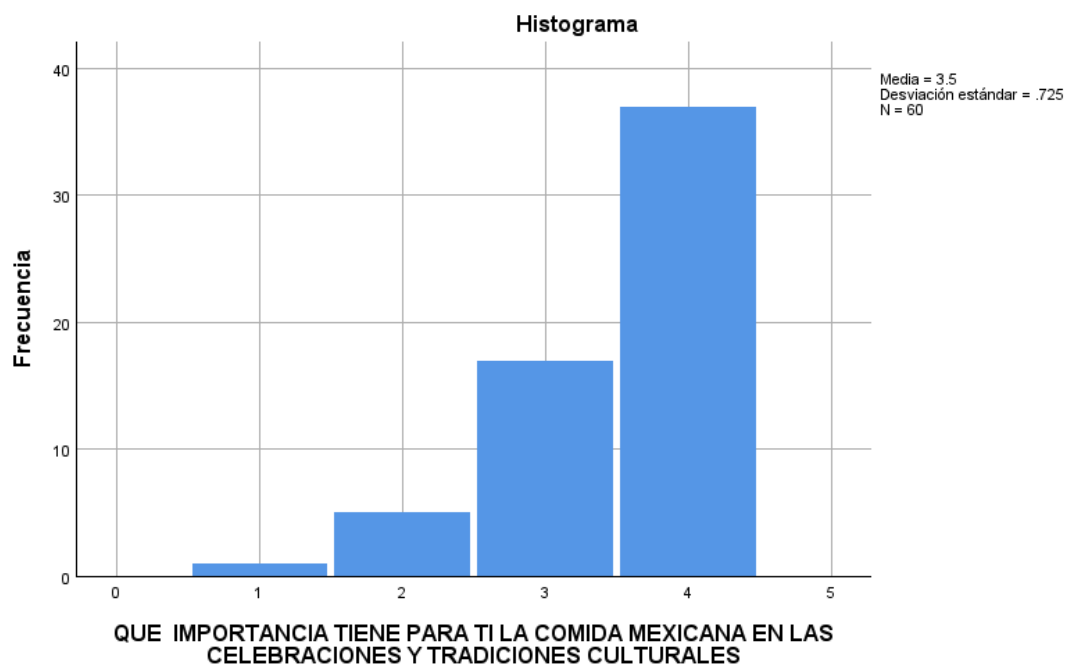
Estadísticos

QUE IMPORTANCIA TIENE
PARA TI LA COMIDA
MEXICANA EN LAS
CELEBRACIONES Y
TRADICIONES CULTURALES

N	Válido	60
	Perdidos	0
Media		3.50
Mediana		4.00
Moda		4
Desv. Desviación		.725
Varianza		.525
Mínimo		1
Máximo		4
Suma		210

QUE IMPORTANCIA TIENE PARA TI LA COMIDA MEXICANA EN LAS CELEBRACIONES Y TRADICIONES CULTURALES

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NADA IMPORTANTE	1	1.7	1.7	1.7
	POCO IMPORTANTE	5	8.3	8.3	10.0
	NEUTRO	17	28.3	28.3	38.3
	ALGO IMPORTANTE	37	61.7	61.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



Los mexicanos que viven en estados unidos tienen un vínculo inseparable con las tradiciones mexicanas y por sobre todo la comida que les representa en fechas conmemorativas como días de los muertos, cinco de mayo, la navidad etc.

Para cualquier cultura las celebraciones de cada país tienen importancia y muchas otras culturas representan sus tradiciones por medio de la gastronomía.

El 61.7% afirman la comida mexicana tiene importancia en las celebraciones, para algunos es importante porque les conserva el vínculo con la cultura y les permite sentirse conectados con sus raíces, La sociedad se encarga también de crear ese vínculo con repercusiones económicas positivas por los sectores, hoteleros, gastronómicos, el transporte público, la ropa entre otros puntos. Sin embargo, el patrimonio cultural también es una fuente de riqueza y una oportunidad de desarrollo económico para la sociedad.

El 28.3% lo considera neutro, tomemos en cuenta que las minorías en estados unidos celebran sus tradiciones en pequeñas comunidades y nichos de cultura lo cual no significa que todas las personas que viven en estados unidos celebren las tradiciones mexicanas con el mismo interés y tradición. El 8.3% opinaron que es solamente algo importante, esto quiere decir que no causa ningún efecto en ellos y solo el 1.7% decidió que no es nada importante.

¿Tiene importancia un food truck como impacto cultural en las celebraciones y cultura mexicana para los residentes de EE. UU.?

Si genera impacto de cultura, pero genera más en la economía al representar un negocio de comida mexicana que toma ventaja desde punto de vista empresarial para obtener ingresos.

¿De qué manera se logra este ingreso al utilizar la cultura?

Se logra utilizando estrategia de marketing, si se tiene un estudio de mercado entonces tendremos ya resultados del tipo de cliente potencial y en caso de la ciudad de Ahwatukee es importante por el número de mexicanos y mexicoamericanos que viven en el área.

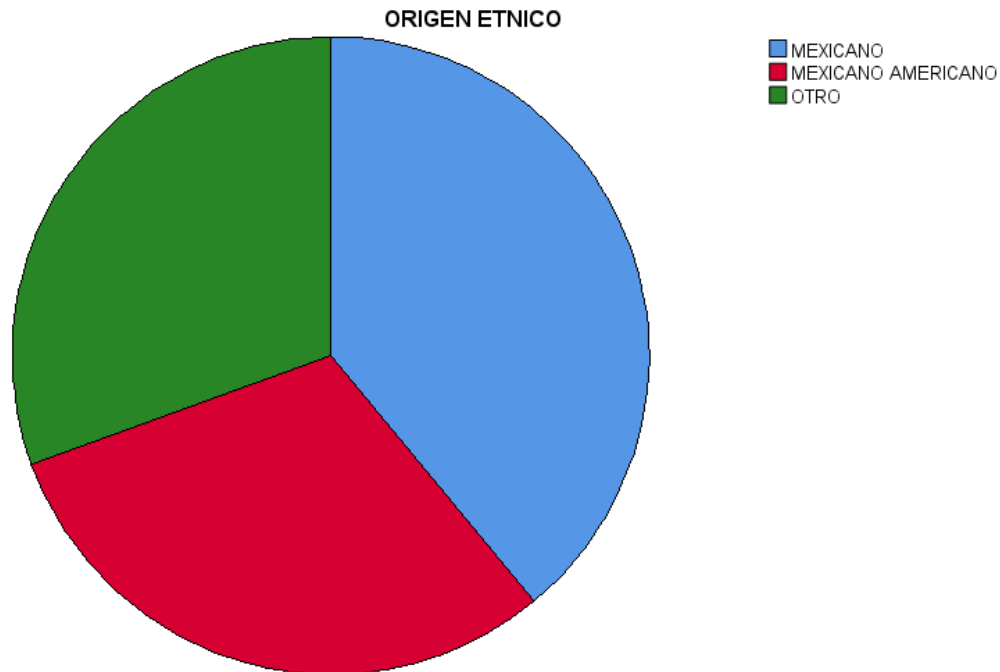
Estadísticos

ORIGEN ETNICO

N	Válido	59
	Perdidos	1
Media		1.92
Mediana		2.00
Moda		1
Mínimo		1
Máximo		3

ORIGEN ETNICO

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEXICANO	23	38.3	39.0	39.0
	MEXICANO AMERICANO	18	30.0	30.5	69.5
	OTRO	18	30.0	30.5	100.0
	Total	59	98.3	100.0	
Perdidos	Sistema	1	1.7		
Total		60	100.0		



La ciudad de Ahwatukee tiene una población de diversos grupos étnicos, de 59 personas que participaron en esta encuesta el 39.0% son mexicanos de diferentes estados de la república mexicana, los mexicanoamericanos son 18 encuestados que ocupan un 30.0% este porcentaje que empata con el mismo número de personas de otras etnicidades entre ellas el americano nativo anglosajón, asiáticos, afroamericanos y otras minorías todas suman un 30.0%. estas minorías se sienten atraídos por la cultura mexicana y la disfrutan solamente por medio de su comida. Observamos que el porcentaje más alto combinado es de mexicanos y Mexicoamericanos.

En la encuesta se puede asumir que el hablar de los mexicanoamericanos son al 100% ciudadanos mexicanos, pero no, muchos de ellos no hablan español, son hijos de padres mexicanos nacidos en estados unidos lo cual los hace ver un poco débiles en la creencia y practica de la cultura mexicana que la han vivido por medio de sus padres, pero no tienen lazos profundos como las personas que nacieron y crecieron los primeros años o más de su vida en México y vinieron a estados unidos.

Este resultado es muy positivo para este proyecto de negocio ya que el porcentaje más alto coincide en que la mayoría por etnicidad estaría dispuesto a comer un plato de comida mexicana en food truck de los tacos de canasta, esto

también afectaría positivamente al conservar el impacto cultural de un platillo más especial a los tacos típicos haciendo una diferencia con los tacos de canasta mostrándose como especialidad.

