




C A P Í T U L O 7

FACTIBILIDAD ECONOMICA PARA LA CREACIÓN DE UN MODELO DE NEGOCIO EMERGENTE EN LA MODALIDAD FOOD TRUCK

 <https://doi.org/10.22533/at.ed.549132530067>

Juan Felipe Ocampo-Valencia

Estudiante del Programa de Administración de Empresas.
Universidad Autónoma de Occidente-Colombia.
<https://orcid.org/0009-0006-8008-4874>

Ana Judith Paredes-Chacín

Doctora en Ciencias Gerenciales. PhD. Gerencia de las Organizaciones. Docente e Investigadora. Coordinadora del Semillero de Investigación SINAPSIS, desde la lúdica y sostenibilidad empresarial. Universidad Autónoma Occidente-Colombia. Investigadora Senior Categorizada por MINCIENCIAS-Colombia.
<https://orcid.org/0000-0001-6612-8486>

RESUMEN: El desarrollo de iniciativas centradas en la participación en el mercado de negocios de alimentos, denominados *fast food*, se ha distinguido, entre otros aspectos por la capacidad de aportar al desarrollo económico en las regiones. Aspecto considerado como un factor estratégico para determinar como objetivo, la factibilidad económica para la creación de un modelo de negocio emergente en la modalidad food truck en una ciudad de Colombia. Metodológicamente se combina un análisis exploratorio, diseño no experimental y la viabilidad de un enfoque cualitativo para comprender las percepciones de los consumidores y desde lo cuantitativo, la evaluación de indicadores financieros como el valor de riesgo (VAN), tasa interna de retorno (TIR) y punto de equilibrio. Los hallazgos muestran un alto potencial de rentabilidad y competitividad sobre el mencionado modelo de negocio en comparación con los restaurantes tradicionales, lo cual es desatcado por costos operativos menores. Se concluye que el modelo de negocio estudiado, es económicamente viable. Representa un margen bruto del 70% y operativo del 25%, lo cual se plantea como un negocio factible y viable. Sumado a que la estabilidad,

está condicionada al dominio de conocimiento sobre la estimación asertiva de la factibilidad económica, lo cual ha de ser un referente para guiar las bases que soportan la creación, sostenibilidad y perdurabilidad de negocios.

PALABRAS CLAVE: factibilidad económica; análisis financiero; indicadores financieros; modelo de negocio; sostenibilidad de negocio; Food Truck.

ECONOMICAL FACTIBILITY FOR CREATING AN EMERGING BUSINESS MODEL IN THE FOOD TRUCK MODALITY

ABSTRACT: The development of initiatives focused on the participation in the food business market, called fast food, has been distinguished, among other aspects, by the ability to contribute to economic development in the regions. This aspect is considered as a strategic factor to determine as an objective, the economic feasibility for the creation of an emerging business model in the food truck modality in a Colombian city. Methodologically, an exploratory analysis, non-experimental design and the feasibility of a qualitative approach are combined to understand the perceptions of consumers and from the quantitative, the evaluation of financial indicators such as value at risk (NPV), internal rate of return (IRR) and break-even point. The findings show a high potential for profitability and competitiveness of the mentioned business model compared to traditional restaurants, which is highlighted by lower operating costs. It is concluded that the business model studied is economically viable. It represents a gross margin of 70% and an operating margin of 25%, which is considered a feasible and viable business. In addition to the fact that stability is conditioned to the domain of knowledge on the assertive estimation of economic feasibility, which has to be a reference to guide the bases that support the creation, sustainability and perdurability of businesses.

KEY WORDS: economic feasibility; financial analysis; financial indicators; business model; business sustainability; Food Truck.