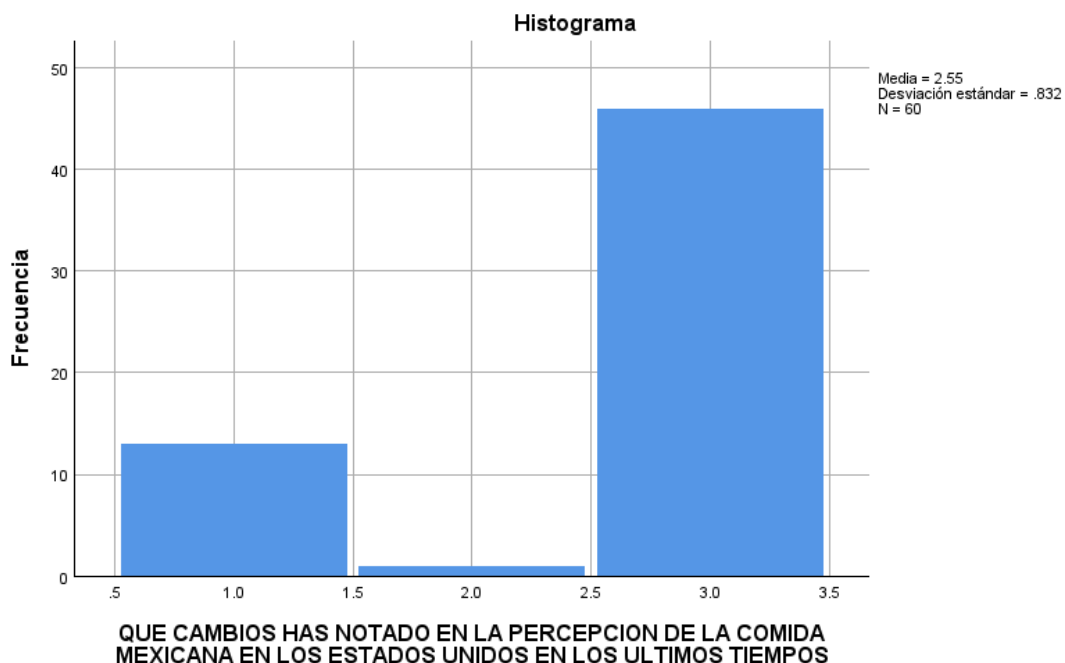
Estadísticos

QUE CAMBIOS HAS NOTADO EN LA PERCEPCION DE LA COMIDA MEXICANA EN LOS ESTADOS UNIDOS EN LOS ULTIMOS TIEMPOS

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mediana		3.00
Moda		3
Mínimo		1
Máximo		3
Suma		153

QUE CAMBIOS HAS NOTADO EN LA PERCEPCION DE LA COMIDA MEXICANA EN LOS ESTADOS UNIDOS EN LOS ULTIMOS TIEMPOS

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	NO HE NOTADO CAMBIOS	13	21.7	21.7	21.7
	MENOR ACEPTACION Y POPULARIDAD	1	1.7	1.7	23.3
	MAYOR ACEPTACION Y POPULARIDAD	46	76.7	76.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



La comida mexicana continúa abriendo espacios en el área gastronómica y sigue creando más demanda. El 76.7% consideran que la comida mexicana ha dado cambios positivos de aceptación y popularidad esto quiere decir que es posible que también otras culturas este abiertas a probar este lado gastronómico, ya sea por gusto por necesidad o curiosidad.

El 21.7% reporto que no ha notado cambios, no se puede definir si este porcentaje son personas que comen en los mismos lugares por preferencia y no exploran fuera de sus rutinas o son personas que tienen no se definen como parte de la cultura y no tienen interés alguno de lo que pasa dentro de esta cultura y gastronomía.

Solo el 1.7% dijo que la comida mexicana ha notado menor aceptación en la percepción de la comida mexicana. Se puede asumir que este por ciento vive en un lugar donde una minoría ha abarcado un área como nicho de alguna otra cultura que no es de mexicanos puede observar que existen otras culturas más fuertes en ese entorno demográfico.

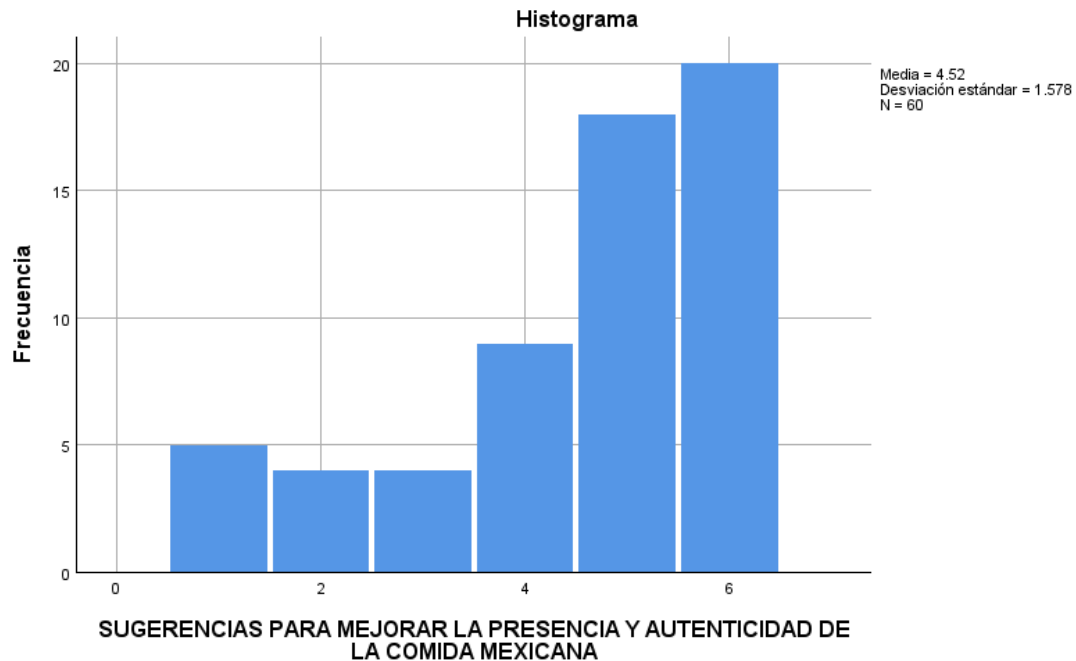
Estadísticos

SUGERENCIAS PARA
MEJORAR LA PRESENCIA Y
AUTENTICIDAD DE LA
COMIDA MEXICANA

N	Válido	60
	Perdidos	0
Mediana		5.00
Moda		6
Mínimo		1
Máximo		6
Suma		271

SUGERENCIAS PARA MEJORAR LA PRESENCIA Y AUTENTICIDAD DE LA COMIDA MEXICANA

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	MEJORES RECETAS PARA COCINAR	5	8.3	8.3	8.3
	NADA, SIN COMENTARIOS	4	6.7	6.7	15.0
	MAS TACOS DE LO MISMO	4	6.7	6.7	21.7
	PONER MENU EN COMIDAS CASERAS	9	15.0	15.0	36.7
	PONER MAS FOOD TRUCK EN LAS ESQUINAS	18	30.0	30.0	66.7
	MAS TACOS DE CANASTA EN LAS ESQUINAS	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



La comunidad de Ahwatukee por su diversidad étnica y por la demanda que presenta para la comida mexicana es importante validar su opinión para entender más sobre la necesidad del consumidor y los platillos mexicanos populares y no tan populares o qué tipo de establecimientos prefieren para el consumo de la comida mexicana. Las sugerencias varían y entre las más populares fue con el 33.3% los tacos de canasta, en segundo con un 30.0% es la de más food truck en las esquinas. 9 personas con el 15.0% sugirieron que se pongan en los menús platillos más caseros, muy pocos con un 6.7% solo sugirieron que se vendan más tacos de lo mismo al igual que el mismo porcentaje del 6.7% no dieron sugerencia un mínimo de 5 personas con el 8.3% comento mejorar las recetas para cocinar comida mexicana típica.

Estas sugerencias son importantes para este proyecto, midiendo los resultados de esta encuesta en particular vemos que los tacos de canasta y los food truck están dentro de la necesidad y demanda del consumidor.

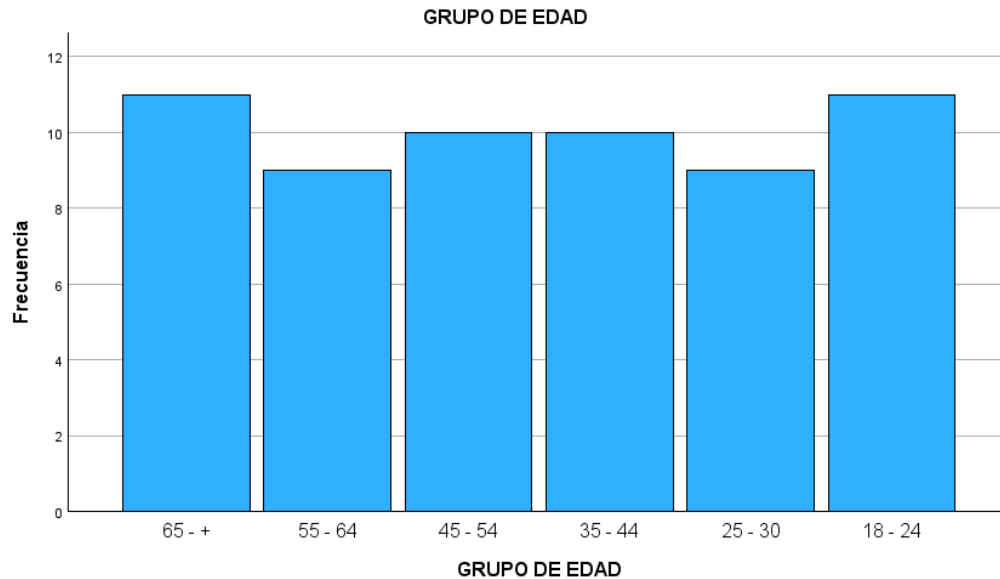
Estadísticos

GRUPO DE EDAD

N	Válido	60
	Perdidos	0
Media		3.50
Mediana		3.50

GRUPO DE EDAD

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	65 - +	11	18.3	18.3	18.3
	55 - 64	9	15.0	15.0	33.3
	45 - 54	10	16.7	16.7	50.0
	35 - 44	10	16.7	16.7	66.7
	25 - 30	9	15.0	15.0	81.7
	18 - 24	11	18.3	18.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	



Los clientes potenciales con más probabilidad de consumo son el porcentaje del 18.3% de dos edades diferentes, de las edades de entre los 18 y 24 años y de los de 65 años a más. La economía del primer grupo puede considerarse como un grupo de economía variada ya que son de edades en las que el cliente explora más en la gastronomía por cuestión de horarios o simplemente por probar diferentes lugares son más jóvenes, este grupo de edades puede contribuir mucho con el marketing digital ya sea positivo o negativamente siendo un grupo que maneja las redes sociales mejor que las otras edades, cualquier comentario puede afectar o no la reputación del food truck dependiendo de la perspectiva del cliente. El grupo de la edad de 65 a más se puede considerar como una de las economías más estables para este proyecto de negocio ya que Ahwatukee es una ciudad con un alto porcentaje de viviendas dedicadas a personas retiradas y pensionadas de la tercera edad, lo cual indica que este grupo cuenta con un ingreso fijo el cual permitiría al cliente ser un cliente fiel si el concepto y la comida es de su agrado. Los otros 3 grupos podrían ser considerados ocasionales y rotantes siendo que se muestran en una edad sin mucha diferencia y su consumo podría ser considerado clientes más precavidos para sus gastos, por las edades se asume existe más responsabilidad

sobre la familia, hijos entonces las probabilidades de consumo van a varias entorno a estas edades.

CONCLUSIONES.

Las conclusiones sobre este proyecto realizado se consideran factibles para llevarlo a cabo por los siguientes puntos.

1.- Basado en la investigación y el análisis detallado sobre la estructura de un proyecto de inversión, se observó que la demanda que existe sobre el producto a ofrecer se acomoda a las necesidades de los consumidores además de que los resultados dados en las encuestas realizadas sobre edades, niveles económicos y ciertas características que llenan el perfil de clientes potenciales de Ahwatukee esto indica que existe un porcentaje significativo para arrancar un proyecto exitoso y lucrativo.

2.-En segundo lugar, dentro del marco teórico se trazó un recorrido sobre el impacto cultural y gastronómico que aún no está explorado en esta área y que permite la oportunidad de satisfacer esta necesidad para los clientes potenciales y brindar una experiencia de servicio, calidad, creatividad e innovación aunque se presente como un tipo de negocio pequeño, en este tipo de modelo de negocio que también genera un espacio o un nicho que sirve como puente de comunicación para la reconexión de los mexicanos que buscan este vínculo con sus raíces y también para acaparar la atención de otras etnicidades, difundir y preservar la cultura de la gastronomía de la comida mexicana en Estados Unidos.

3.- Por último, El food truck de Los Tacos de Canasta podrá asentarse dentro del círculo de la cultura latino permitiendo ser también ser un modelo ideal empresarial para emprendedores de negocios pequeños que viven en Estados Unidos.

RECOMENDACIONES.

Es pertinente hacer unas recomendaciones relevantes para el buen funcionamiento del negocio a futuro para el lector que busque ejecutar un proyecto similar. Se puede basar en algún otro tipo de comida siempre y cuando el estudio de mercado se haya desarrollado exhaustivamente.

Desarrollar la idea, prepararla, crear cautelosamente las acciones de definición, y coordinación, seguir la secuencia donde se consideren los puntos importantes de planeación, duración y cierre de este.

Buscar alternativas es de vital importancia y tener en cuenta que la publicidad más importante es la previa al lanzamiento del producto, esto debido a que se debe dar a conocer el nombre, buscar posicionamiento y generar expectativa.

Es recomendable también, que, tras el lanzamiento del producto, se siga promocionando, especialmente en redes sociales, donde se genera mayor alcance a menor costo y cuidar la calidad sobre el trato al cliente ya que en el caso del proyecto de los tacos de canasta y sus clientes potenciales se dejó ver que un grupo de ellos hará más recomendación de cara a cara que por medio de aparatos móviles.

Todo proyecto tiene sus riesgos y su éxito y siempre dependerá de una buena administración, por lo cual es recomendable que se mantengan siempre buenas prácticas sin dejar de lado la esencia principal del negocio que es satisfacer la necesidad del consumidor y por sobre todo monitorizar y evaluar los procesos para ajustar cualquier estrategia utilizada y ofrecer una mejora en la ejecución de estos.

PROPUESTA.



1. Resumen Ejecutivo

Breve presentación del proyecto.

Teniendo en cuenta la falta de opciones de comida mexicana en la ciudad de Ahwatukee Este proyecto de Inversión tiene como objetivo satisfacer la creciente necesidad de incorporar e impactar un sector importante en la ciudad de Ahwatukee con la introducción de un platillo mexicano poco común en los menús de restaurantes mexicanos.

La base de este proyecto es unificar sectores étnicos y reafirmar una pequeña parte de la gastronomía mexicana mediante el antojito mexicano de tacos de canasta con el servicio de una camioneta móvil-food truck de comida rápida que facilitara esta opción.

Este proyecto aprovechara la oportunidad de los clientes potenciales que viven en esta área desde círculos minoritarios étnicos, asiáticos, afroamericanos a las mayorías de los habitantes que son anglosajones, hispanos y Mexicoamericanos.

La comida ha sido una forma de reunión y celebración, y ha evolucionado hasta convertirse en una forma de arte y expresión. El presente proyecto se enfoca en brindar una opción de comida que va a los clientes y los conecta a la cultura y tradición mexicana y tiene por objetivo reflexionar sobre el potencial de la gastronomía y la alimentación como generadores de desarrollo sostenible en la ciudad de Ahwatukee.

Objetivos clave de la inversión.

Los food truck es Estados Unidos son negocios pequeños de gran popularidad y demanda y es una alternativa asequible para iniciar un negocio pequeño, generar ingresos y su operación es poco complejo, es un modelo de negocio que se pueda sustentar con un máximo de dos a tres personas y con inversiones mínimas que van desde rentar una camioneta móvil para operar como miniempresa o también se puede comprar.

El propósito de la inversión de este proyecto no es solo el generar ingresos sustentables y tener un pequeño negocio con éxito, su objetivo también es el reforzar la cultura gastronómica mexicana detrás de este proyecto.

El food truck de tacos de canasta es un proyecto que no garantiza el crecimiento de más camionetas en el área su propósito el objetivo es de mantener un negocio estable que sea icono en la ciudad de Ahwatukee.

Iniciar un negocio de camioneta de comida generalmente requiere una inversión inicial más baja en comparación con la apertura de un restaurante tradicional. Los costes iniciales se reducen porque, no necesita una ubicación permanente. no necesita invertir en rentar o comprar una ubicación fija, lo que puede ser un gasto significativo.

Además de que los costos operativos, como los servicios públicos y los salarios del personal, son más bajos para la camioneta de comida. Por lo general, se necesitan menos empleados para manejar un camión de comida en comparación con un restaurante tradicional.

Aunque todavía necesita invertir en equipos de camiones de comida de calidad, los costos generales son menores que equipar la cocina de un restaurante a gran escala, este modelo de negocio permite ser una inversión asequible.

Beneficios esperados.

Los food truck se han convertido en una forma popular de disfrutar de la comida en los últimos años. Pero ¿qué son? Los camiones de comida son esencialmente restaurantes sobre ruedas. Se pueden encontrar en todo el país y su popularidad no hace más que aumentar. Hay pros y contras de ser propietario de un camión de comida,

El beneficio más grande de este modelo de negocio como proyecto de inversión es:

Primer lugar: la inversión de costo es relativamente bajo. Los camiones de comida se pueden comprar por una fracción del costo de un restaurante tradicional.

Segundo lugar: ofrecen una flexibilidad y libertad que no se tiene con un restaurante tradicional. Se puede llevar el food truck a donde quieras: eventos públicos, festivales, eventos de fiestas privadas a diferentes partes de la ciudad.

Tercero, los camiones de comida tienen una herramienta de marketing incorporada. Debido a que son móviles, las personas ven constantemente su camión y su marca y esta última es una manera de marketing casi gratuita.

Cuarto, No hay gastos generales fijos de propiedad y costosos como pagos de arrendamiento de local, luz, agua, internet, otra ventaja es el personal mínimo requerido para operar.

Monto total estimado requerido.

Estos son algunos elementos que se deben comprender al calcular cuánto costará abrir el negocio. Desde precios medios a los más altos y desde equipo usa a nuevo.

Los montos totales requeridos son en moneda América del dólar.

CAMION MOVIL GASTOS INICIALES Y COSTOS			
Equipo	Costo Estimado bajo	Costo Estimado alto	Notas
Camión Móvil y equipo	\$28,000,000 - \$45,000 (usada)	\$45,000 \$75.000(nueva)	Manejable, operacional para 3 personas
Rotulación del camión	\$ 750- \$1,000	\$1,000 -\$1,700	Dependiendo del diseño
Permisos y licencias para operar. <ul style="list-style-type: none"> • Licencia comercial • Numero de identidad fiscal • Licencia estatal de impuestos sobre ventas • Permiso de establecimiento de servicio de alimentos del departamento de salubridad de Arizona • Permiso de venta ambulante de la ciudad de Ahwatukee • Registro del vehículo y licencia comercial • Licencia ocupacional del tribunal del estado 	\$100 - \$700	\$100-700	Estas tarifas generalmente cubren el costo de la solicitud inicial, la inspección y la renovación de la licencia.
Póliza de seguro del vehículo con responsabilidad general	\$1,600 - \$2,200 anual	\$1,600-\$2500 anual	Depende del año del vehículo, millaje e historial del chofer. Los vehículos nuevos tienen mejores cotizaciones
Página Web	Gratis \$250.00	\$250-\$1500	Variable dependiendo de la complejidad de la página, gratis si se tienen habilidades de diseño grafico
Facebook/Instagram/Twitter	Gratis - \$3,000 anual	\$3,000 - \$3,600	Mantenimiento mensual \$250 tomar fotos videos, subir material a las redes. Gratis si se tienen habilidades en redes sociales para mantener información a flote.
Uniformes (Camisas)	\$700	\$1,500	3 empleados 4 camisas por empleado
Estacionamiento de rutas	\$2000-\$2600	\$2,000 - \$2600	Mensual depende de las áreas
Sistema POS (punto operative de ventas)	\$250- \$500	\$500-\$1000	Toast y Square más populares y económicos. Un teléfono también es una opción económica
Productos de papel	\$250	\$250	Básicos
Gastos de oficina (pizarrón de menú, impresora, etc.).	\$150	\$250	Los gastos son muy mínimos
Equipo de cocina: cazuelas, comales, cucharones, etc.	\$500 - \$800	\$500-\$800	El camión viene equipado con solo serian utensilios de cazuelas para preparación y refrigeración

Extintor de incendios	\$85	\$125	La inspección es gratuita anualmente por el departamento de bomberos
Estimado bajo Inversión Inicial total	\$57,235		Cantidades máximas utilizadas
Estimado alto de Inversión total		\$90,175	Cantidades máximas utilizadas
Gastos continuos	Estimado de costo mensual		Notas
Tipo			
Cocina Comercial renta	\$300		Pequeña
Teléfono celular (dos líneas)	\$225.00		Por dos líneas
Gasolina (5-7 galones diarios mínimo)	\$684.04		Indeterminado/mínimo variación 6 días por semana
Mano de Obra (3 personas tiempo completo 7 hrs. 6 días a la semana \$14.35)	\$7,308		Salario mínimo Arizona \$ 11.50-\$14.35por hora
contaduría	\$450		Contador- control de nómina y proveedores
Reparaciones	\$150		Reserva
Reabastecimiento de comida y bebidas. <ul style="list-style-type: none"> • Tortillas • Papel estraza • Frijol • Papa fresca • Chicharrón • Chorizo • Chiles chipotles • Chiles guajillos • Ajos • Sal • Cebollas • Perejil • Pimienta • Aceite vegetal • Refrescos • Carne para asar • Leche • Aguacates • Tomates rojos • Chiles serranos • Repollo • Chiles en Vinagre 	\$1650		Las compras se hacen semanales y la compra puede variar dependiendo de las ventas y pedidos de catering o participación en eventos donde se vende mas
Reabastecimiento de artículos de papel	\$171.22		Depende del precio de la mercancía y la frecuencia
Marketing en redes sociales	\$250		Puede ser gratis si se sabe el manejo
Total	\$11,188.26		Mensual