INTRODUCCION

En la etapa inicial para la creación de negocio, surgen importantes incertidumbres sobre su futura estabilidad, como la factibilidad económica. Es una realidad constante que amerita ser analizada de forma rigurosa, considerando los factores funcionales y operativos que determinan el éxito del negocio. Se suma a lo expuesto, la efectiva gestión de recursos, identificación de riesgos y oportunidades, y la formulación de estrategias que garanticen la sostenibilidad del negocio en el largo plazo. Estas variables se convierten en factores estratégicos, cuyo estudio amerita ser priorizado en todo proceso de creación de negocios para garantizar un modelo

sostenible y rentable (Smith, 2018). En el caso del modelo de los *food trucks* (vehículo gastronómico), se plantea sobre la importancia de la flexibilidad y movilidad, junto con sus costos operativos más bajos en comparación con los restaurantes tradicionales, que los convierten en una opción atractiva en el caso de los emprendedores que desean incursionar en el sector gastronómico, sin realizar grandes inversiones en infraestructura (González & Martínez, 2021).

Ante lo expuesto, el estudio de la factibilidad económica se posiciona como un elemento clave, a partir de los procesos que permite caracterizar y otorgar valor a los recursos que garantizan la gestión operativa y funcional de un negocio para generar rentabilidad. Sin embargo, la evaluación de la factibilidad económica, trasciende del análisis sobre la obtención de recursos, para dar paso a la importancia de mejoras e innovaciones en varios aspectos optimistas de que se puedan ejecutar a partir de un asertivo y el análisis financiero (Arif & Djabatiko, (2022). Lo descrito contribuye al éxito empresarial, como también promueve la creación de empleo, el aumento de la productividad y el impacto positivo en la calidad de vida de las comunidades locales. Por tanto, el análisis de factibilidad económica se erige como un proceso indispensable que soporta la evaluación socioeconómica sobre el impacto de cualquier iniciativa de negocio. Lo descrito constituye parte estratégica que amerita de una gestión eficiente de ingresos y de costos alineadas con principios de sostenibilidad y responsabilidad social.

Planteamiento que sumado a la viabilidad de prácticas éticas y sostenibles en las operaciones de los negocios, no solo responde a los requerimientos del mercado, sino que, también refuerza la legitimidad del negocio y su impacto positivo en el medio ambiente y la sociedad. Como tal, se prevé que los modelos de negocios que adoptan los aspectos antes descritos tienen mayores probabilidades de prosperar en un entorno de mercados dinámicos y competitivos. Esto incluye las formas de viabilizar los principios que según la Organización de Naciones Unidas ONU (2015) rigen la sostenibilidad: social, económico y ambiental, correspondiendo a este último a prácticas asociadas con las tecnologías limpias, la optimización de procesos operativos y el uso eficiente de los recursos naturales. Por lo cual, es fundamental fomentar la colaboración con las partes interesadas, como clientes, empleados, proveedores y la comunidad, promoviendo prácticas que generen un beneficio mutuo y refuercen la cohesión social.

En este sentido, el modelo de negocio *food trucks*, han demostrado su capacidad para reducir barreras de entrada, explorar nuevos mercados y ofrecer experiencias gastronómicas únicas a los clientes. Como parte de sus antecedentes, estos surgieron en Estados Unidos durante el siglo XIX, inicialmente como una solución para alimentar a trabajadores urbanos (Jones, 2017). Sin embargo, la aceptación por parte de los consumidores y los bajos costos de sus productos, ha contribuido a su expansión

en el orden global. En el caso de Colombia el auge de los food trucks comenzó en 2012, impulsado por el aumento en la demanda de opciones gastronómicas innovadoras y accesibles. Sin dejar de destacar que para el siglo XXI, aún prevalecen desafíos significativos sobre su funcionamiento, entre estos las regulaciones locales restrictivas, la alta competencia y las preferencias cambiantes de los consumidores.

Se suma a lo expuesto, las limitaciones en el análisis de mercado, el desconocimiento de las normativas locales y la débil o escasa planificación financiera, lo cual representa riesgos que pueden comprometer la sostenibilidad y perdurabilidad del negocio. Por tanto, es crucial fomentar el estudio integral de este perfil de negocio, sobre todo en áreas vinculadas con estrategias innovadoras para la propuesta de nuevos productos, gestión operativa y de marketing. Sobre este último, se resalta como determinantes para la viabilidad del negocio las estrategias promocionales, la marca marcas e identidades atractivas, sumado a los precios asequibles (Nasution et al., 2023).