Ingredientes

Ingrediente	Cantidad	Marca	Precio	Secuencias
Tortilla amarilla para tacos	1 paquete 80 tortillas	Guerrero	\$4.29	6 paquetes por semana
Papel estraza (cubre canasta o vaporera)	Paquete de 1,000 hojas	Uniline	\$19.25	2 por mes
Papel cera para canastillas de servir	Paquete de 1,000 hojas	Uniline	14.97	2 por semana
Frijol	Saco de 25 libras	Goya	\$11.25	1 costal por semana
Papa fresca	Saco de 38 libras	Hilltop Farm	\$41.99	2 costales por semana
Chicharon prensado	Bolsa de 1 libra	chaparral	\$7.99	8 lbs por semana
chorizo	Paquete de 4 piezas 48 oz =3 libras	Cacique	\$14.49	4 paquetes por semana
Chiles chipotles	1 bote (6 libras)	Del sol	\$8.55	2 botes por semana
Chiles guajillos	1 libra bolsa	1400 Spices	\$13.97	5 libras por semana
Ajos	3 libras	Spice world	\$12.00	
Cebolla morada	8 libras bolsa	Tanimurs	\$5.98	3 bolsas por semana
Perejil	1 bunch	Frys	\$1.25	4 bunches por semana
Pimienta	1 libra	Butcher Ground	\$18.99	1 cada 2 meses
Aceite vegetal	2.84 libras (2 unidades)	Members Mark	\$10.98	1 unidad por semana
Carne para asar	25 libras	Chef store	\$7.99 libra	25 libras por semana
leche	2 gallons	Frys	\$2.34	2 por semana
Aguacates	5 piezas bolsa	Frys	\$5.96	3 bolsas por semana
Tomates rojos	1 caja	Depot	\$22.25	1 caja por semana
Tomates verdes	1 bote	Del sol	\$8.99	3 botes por semana
Chiles serranos	5 libras bolsa	Chef store	\$ 7.99 (libra)	1 bolsas por semana
Repollo	5 libras bolsa	Shamrock	\$8.85 (libra)	4 bolsas por semana
Chiles en vinagre en rajas	1 bote	Del sol	\$8.75	2 botes por semana

Vinagre blanco	128 oz (galón)	Lucy's	\$14.99	1 por semana
Refrescos	1 caja x 35 latas de refresco	Coca-Cola	\$17.95	5 cajas por semana
Sal Morton	64 oz (un bote)	Morton	\$2.18	1/2 bote x semana

Estructura de Capital

La participación accionaria es de un solo dueño quien aporta el 100% del capital requerido para la fundación y operación de la empresa. Existe la posibilidad de un socio y la aportación accionaria se podría dividir en 51% dueño mayoritario y el 49% del accionista.

Participacion

Dueño	51%
Accionista	49 %
Total	100%

Inversion Inicial

La inversión inicial requerida para el inicio de operaciones de el Food Truck de Los Tacos de Canasta es de \$57,325.00 Dolares teniendo en cuenta maquinaria y equipo, software y equipos de tecnología y caja inicial.

Software y Equipo de Tecnología

Caja Registradora + Software POS	\$500.00 dólares
Total	\$500,00 dólares

Inversión Inicial

Camion Food Truck	\$45,000 dolares
Utencios de cocina	\$800.00 dolares
Caja Registradora + Software POS	\$500.00 dólares
Total	\$46,300 dólares

Estos números anteriores son solo estimados generales

Proyección del Estado de Resultado

Este modelo de negocio no necesariamente requiere la compra del camión food truck existen opciones que se pueden adaptar al presupuesto del inversionista dependiendo de las exigencias que se tengan. Existe la ventaja y opción de alquilar un food truck y no se necesita cantidades grandes dinero para el pago inicial pero para el inicio de este negocio no se recomienda por la razón que la renta seria alta entre \$2,000- \$3,000 dólares y el contar este gasto dentro del presupuesto podría retrasar un avance de la recuperación de la inversión, a esto se le tendría que agregar un presupuesto más alto por gastos de mantenimiento ya que los vehículos pueden estar no en las mejores condiciones entonces resulta bastante costoso a largo plazo.

Para la compra del food truck ya sea nuevo o usado existen organizaciones financieras que ofrecen préstamos para vehículos comerciales, esta opción es la más viable por el tipo de interés que ofrecen los bancos, pero esto dependerá del buró de crédito que se basara en el historial del comprador. Generalmente los vehículos nuevos tienen mejores opciones de financiamiento y garantías, pero un usado también permite pagos mensuales bajos.

2. Análisis del Mercado

Para este proyecto se ha desarrollado un estudio de mercado en el sector del área de Ahwatukee. Aquí se valora si el producto, servicio tiene demanda suficiente. El servicio del camión móvil es justificable por la demanda de comida mexicana que se ha dado en esa área y no se ha complacido a ese sector por lo menos no con la especialidad del taco de canasta, los camiones móviles al rededor ofrecen variedad de tacos muy comunes, carne asada, pastor, burritos de las mismas carnes o solo de huevo y queso, pero no el taco de canasta.

La tendencia de comer fuera de casa es cada vez más común en el área de Ahwatukee, “el porcentaje de personas que comen fuera del hogar -una o más veces por semana – está incrementando. La raza mayoritaria en Phoenix en general es la anglosajona y representa el 55,4% de los residentes. El siguiente grupo racial más común es el hispano con un 29,3%. Hay más gente blanca en las zonas noreste de la ciudad. Estos dos grupos el anglosajón y el hispano son los dos grupos étnicos que más comen fuera de casa. En la ciudad de Ahwatukee en (Phoenix el salario promedio es de entre los \$42,500 a los \$82,424 anual, lo cual permite que grupos con este tipo de salario gasten en comer fuera de casa, también por las edades de las encuestas realizadas en este proyecto se muestra que los consumidores mas activos son entre las edades 18-24 y 65 a más años. Estos grupos de edad joven escogen los restaurantes de comida rápida debido al crecimiento de las ciudades, la dificultad de movilidad y la necesidad de optimizar tiempo por sus horarios de escuela y ocupaciones. El grupo de edad de 65 a más es un grupo muy estable económicamente que viven con un salario fijo por sus pensión o retiro y el food truck les permite comer por una fracción fuera de restaurantes más formales.

Teniendo lo anterior en cuenta, es posible afirmar que existe un mercado para el food truck de tacos de canasta por su sabor mexicano tradicional de calle.

En la página 83 mostramos una imagen que muestra que existen alrededor de 12-15 restaurantes de comida mexicana los cuales la mayoría ofrece tacos con variedad de carne asada, pastor, camarón entre otros platillos comunes de comida tex-mex como los nachos, las chimichangas, burritos etc. En sitios muy específicos

es posible encontrar los tacos de canasta, pero no están al alcance en este código postal y no serían tampoco en presentación de food truck. Lo importante de este proyecto también es la relación cultural que continuaría impactando por medio de esta gastronomía entre los anglosajones y los mexicanos y otros pequeños grupos étnicos. Las salsas tienen un ingrediente que hará que los tacos den un sabor de más impacto junto con el adobo de los tacos que también es diferente a cualquier taco común de los restaurantes establecidos y de otras food truck del área.

Identificar a la competencia:

La competencia del camión móvil de los tacos de canasta es casi nula, pero una competencia entre otros propietarios de negocios similares.

El objetivo es analizar sus fortalezas, debilidades, estrategias y participación del cliente para identificar oportunidades y amenazas para el negocio de camiones de comida.

El siguiente Benchmarking nos muestra competencia en relación con el modelo de negocio como food truck, pero estos camiones solo ofrecen servicios de catering y sus horarios de operación es por lo regular de 5pm a 10pm entonces no son competencia directa riesgosa ya que los Tacos de Canasta Food Truck tendrá horas de operación para desayuno y almuerzo.

EMPRESA FOOD TRUCK	Modern Tortilla	Ortegas Tacos	Loaded Dogs (solo catering)
MENU	Menú	Menú	Menú
	-tacos de asada -tacos del pastor -tacos de pescado -tacos de camarón con crema	-tacos de asada -Tacos de pastor -Quesabirrias -vampiros	-Perros calientes (hot dogs) -Con queso rayado -con aguacate -con chorizo -con cebollas y jalapeños
PRECIO	\$13.00 – 15.00 por persona	\$3.25 – \$3.75	\$9.00-\$12 por persona
LOCALES	1	1	1
REDES SOCIALES	Instagram 1,777	Instagram 28	Instagram 271
CLASIFICACION POR CONSUMIDOR	Estrellas de 5 (86 opiniones en yelp)	No datos	5 estrellas de 5 (3 opiniones en yelp)

El siguiente Benchmarking muestra la competencia para el modelo de negocio propuesto. Estos son restaurantes establecidos que en algunos días a la semana ofrecen su menú fácil fuera del restaurant como atracción, pero también solo lo hacen en las tardes de 5pm a 8pm y solo las ocasiones que tienen eventos especiales.