Los aspectos previamente expuestos, se consideran como base para responder a la interrogante del estudio para determinar ¿Cuál es la factibilidad económica para la creación de un modelo de negocio emergente en la modalidad de food truck? Su alcance permitió determinar oportunidades para mitigar riesgos, al igual que ofrecer un marco estructurado que fundamenta el desarrollo del objetivo de determinar la factibilidad económica para la creación de un modelo de negocio emergente en la modalidad food truck en una ciudad de Colombia. Como parte del desarrollo se analizan las condiciones financieras, regulatorias y de mercado que sustentan este modelo, contribuyendo así al desarrollo de proyectos sostenibles y rentables. Asimismo, se avanzó sobre la revisión de la literatura cuyo aportes le otorgan rigurosidad al desarrollo de la gestión del negocio y la efectividad de los indicadores de rentabilidad y gestión administrativa.

Finalmente, el estudio propone prácticas de sostenibilidad y responsabilidad social, como la minimización del impacto ambiental y el uso de productos locales, que no solo benefician al medio ambiente, sino que también contribuyen al desarrollo comunitario (Pérez, 2021). En líneas generales los aspectos concluyentes se definen para direccionar acciones cuyo intereses permiten fomentar prioridades en materia de gestión de recursos, la identificación de riesgos y el aprovechamiento de oportunidades surgidas en los mercados.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

La industria de los food trucks ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años, tanto en el ámbito nacional como internacional. Desde el contexto latinoamericano, en específico Colombia, este fenómeno ha logrado posicionarse en diferentes ciudades colombianas, donde se evidencia una expansión considerables

de food trucks que operan en zonas geográficas diversas. El mencionado crecimiento ha promovido un interés creciente por comprender la viabilidad económica de este modelo de negocio y su potencial impacto en la economía local y el mercado gastronómico de comida rápida, el cual con el tiempo su concepto ha evolucionado, sumado a los tipos de menú que ofertan.

Asimismo, marcadas transformaciones socioproduktivas como de las preferencias de los consumidores en cuanto a las denominadas comidas rápidas, han contribuido al crecimiento del mencionado modelo de negocio. No obstante, a pesar del crecimiento, persiste una falta de investigación y de referentes que guíen las formas de estimar la factibilidad económica de los food trucks en el contexto colombiano. Si bien algunos estudios han abordado aspectos específicos sobre el negocio, tales como las preferencias del consumidor o los desafíos operativos, existe una carencia de análisis integral que evalúe la rentabilidad y el potencial de crecimiento de este tipo de negocio en el corto y largo plazo. De tal forma, que se afirma sobre el interés de profundizar sobre el análisis financiero, cuyo objetivo es mejorar los problemas financieros de una empresa, a través de métodos de análisis financiero, concretamente el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), como también y el Periodo de Recuperación (PP) (Yurofi'ah, y Luluk, 2025).

Ante lo expuesto, los aportes del presente estudio se plantean como parte de la generación de valor ante la escasa disponibilidad de literatura sobre de la factibilidad económica del mencionado modelo de negocio, el cual es considerado como parte de la denominada economía emergente en determinadas regiones de Colombia. Aspectos asociados con las proyecciones financieras y el análisis de costos operativos, se consideran como parte de la generación de valor para futuros inversionistas quienes requieren de información asertiva para tomar decisiones informadas sobre la viabilidad de este tipo de negocios. Asimismo la investigación logra ser alineada en el marco del Objetivo 8 de la Agenda 20230, Objetivos de Desarrollo Sostenible promovidos por la Organización de Naciones Unidas (ONU), que establece que el crecimiento económico debe ser inclusivo y sostenible, promoviendo un empleo decente para todos los actores del mercado laboral. Además, el Objetivo 9 aboga por el desarrollo de una industria inclusiva que fomente la innovación (ONU, 2015; Comisión Económica para América Latina y el Caribe CEPAL, 2020). Seguidamente se logra avanzar sobre los enfoques de las teorías económicas, contables y de gestión empresarial que soportan el estudio factibilidad económica.