EMPRESA RESTAURANTE	Tacos Calafia	Tacos El jefe	Macayo's	Los Taquitos
MENU	Menú -Tacos al pastor Tacos de Cabeza Tacos de Carnitas -Taco de pollo -Taco de Nopal -Mulitas (tostadas de las mismas carnes) - Nachos -Burritos (las mismas carnes)	Menú -Tacos de queso -Taquitos enrollados -4 Street tacos "callejos" -Tacos de carne asada, carnitas, pastor, birria, pollo, adobada -Taco estilo Baja California -burritos de todas las carnes	Menú - Chimichangas -Street tacos (3 tacos) "callejeros" asada, pastor, calabacitas, pescado, carnitas, pollo deshebrado, -Burros de asada, pollo Green chili "chile verde" -Ensaladas	Menú -Tacos de lengua, pollo, asada, pastor, carnitas, pescado, camarón, vegetales -Burritos, carne asada, pastor, camarón, huevo, frijoles Green chili "chile verde", lengua, camarón -Tortas de carne asada, camarón, lengua, pastor.
PRECIO	\$2.99 a \$5.79	\$3.15 a \$4.75	\$9.00 a \$15.59	\$3.25 a \$11.50
LOCALES	8	2	13	3
REDES SOCIALES	-Instagram 13600 seguidores -Facebook 1100 Seguidores	- Instagram 1504 seguidores -Facebook 619 seguidores	-Instagram 2815 seguidores -Facebook 18000 seguidores	-Instagram 118 seguidores -Facebook 16500 Seguidores
CLASIFICACION POR CONSUMIDOR	4.4 Estrellas de 5 (180 opiniones en Yelp)	4.1 Estrellas de 5 (327 opiniones en yelp)	3.2 Estrellas de 5 (419 opiniones en yelp)	4.0 Estrellas de 5 (536 opiniones en yelp)

La competencia del camión móvil de tacos de canasta no tiene competencia activa con el tipo de taco que se ofrecerá, los camiones móviles de comida ubicados en la ciudad de Ahuatukee son comunes mas no son tan innovadores con sus menús, carecen de opciones nuevas, la gran mayoría de estos camiones móviles de comida mexicana tienen menús similares. Existen también camiones móviles de comida que ofrecen otras alternativas de comida que no es mexicana como; italiana, mediterránea y comida americana.

El mercado de camiones de comida ha experimentado un crecimiento significativo en los últimos años en Estados Unidos impulsado por factores como las preferencias cambiantes de los consumidores, la urbanización y el deseo de experiencias gastronómicas únicas. El camión de los tacos de canasta que los convierte en una opción popular entre los entusiastas de la comida.

Descripción del mercado objetivo.

El producto por ofrecer en el food truck de tacos de canasta, va a ser tradicional de la cultura mexicana y va a replicar las taquerías de calle de las ciudades de México en camión móvil food truck. Esto genera que sea un menú limitado el cual consiste en solamente tacos como opción común ofreceremos los tacos de carne asada pero la especialidad son los de, papa, papa con chorizo, frijol y chicharrón prensado con su acompañamiento que son bañados en adobo de chipotle con salsa verde de aguacate y especias y con una ensalada de verdura que consta de repollo, zanahorias y cebollas rebanadas y chiles jalapeños, esta ensalada esta fermentada con vinagré blanco y especias para darle ese sabor único y diferente.

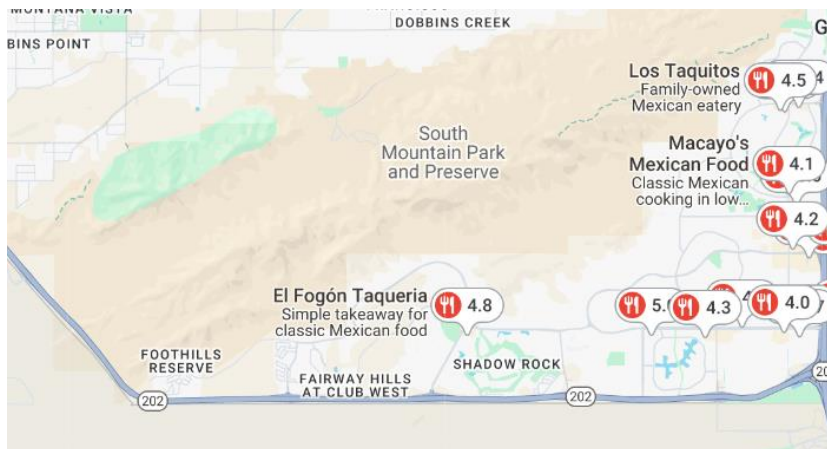
El cliente acudirá por curiosidad otros por tradición y otros por novedad y algunos lo compraran por recordar este platillo que es parte de su cultura y tradición mexicana.

Imagen 1. Ubicación de la ciudad de Ahwatukee



Fuente: Map quest 2024

Imagen 2. Ubicación de la competencia del lugar.



Fuente: Fuente: Map quest 2024

Ubicación geográfica

El camión móvil de este proyecto estará ubicado exclusivamente en los parámetros de la ciudad de Ahwatukee con una ruta específica de acuerdo con las regulaciones de la ciudad que permita el ascenso y descenso de este tipo de

vehículos comerciales en los estacionamientos y áreas de negocios múltiples y parques. La ruta abarcará por lo menos 2 espacios específicos diarios con rutas establecidas semanalmente.

Contexto económico

El modelo de negocio de este food truck de tacos de canasta es muy sencillo; Tendrá una ruta específica para ser localizados en áreas estratégicas, parques y oficina, Una gran ubicación es al lado de las oficinas de Amazon, Toyota, Mercedes Benz (existen diversas oficinas en el área) por ejemplo ya que es una zona con múltiples oficinas de otras compañías y el sector económico de estos clientes potenciales que tienen ingresos más arriba del mínimo pueden afrontar gastos diarios de comer fuera, además de que en muchas oficinas corporativas les es permitido tomar descansos por 15-20 minutos mientras sea necesario esto permite que clientes solo pidan su comida para llevar.

El food truck no tiene mesas ni sillas, las personas piden su orden que es preparada y se van o comen parados. La fila siempre es larga, pero por su eficacia en servicio la espera no es mayor a cinco minutos y los clientes ordenan entre 3 y 5 tacos por persona. Los precios son accesibles pero la mayor ventaja es la disponibilidad del producto a la puerta del cliente.

Características del local

No existe un lugar fijo o un local para este modelo de negocio. El modelo de negocio funciona como un lugar de comida rápida y accesible en ruedas, La característica del food truck será el logotipo

muchos presupuestos, con productos y de alta rotación de clientes donde la persona llega, consume su producto y abandona el lugar rápidamente es un modelo que continúa creciendo en muchos estados del país en Estados Unidos. Este modelo de

negocio no está dirigido a un solo estatus económico, se presta para servir a todos los estratos socioeconómicos mientras se tenga la necesidad de comer.

La única parte considerara como local fijo de este modelo de negocio es el local donde se renta la cocina comercial para mostrar que los alimentos a preparar cuentan con las reglas de almacenamiento, preparación y refrigeración, así como también para los deshechos de aceites, basura etc. de esa manera se tiene un almacenamiento estratégico para ingredientes y utensilios. Acceso a suministros esenciales como agua, gas y electricidad. Mobiliario ergonómico para preparar alimentos y atender clientes y así es como se opera en ruedas.

Competencia

En esta investigación se encontraron cualidades de este modelo de negocio, las ventajas para competir es tener un menú más limitado para marcar una tendencia de producto, ofrecer mejores salsas para los tacos con ingredientes que hagan una diferencia en sabor y ofrecer la especialidad de la casa que son los tacos de canasta, la apariencia del camión móvil tiene mucho que decir porque es la presentación de todos los días, es el marketing ambulante entonces tener un logo llamativo es importante para . El personal es uno de los más importantes, hacer una diferencia con el servicio al cliente es punto clave. Los clientes siempre regresaran a un establecimiento en unas instancias no por el producto, pero por el servicio, tomemos en cuenta que la comida da felicidad y comer algo en un ambiente limpio y con excelente servicio hace la diferencia de un negocio a otro.

El camión móvil deberá cumplir con las siguientes estrategias de competencia para propiciar el éxito.

Factor Competitivo	Descripción de competencia
Presencia en el mercado local	Conocer la audiencia
Diversidad del menú	Los tacos de canasta serán únicos la especialidad de 3 salsas diferentes a las comunes
Estructura de precios	El taco de canasta se ofrecerá por igual precio a la competencia \$3.25 por taco (25 centavos abajo), el precio calculado es más por el servicio y la calidad de ingredientes que se ofrecerá
Objetivo publico	estudiantes, trabajadores de oficina, trabajadores de construcción y personas pensionadas.
Estrategia de movilidad y ubicación	De alto tráfico peatonal, eventos privados y accesibilidad a parques y eventos
Marca y presencia en línea	Postear en redes sociales, participar en eventos de la comunidad.
Comentarios de clientes	Colectar opiniones vía aplicaciones de recomendaciones como Yelp, Google y otros sitios web específicos de camiones de comida.
Eficacia operativa	proveer rapidez y eficacia al preparar y servir la comida con la que los competidores atienden a sus clientes
Diseño y Tema	Hacer el logo atractivo estético al estilo mexicano que, con su diseño, tema y cómo contribuya a la cultura mexicana
Estándares de cumplimiento y seguridad	Cumplir con las normas locales de salud y seguridad, el manejo de alimentos, el saneamiento y permisos.

La competencia será brindar experiencias interactivas con cliente, propiciar una conexión cultural que realzan la experiencia gastronómica mexicana es el Food Truck.

Clientes

Los clientes son lo más importante para el éxito de un negocio.

Basado en las encuestas que tenemos, ubicamos que los clientes potenciales son entre las edades de los 18-24 años y mayores de 65 años. La ciudad de Ahwatukee tiene un gran número de personas que ya gozan de su pensión y retiro, personas nativas y también personas que vienen de otras ciudades de estados unidos y otros países de climas fríos extremos, el estado de Arizona para ellos especialmente en los meses de octubre a febrero son personas que invernan aquí por razones climáticas entonces estos clientes son de un gran potencial por volumen. El cliente potenciales de entre 18-24 años de edad son importantes porque son jóvenes que manejan redes sociales y tienen una movilidad más fácil en comparación con los otros, este tipo de cliente puede contribuir a la promoción natural del negocio, estos clientes son considerados clientes milenios, este es un método efectivo en cuanto a su relación costo-beneficio y permite llegar no sólo a los clientes ya establecidos sino a los potenciales. Las redes principales serían Instagram (para establecer contacto desde lo visual de los platos y permitir el contacto con influenciadores que manejan esta red) y Facebook (para dar visibilidad al producto y tener la demografía de aquellos que gustan del producto). El modelo de negocio se plantea como uno donde la rotación de clientes es alta, esa rotación no impide que la relación con el cliente esté basada en la alta calidad, en el buen servicio y en la comunicación constante.

Necesidades o carencias del mercado

Las necesidades del mercado son muchas y complicadas de determinar, no dependen de la observación desde un sólo punto de vista. Por una parte, tenemos las necesidades del cliente y por la otra las que tiene el proveedor o fabricante.

Según la «Pirámide de Maslow». Las necesidades del ser humano se agrupan en cinco categorías consecutivas, que van de las más básicas a las más sublimes:

- básicas
- de seguridad y protección
- sociales
- de estima
- de autorrealización
- Deseo

Conocer y dominar estas 5 necesidades nos permitirá saber si, por ejemplo: el cliente busca simplemente satisfacer la necesidad de comer algo o, al escoger un lugar específico, busca reconocimiento social y sentirse integrado a un determinado estrato social.

En el caso del camión móvil podremos decir que basado en estas cinco carencias o necesidades el cliente elige comer aquí por una necesidad básica de comer y también por deseo si se despierta un antojo. La ventaja de esta necesidad es la opción que brinda el camión móvil de llevar este alimento a la cercanía de la puerta de su entorno, es posible también que la calidad climática ahuyente al cliente o también lo haga más popular, ya que en Arizona los climas de calor son extremos y la gente tiende a resguardarse de salir fuera de entornos con aire acondicionado y el camión móvil no llena esa expectativa entonces puede asumirse que las compras serán más rápidas para llevar haciendo del servicio algo más rápido.

Tamaño del mercado y tendencias.

En el análisis del modelo de negocio se estudian también las tendencias que giran en torno a la comida rápida y a la comida mexicana, las necesidades del consumidor, la oferta y la demanda, y los resultados demostraron que la probabilidad de éxito de este tipo de negocio es alta.

Los camiones móviles food truck de comida se están haciendo tendencia y es una industria de rápido crecimiento por sus costos iniciales y por el promedio de ingresos, Los costos iniciales pueden ser tan bajos como \$ 50,000 dólares y los os ingresos promedio son de alrededor de \$ 290,000 dólares al año. Las tendencias de este modelo de negocio permiten abarcar las tendencias de:

Comida complementaria; los camiones de comida ofrecen la oportunidad de experimentar, ser creativos y, potencialmente, obtener grandes beneficios financieros. El 38 por ciento de los estadounidenses salen a comprar comida para llevar al menos una vez a la semana. Tener un camión de comida permite opciones especiales para llevar y la capacidad de ofrecer comidas móviles.

Llevar la comida móvil a los espacios de los clientes en una tendencia; El food truck de tacos de canasta tiene la capacidad de cambiar rápidamente de ubicación para aprovechar áreas de alta demanda. La tendencia de los camiones de comida captura clientes al ofrecer opciones de pedidos anticipados.

Catering; Tener un menú simple para aprovechar los eventos a gran escala como reuniones familiares, juntas de trabajo en espacios abiertos, esto ha aumentado en popularidad. Los platos principales se sirven en recipientes

desechables que permiten una fácil limpieza, y los invitados pueden llevar su comida directamente con ellos. El 80 por ciento de los clientes de camiones de comida eligen comer en cocinas móviles porque ofrecen una experiencia gastronómica diferente. Todo, desde helados hasta ostras frescas y bebidas, está en juego en los camiones de comida y puede crear una oportunidad para sorprender a nuevos clientes potenciales.

Oportunidades y amenazas del entorno FODA

La fortaleza del food truck de los tacos de canasta y su oportunidad son la diferencia que ofrece de los tacos de canasta y las salsas diferentes a los otros negocios del mismo entorno.

Precio

El precio de los productos ofrecidos en los tacos de canasta se encuentra por debajo del promedio de la competencia lo cual resulta atractivo para el consumidor.

Eficiencia

El modelo de negocio de este food truck es ideal para estudiantes y trabajadores de oficinas ya que se ajusta a sus necesidades de optimizar el tiempo por la forma en que se prepara y entrega el producto al cliente rápidamente.

Productos 100% tradicionales

Los productos que se ofrecen se caracterizan por conservar las raíces de la gastronomía mexicana en un concepto simple y eficaz. Se diferencian de la mayoría de sus competidores porque no adoptan el estilo americanizado de la comida mexicana.

Tendencias de optimización de tiempo

Va en crecimiento por la aceleración del día a día de los residentes de Ahwatukee. Los tacos de canasta tienen un modelo de negocio basado en la eficiencia e inmediatez, es un restaurante de comida rápida ambulante con excelente calidad.

Redes Sociales

Esta herramienta permite una disminución en el gasto de mercadeo, y se acomoda a las tendencias de marketing actuales. Por este medio es posible atraer más personas y en menor tiempo que por los canales tradicionales (radio, tv, periódico, revistas)

3. Plan de Marketing

Estrategias de posicionamiento.

Este plan consistirá en hacer propaganda al food truck con mucha anticipación antes de abrir el negocio, de esta manera va a crear novedad y curiosidad para los clientes potenciales, utilizar las redes sociales es la forma más fácil y directa de promoción sin que sea un gasto inicial costoso. Si lo que estamos ofreciendo es un taco diferente que nos recuerde a las calles de México donde se comían este antojo entonces se aprovechara el sentimiento de nostalgia hacia este antojo, el camión puede ser rotulado con características mexicanas de tacos de canasta, por ejemplo un vendedor en una bicicleta vendiendo los tacos, o una catrina comiéndolos vestida de diferentes maneras así también se comunicara que este taco es para todo tipo de persona con la necesidad de satisfacer el apetito así podremos hacer sentir a los cliente especiales porque sabrán que los entendemos y esto creara un lazo de posicionamiento a la hora de elegir comer con el food truck de los tacos de canasta.

Estrategias de precios.

Los precios deben sumamente atractivos especialmente porque es un negocio nuevo y la primera impresión al bolsillo tiene mucho que decir. El cliente debe de sentir que el probar esta comida es de precio justo en comparación de los otros negocios establecidos en el área, tienen que justificar la razón de compra y la accesibilidad.

Estrategia de promoción.

Ofrecer combos como promoción es siempre una opción de marketing seguro, se venden un producto sin forzar dos ventas separadas, además de que se puede ofrecer incentivos inmediatos para clientes fieles, esto garantizara que el cliente regrese a canjear puntos por las compras hechas y las canjeen por producto. Se pueden utilizar todas las fechas de celebraciones de cultura mexicanas para meter un platillo de especialidad conforme a la fecha celebrada así también se promueve y genera impacto cultural de la comida mexicana esto puede aumentar la visibilidad de la marca en el mercado.

4. Plan Operativo y Cronograma de ejecución

Descripción del proceso productivo o de prestación de servicios.

Proceso para la preparación de 100 tacos de canasta. De papa con chorizo, frijoles y chicharrón prensado. Una canasta o hielera por cada 100 tacos para separarlos por guisos

Paso 1.- Preparación del adobo

Paso 2.- Tener los guisos preparados y listos para rellenar los tacos (los guisos deben de estar reposados por lo menos por una hora)

Paso 3.- Cubrir con una tela de algodón una canasta con capacidad para 100 tacos o una hielera con la misma capacidad

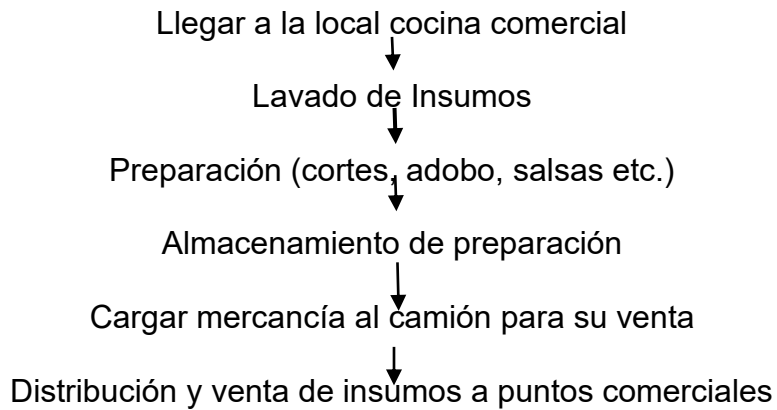
Paso 4.- Cubrir la canasta o hielera una bolsa de plástico grande y colocar papel estraza desde el fondo y los lados para que no se derrame el líquido del adobo fuera de la canasta o hielera (otra alternativa de papel es de aluminio o encerado).

Paso 5.- poner el relleno en los tacos y hacer capas de tacos, vertir el adobo conforme se hace una capa arriba de la otra hasta terminar la cuenta de 100 tacos

Paso 6.- Vertir el resto del adobo caliente desde arriba y agregar medias lunas de cebolla para agregar más sabor.

Paso 7.- Mantener la canasta o hielera perfectamente cubierta para mantenerlos a la temperatura.

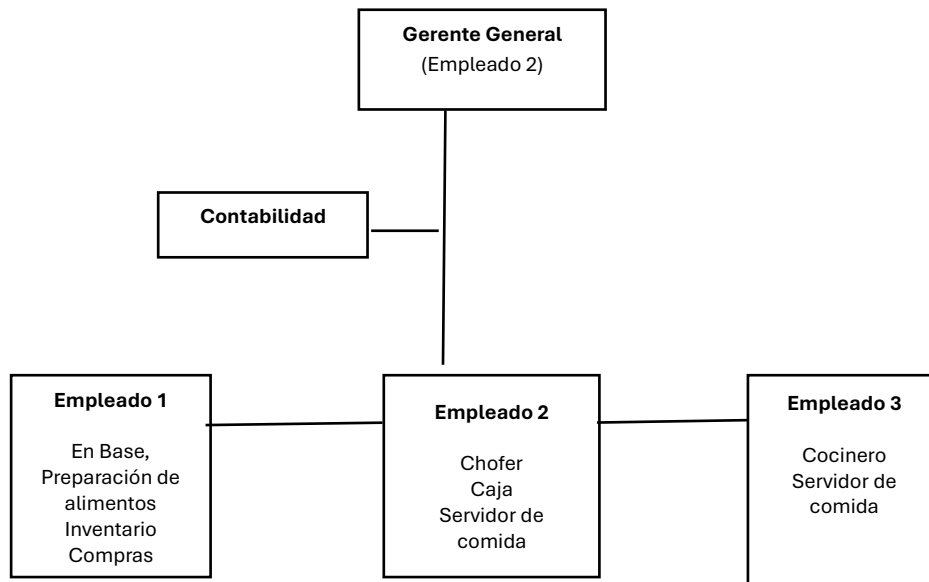
PROCESO PRODUCTIVO



Recursos humanos y materiales necesarios.

El personal necesario para este proyecto es de tres personas bases.

ORGANIGRAMA



Los recursos para el funcionamiento de este proyecto son:

Las recetas de cada plato, ya que estas determinan los costos a incurrir por parte de la empresa, los tipos de ingredientes para adquirir y los procesos que deben seguirse en cada receta.

- Ollas
- Sartenes
- Vaporeras
- Licuadora
- Hieleras con capacidad de guardar por menos 100 tacos
- Cucharas grandes para mezclar Ingredientes
- Cuchillos
- Contenedores para guardar los guisos preparados

5. Plan Financiero

Balance General de Resultados

Equipo	Precio Estimado Bajo (USD)	Precio Estimado Alto (USD)	Notas
Camión Food Truck y equipo	\$23,333.33	\$36,111.11	Precios de mercado para camiones usados y nuevos
Rotulación del camión	\$277.78	\$555.56	Costo para diseño básico a moderado
Permisos y licencias	\$111.11	\$277.78	Incluye licencias locales y de sanidad
Póliza de seguro del vehículo	\$277.78	\$444.44	Seguro anual según el tipo y antigüedad del vehículo
Página Web	\$0.00	\$833.33	Puede ser gratis si es autogestionada; diseño profesional básico
Redes Sociales (mantenimiento)	\$0 - \$166.67	\$166.67 - \$277.78	Marketing en redes sociales; gratis si es autogestionado
Uniformes (camisas)	\$83.33	\$166.67	3 empleados, 4 camisas por empleado
Estacionamiento de rutas	\$166.67	\$333.33	Mensual, dependiendo de las áreas de operación
Sistema POS	\$138.89	\$277.78	Equipos básicos para punto de venta
Productos de papel	\$111.11	\$194.44	Consumibles básicos como servilletas y empaques

Gastos de oficina	\$55.56	\$138.89	Pizarrón de menú, impresora y artículos básicos
Equipo de cocina	\$444.44	\$666.67	Cazuelas, comales y utensilios
Extinguidor de incendios	\$83.33	\$111.11	Obligatorio para cumplir con normativas de seguridad
Total	\$25,083.33	\$40,388.89	

1. Inversión Inicial

	Costo Mensual (USD)	Justificación
Cocina Comercial	\$222.22	Renta para la preparación de alimentos
Teléfono e Internet	\$66.67	Servicios básicos para comunicación y redes sociales
Gasolina	\$222.22	Para movilidad limitada del camión en áreas urbanas
Mano de Obra	\$833.33	Salario de 3 empleados en jornadas rotativas
Contaduría	\$111.11	Gestión fiscal y de nómina mensual
Reparaciones	\$55.56	Fondo mensual para mantenimientos menores
Reabastecimiento de comida y bebidas	\$833.33	Insumos regulares de alimentos, ajustado a ventas promedio
Reabastecimiento de artículos de papel	\$83.33	Suministros básicos de empaques y servilletas
Marketing en redes sociales	\$55.56 Total, Mensual \$2,483.33	Campañas básicas de publicidad digital

2. Costos Mensuales

Producto	Precio Unitario (USD)	Ventas Diarias Proyectadas	Ingresos Diarios (USD)	Justificación
Taco de canasta	\$0.83	40	\$33.33	Precio más bajo debido a su preparación sencilla y popularidad como opción económica.
Taco de Guisados de Papa	\$1.00	20	\$20.00	Taco con guisado básico, accesible para clientes buscando opciones vegetARIANAS.
Taco de Papa con Chorizo	\$1.11	20	\$22.22	Sabor adicional con chorizo, ligeramente más alto por el costo del ingrediente extra.
Taco de Chicharrón	\$1.22	10	\$12.22	Ingrediente popular en tacos, precio ajustado por el costo de la proteína.
Taco de Carne Asada	\$1.39	10	\$13.89	Precio premium por el uso de carne, el ingrediente de mayor costo en el menú.

Refresco	\$2.22	50	\$111.11	Precio estándar para bebidas gasificadas.
Combo (4 tacos + 1 refresco)	\$6.67	30	\$200.00	Precio ajustado para el combo, ofreciendo un valor atractivo para los clientes.
Total, de Ingresos Diarios Estimados			\$413.77	

3. Proyección de Ventas Diarias y Precios

Año	Ingresos Anuales (USD)	Egresos Anuales (USD)	Flujo de Caja Anual (USD)	Justificación
2024	\$150,608.33	\$30,666.67	\$119,941.67	Primer año con crecimiento del 3% mensual en ventas.
2025	\$183,333.33	\$30,666.67	\$152,666.67	Incremento en ventas por fidelización y mayor reconocimiento.
2026	\$218,333.33	\$30,666.67	\$187,666.67	Aumento en demanda con clientes recurrentes.

2027	\$257,777.78	\$30,666.67	\$227,111.11	Expansión de la clientela y participación en eventos importantes.
2028	\$297,222.22	\$30,666.67	\$266,555.56	Crecimiento sostenido y alta demanda en ubicaciones estratégicas.

4. Proyección Anual de Ingresos y Egresos (a 5 años)

Año	Flujo de Caja Anual (USD)	Flujo de Caja Acumulado (USD)	Comentario
2024	\$119,941.67	\$119,941.67	Inversión recuperada en el primer año.
2025	\$152,666.67	\$272,608.33	Alta rentabilidad acumulada.
2026	\$187,666.67	\$460,275.00	Ganancias significativas.
2027	\$227,111.11	\$687,386.11	Crecimiento exponencial.
2028	\$266,555.56	\$953,941.67	Amplia rentabilidad acumulada.

5. Proyección de Recuperación de la Inversión.

Ingrediente	Cantidad	Marca	Precio (USD)	Frecuencia Mensual	Costo Mensual (USD)
Perejil	1 bunch	Frys	1.25	16	20.00
Pimienta	1 libra	Butcher Ground	18.99	0.5	9.50
Aceite vegetal	2.84 libras (2 unidades)	Members Mark	10.98	4	43.92
Carne para asar	25 libras	Chef store	7.99 * 25	4	799.00
Leche	2 galones	Frys	5.96	4	23.84
Aguacates	5 piezas bolsa	Frys	5.96	12	71.52
Tomates rojos	1 caja	Depot	22.25	4	89.00
Tomates verdes	1 bote	Del sol	8.99	12	107.88
Chiles serranos	5 libras bolsa	Chef store	7.99	4	31.96
Repollo	5 libras bolsa	Webstaurant	8.85	16	141.60
Chiles en vinagre en rajas	1 bote	Del sol	8.75	8	70.00
Vinagre blanco	128 oz (galón)	Lucy's	14.99	4	59.96
Refrescos	1 caja x 35 latas	Sams	17.95	20	359.00
Sal Morton	64 oz (1 bote)	Morton	2.18	4	8.72
Tortilla amarilla para tacos	1 paquete de 80 tortillas	Guerrero	4.29	24	102.96

Papel destraza	Paquete de 1,000 hojas	Uniline	19.25	1	19.25
Papel cera para canastillas	Paquete de 1,000 hojas	Uniline	14.97	8	119.76
Frijol	Saco de 25 libras	Goya	11.25	4	45.00
Papa fresca	Saco de 38 libras	Hilltop Farm	41.99	8	335.92
Chicharrón prensado	Bolsa de 1 libra	Chaparral	7.99	32	255.68
Chorizo	Paquete de 4 piezas	Cacique	14.49	16	231.84
Chiles chipotles	1 bote de 6 libras	Del sol	8.55	8	68.40
Chiles guajillos	1 libra bolsa	1400 Spices	13.97	20	279.40
Ajos	3 libras	Spice world	12.00	4	48.00
Cebolla morada	8 libras bolsa	Tanimurs	5.98	12	71.76

El Total de Costos Mensuales (USD) es: \$2,957.15 USD

6. Costos unitarios de insumos

6. Análisis de Riesgos

Existen diferentes riesgos en los negocios, pero para este plan de negocio los riesgos clave que podrían arriesgar el éxito de este plan de negocio sería:

- Contratiempos operativos, Estos son clave para el funcionamiento del camión, desde las compras de inventario, la preparación a tiempo de los alimentos que estén listos para salir a la venta. Revisión del camión sobre llantas, gasolina, suficiente cambio en la caja registradora, que se tenga en existencia todos los utensilios como platos, tenedores, servilletas etc.

- Bajo desempeño, La actitud de un mal servicio al cliente es crucial, el camión móvil lleva la comida a las ubicaciones de los clientes y si el personal no atribuye a atraer a los clientes entonces no habrá ventas y la competencia puede aprovecharse de esta vía.
- Factor de tiempo, por la naturaleza del modelo de negocio que es un camión móvil el no tener los tiempos bien calculados desde salir con la mercancía completa hasta calcular las distancia y tráfico para llegar a los lugares estipulados causaría una mala reputación de no estar a tiempo en las ubicaciones.

Identificación de riesgos (económicos, legales).

Los riesgos económicos se pueden producir si no se inicia con un capital para trabajar que permita solventar todos los gastos de por lo menos 3-6 meses, esto permitirá continuar operando en caso de que existan ventas bajas y que se puedan solventar gastos de inventario, nomina, créditos, mantenimiento etc.

En el ámbito legal los riesgos vienen desde las firmas de cualquier contrato de arrendamiento, como la cocina comercial, la contratación de personal y su capacitación para evitar accidentes y demandas en contra, cláusulas de trabajadores, balances de compras con los proveedores y sus contratos. Las negligencias de atención estos documentos pueden incluso ser la razón de cierre del negocio.

6. Conclusiones y Recomendaciones

En general los resultados que se llevaron a cabo en esta investigación y tras un estudio y análisis detallado del mercado de comidas rápidas del food truck se puede afirmar que existe una oportunidad para un modelo de negocio como el de los tacos de canasta presentado anteriormente. El estudio de tendencias muestra exitosamente que este proyecto es una excelente opción que se acomoda a las necesidades de los consumidores en varios aspectos tales como la rapidez y

eficiencia, los precios bajos y la alta calidad además de causar un impacto gastronómica para quienes no son mexicanos y también contribuirá a la perseveración de la misma con los clientes de raíces mexicanas, este modelo pretende ser accesible a los consumidores por sus precios asequibles según los análisis financieros propuestos anteriormente y el benchmarking de la competencia que muestra comida mexicana

En términos de rentabilidad, este modelo muestra ser lucrativo lo cual permite asumir que el food truck de Los Tacos de Canasta tiene el potencial necesario para convertirse en un negocio exitoso que aunque es pequeño es innovador, Sin embargo, como en todo proyecto, su éxito depende una buena administración, por lo cual es recomendable que se mantengan siempre buenas prácticas y se evolucione al mismo ritmo del mercado y de las necesidades del consumidor, sin dejar de lado la esencia principal del negocio.

Finalmente, es pertinente hacer unas recomendaciones relevantes para el buen funcionamiento del negocio a futuro. Por ejemplo, es probable que, en el mediano plazo, la empresa deba evaluar la opción de comprar un food truck mas nuevo o conseguir financiación bancaria para facilitar la compra de otro usado para explorar la expansión a lo largo de la ciudad de manera más rápida, lo cual también fomentaría el posicionamiento de la cadena y generaría más clientes y por ende, mayores ingresos. Por otra parte, en cuanto a estrategias de mercadeo, es de vital importancia tener en cuenta que la publicidad más importante es la previa al lanzamiento de la taquería, esto debido a que se debe dar a conocer el nombre, buscar posicionamiento y generar expectativa. Es recomendable, que, tras el lanzamiento, se siga promocionando Los Tacos de Canasta, especialmente en redes sociales, donde se genera mayor alcance a menor costo.

Principales razones para llevarlo a cabo.

Como mexicana radicada en Estados Unidos viviendo en la ciudad de Ahwatukee por los últimos 7 años vi una necesidad de mercado de más food truck con una opción menos común de lo que ofrecen los restaurantes y taquerías en esta área. La población de mexicanos y latinos que viven en esta ciudad se beneficiarían

en el aspecto cultural al sentir que existe otra opción al degustar un antojo típico en un área donde es predominada por los anglosajones y que este antojo está al alcance de su economía y su código postal. Esta idea de negocio también nace a partir de la visión empresarial como mexicana viviendo en estados unidos lo cual puede también servir como canal de inspiración para los clientes mexicanos que consuman en este food truck y apoyen mas en su consumo por esta razón.

Indicadores clave de éxito.

Los indicadores del éxito son el establecer metas realistas y medibles para poder cumplirlas con detalles y con plazos específicos. Monitorear y evaluar el progreso regularmente para ajustar las estrategias si es necesario esto incluye el servicio al cliente, la calidad constante de la comida, ofertar especiales en fechas importantes para la comunidad. Utilizar la retroalimentación de los clientes y empleados para mejorar continuamente.

Resumen.

El plan de financiamiento para el proyecto del food truck presenta una estructura detallada que incluye la inversión inicial, costos mensuales, proyecciones de ventas y precios, así como la recuperación de la inversión y la rentabilidad a largo plazo. La inversión inicial se destina a la adquisición y equipamiento del food truck, lo cual incluye la compra del camión, su rotulación, permisos necesarios, pólizas de seguro, uniformes para el personal y el equipo de cocina requerido para una operación eficiente. Este monto oscila entre \$25,083.33 USD y \$40,388.89 USD, dependiendo de si el camión es nuevo o usado, y si se opta por equipo de alta o media gama. Estos costos son esenciales para asegurar que el food truck cumpla con los requisitos legales y de seguridad, además de ofrecer una imagen profesional y atractiva para los clientes.

Los costos operativos mensuales comprenden gastos necesarios para mantener el funcionamiento diario del food truck. Entre estos se incluyen el alquiler de una cocina comercial para la preparación previa de alimentos, gasolina para la

movilidad del camión, salarios del personal y el reabastecimiento continuo de ingredientes y materiales desechables como empaques y servilletas. Además, se destina un presupuesto para marketing en redes sociales, asegurando la visibilidad del negocio y la captación de nuevos clientes. El total estimado de estos costos mensuales es de aproximadamente \$2,483.33 USD. Esta cantidad permite cubrir todos los aspectos operativos sin comprometer la calidad del servicio o los productos ofrecidos, y asegura que el negocio pueda adaptarse a la demanda sin problemas de suministro o personal.

En cuanto a la proyección de ventas y precios, el menú se enfoca en ofrecer una variedad de tacos populares y económicos, tales como tacos de canasta, papa con chorizo y chicharrón, con precios accesibles que oscilan entre \$0.83 y \$1.39 USD por taco. Además, se incluyen refrescos a \$2.22 USD y un combo que consta de cuatro tacos y un refresco por \$6.67 USD, lo cual representa una opción atractiva para los clientes al ofrecer un descuento sobre el precio de los productos comprados por separado. Esta estrategia de precios está diseñada para maximizar el ticket promedio y fomentar la compra en volumen, a la vez que mantiene el atractivo de un producto de calidad a un precio razonable.

Las proyecciones anuales de ingresos y egresos muestran un crecimiento constante en los ingresos a lo largo de los cinco primeros años de operación. En el primer año, se estima un ingreso de \$150,608.33 USD, que aumenta progresivamente hasta alcanzar los \$297,222.22 USD en el quinto año. Esta tendencia de crecimiento refleja la consolidación del negocio y la expansión de la clientela conforme se posiciona en el mercado. Los egresos, por otro lado, se mantienen relativamente constantes, lo cual permite que el flujo de caja anual crezca considerablemente año tras año, generando una alta rentabilidad y proporcionando un colchón financiero para reinversión o expansión futura.

Finalmente, el análisis de la recuperación de la inversión muestra que el capital inicial se recupera rápidamente, en el primer año de operación, lo cual es un indicador positivo de la viabilidad del proyecto. Con un flujo de caja acumulado de \$119,941.67 USD al cierre de 2024, y una rentabilidad acumulada de \$953,941.67

USD al final de cinco años, el negocio demuestra un fuerte potencial para generar beneficios sostenibles y crecientes en el tiempo. Esto se traduce en un retorno de inversión altamente favorable y asegura que el proyecto no solo es rentable, sino también sostenible en el largo plazo, convirtiéndose en una opción de negocio atractiva dentro del sector de la comida rápida en USA.

Donde el análisis financiero y las proyecciones presentadas en este plan indican que el proyecto del food truck es altamente factible y rentable. La inversión inicial se recupera en un período corto, los costos mensuales están controlados y los ingresos proyectados aseguran una rentabilidad creciente. Esta combinación de factores respalda la viabilidad del food truck como una inversión sólida en el mercado de la comida rápida, con potencial para expandirse y adaptarse a la demanda del consumidor en los próximos años.

LISTA DE REFERENCIAS.

(Gagnon, 2022)

Aprende Institute. (s.f.). Obtenido de <http://www.aprendeinstitute.com>

Connelly, R. (s.f.). Obtenido de 2022 (salazar, 2022)

Connelly, R. (22 de June de 2022). Oro Valley Food. Obtenido de Tucson Foddie: <HTTP://www.tucsonfoodie.com> (lindenberg, 2022)

Cruz, I. (16 de enero de 2024). Cuantos mexicanos hay en Estados Unidos. Obtenido de <http://www.datanoticias.com>

Deloss, J. (22 de May de 2024). Obtenido de Tasting Table: <http://www.tastingtable.com>

(Romero, 2019)

Gamio, M. (2002). Inicio de las investigaciones sobre la migración mexicana a estados unidos.

(Average salary, n.d.)

Kruse, N. (7 de febrero de 2024). Opinión. Obtenido de <http://www.restaurantbusinessonline.com>

López, A. (4 de marzo de 2024). Una visión integral de la gastronomía mexicana para este 2024. La Barra, págs. 24-25-26.

(conecta, 2023)

Mordor Intelligence. (2024). Obtenido de <http://www.mordorintelligence.com>

(Larcher)

Pérez, L. S. (s.f.). Obtenido de McKinsey & Company: <http://www.mckinsey.com>

Pilcher, J. (July de 2008). Who Chase Out the Chilli Queens. Obtenido de <https://www.researchgate.net>

Rosas, A. (2017). Érase Una Vez. Ciudad de México: Martínez Roca.

(Gastronomia alternativa, s.f.)

(Jeffrey, Pilcher M, n.d.)

(Niche, 2024) (Cobe) (Perez L. S., 2021) (Tasting Table, 2024)

(Pluma, El papel de la gastronomía en la identidad cultural de México, 2024)

https://www.wikiwand.com/es/articles/ChipotleMexican_Grill

Castillo, J. (2024, 15 de enero). Comida mexicana: 10 datos sobre restaurantes mexicanos en EU que te sorprenderán. MVS Noticias.

Comida vegana mexicana: tres recetas de platillos típicos. (veganosclub.com)

<https://aprende.com/blog/gastronomia/comida-mexicana/comida-tex-mex/>

Castillo, J. (2024, 15 de enero). Comida mexicana: 10 datos sobre restaurantes mexicanos en EU que te sorprenderán. MVS Noticias.

ANEXOS.

ENCUESTA



UNIVERSIDAD VASCO DE QUIROGA

Encuesta para conocer la factibilidad de un proyecto de idea de negocio de comida mexicana, en la Ciudad de Ahwatukee, para aumentar el impacto cultural de este tipo de comida.

Nombre del encuestador: Laura Teresita Reyes Ramírez

Objetivo de la encuesta: Recolectar información para elaborar el trabajo de investigación de tesis, para obtener el título de licenciatura en Gestión Empresarial.

INSTRUCCIONES: por favor responda a las siguientes oraciones empleando un criterio lo más apegado posible a la realidad.

Preguntas:

¿Cuál es tu edad?

Menos de 18 años

18-24 años

25-34 años

35-44 años

45-54 años

55-64 años

65 años o más

¿Cuál es tu origen étnico?

Mexicano

Mexicanoamericano

Otro (especificar)

¿Con qué frecuencia consumes comida mexicana en Estados Unidos?

Diariamente

Semanalmente

Mensualmente

Raramente

Nunca

¿Cómo afecta la disponibilidad de comida mexicana a tu conexión con la cultura mexicana?

Fortalece mi conexión

No afecta mi conexión

Debilita mi conexión

¿Qué importancia tiene para ti la comida mexicana en la celebración de festividades y tradiciones culturales?

Muy importante

Algo importante

Poco importante

Nada importante

¿Qué cambios has notado en la percepción de la comida mexicana en Estados Unidos en los últimos años?

Mayor aceptación y popularidad

Menor aceptación y popularidad

No he notado cambios

¿Qué sugerencias tienes para mejorar la presencia y autenticidad de la comida mexicana en Estados Unidos?

Se agradece tu participación en la presente encuesta, los datos obtenidos serán tratados de manera confidencial y serán usados únicamente para este trabajo de investigación.