ENFOQUES DE LAS TEORÍAS ECONÓMICAS Y DE GESTIÓN EMPRESARIAL

Los principales enfoques considerados, parten desde la visión del desarrollo económico y su incidencia sobre el desarrollo, la rentabilidad y la sostenibilidad de los mercados. Se suma a lo expuesto en la teoría evolutiva asociada con lo disruptivo por considerar la relevancia del cambio, los procesos de innovación, emprendimiento y la adaptación como elementos primordiales del desarrollo económico (Schumpeter, 1978). En el caso de los food truck, esta teoría subraya cómo estos negocios han revolucionado el sector gastronómico tradicional al ofrecer una alternativa más flexible, accesible y creativa que se adapta mejor a las necesidades del consumidor moderno. La capacidad de los food trucks para innovar continuamente en sus ofertas y en la experiencia del cliente es lo que los posiciona como una tendencia sostenible en el mercado gastronómico.

Asimismo, se menciona la teoría de la estrategia de diferenciación (Porter, 1980), quien define que las empresas pueden diferenciarse ofreciendo productos únicos y de mayor valor para el cliente, lo que les permite justificar un precio más alto o captar una mayor cuota de mercado. Planteamiento fundamental en la comprensión de cómo los food trucks pueden alcanzar una ventaja competitiva sostenible. Sobre todo considerando, entre otras las formas de diferenciación a partir de la renovación del portafolio de productos, servicios y el uso de las tecnologías de información como parte para la proyección de estrategias de mercadeo.

Se suma lo relacionado con la responsabilidad social corporativa (RSC) expuesta por Freeman et al, (2010), la cual sugiere que las empresas, no solo deben enfocarse en maximizar sus beneficios económicos, sino también en generar un impacto positivo en la sociedad y el medio ambiente. En el contexto de los food trucks, la RSC se manifiesta desde la capacidad de adoptar prácticas en las que intervienen los stakeholders, productores locales y la contribución al desarrollo de la comunidad, lo cual se consideran como base para el fomento de la sostenibilidad.

Sin dejar de destacar los aportes de Edmonds y Bertalanffy (1977) sobre la teoría de sistemas, la cual concibe a las empresas como sistemas abiertos que interactúan constantemente con su entorno. Planteamiento que se complementa con la viabilidad de optimizar procesos internos, mejorar la eficiencia operativa y aumentar su capacidad de respuesta frente a los desafíos y oportunidades del entorno (Thilmany, 2021). Lo antes descrito, se constituyen en fundamentos que prevén la relevancia de comprender cómo este modelo de negocio food trucks requiere de forma permanente adaptarse a los cambios en el mercado, responder a las regulaciones legales y normativas locales, y adaptarse a las necesidades y preferencias de los consumidores para mantener su relevancia y competitividad, sumado al proceso de gestión que determinan la componentes para estimar la factibilidad económica.

COMPONENTES QUE DETERMINAN FACTIBILIDAD ECONÓMICA

La factibilidad económica del modelo de negocio de food truck, se fundamenta considerando los componentes financieros y de inversión que son esenciales para evaluar su viabilidad y potencial de rentabilidad. Estos componentes se jerarquizan de acuerdo con su impacto en la estructura financiera y operacional del proyecto, y se enfocan en formas de proyectar la optimización de los recursos para asegurar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio. Como parte estratégica y de viabilidad del proceso se describen los elementos críticos que determinan la referida factibilidad:

- **Inversiones:** se asocia con la disponibilidad de la inversión inicial necesaria para establecer el food truck. Incluye la adquisición del vehículo y su equipamiento con instalaciones culinarias adecuadas, la compra de suministros básicos, así como los gastos de adecuación y decoración que permitan diferenciar la propuesta en el mercado. La inversión inicial es una base fundamental para el éxito del proyecto, ya que garantiza que el negocio pueda operar eficientemente y atraer a los consumidores a través de una imagen profesional y atractiva.
- **Estructura de capital:** considerada desde lo operativo como la combinación entre recursos propios y deuda que permiten alcanzar el financiamiento de las operaciones del food truck. Este modelo debe asegurar un balance óptimo que permita reducir el riesgo financiero y gestionar eficientemente el costo del capital. En este contexto, el emprendedor puede optar por diferentes modalidades de financiamiento, manteniendo un balance que minimice los costos de interés y favorezca la rentabilidad del proyecto. Proceso que permite garantizar una estructura financiera sólida que sustente la continuidad del negocio en el corto y mediano plazo.
- **Fuentes de financiamiento:** parte de la capacidad de determinar las principales fuentes de financiamiento que respalden tanto la inversión inicial como los gastos operativos. Las opciones incluyen capital propio, préstamos bancarios y financiamiento a través de inversionistas privados o plataformas de crowdfunding. Cada fuente debe analizarse según su costo, accesibilidad y condiciones, con el objetivo de elegir aquella que permita el mejor balance entre liquidez y costos financieros. Este proceso es fundamental para evitar problemas de flujo de caja y asegurar que el food truck tenga los recursos necesarios para su operación y expansión futura.
- **Presupuesto:** como recurso estratégico y determinante para ser considerado en el proceso de planificación. Su concepción amerita ser definida desde el momento de la ideación. Seguido en una segunda etapa lo correspondiente a su gestión y control. Ante la propuesta que se presenta, se considera la

proyección sobre ingresos y gastos, considerando todos los costos fijos y variables, como la compra de insumos, costos de operación, mantenimiento del vehículo y costos de marketing. La pertinente definición del presupuesto permite prever las necesidades de capital y tomar decisiones informadas que contribuyan a mantener la rentabilidad del negocio. El presupuesto debe ser flexible, permitiendo ajustes ante cambios en la demanda o costos inesperados.

- Estados financieros: estos sumado al balance general y el estado de resultados proyectado, ofrecen una visión integral del desempeño financiero del food truck. La gestión de los estados financieros, permiten evaluar la rentabilidad, liquidez y estabilidad financiera del negocio. La efectiva gestión de estos estados, se consideran esenciales para determinar áreas de mejora en el control de costos y maximización de ingresos. Este componente facilita la toma de decisiones estratégicas y proporciona a los emprendedores una base sólida para evaluar la salud financiera del negocio en diferentes etapas.
- Punto de equilibrio: este responde al grado mínimo de ventas requerido para cubrir todos los costos fijos y variables del negocio. Para el negocio de food truck, este análisis permite determinar la cantidad de unidades de comida que deben venderse para no incurrir en pérdidas. Al conocer el punto de equilibrio, el emprendedor puede establecer metas de ventas claras y entender mejor la rentabilidad mínima que debe alcanzar para mantener el negocio viable. Al respecto, estimar el punto de equilibrio resulta determinante, para el logro de un flujo de ingresos constantes en un mercado competitivo.
- Evaluación financiera: se concibe como un proceso clave que incluye el cálculo de indicadores como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR) (Nantell, Copeland, Koller, y Murrin, (1991). El VAN permite proyectar el valor presente de los flujos de caja futuros a generar por el negocio food truck. A su vez verificar si los ingresos esperados compensarán los costos de inversión y operación. Un VAN positivo indicaría que el negocio es rentable y viable. La TIR, por otro lado, mide la rentabilidad del proyecto en términos porcentuales, lo que facilita la comparación con otras opciones de inversión y permite al emprendedor evaluar si el proyecto cumple con sus expectativas de retorno. La correcta interpretación de estos indicadores ayuda a fundamentar decisiones de expansión, financiamiento o ajustes en el modelo de negocio, asegurando una operación económicamente sostenible.

En conjunto, los componentes financieros descritos ofrecen un marco integral para evaluar la factibilidad económica del food truck. Una caracterización adecuada y el análisis jerarquizado de esto, proporciona y se convierte en un sistema de referencia para gestionar sus inversiones y maximizar el valor de su negocio, cumpliendo así con el objetivo de desarrollar un modelo de negocio rentable y sostenible en los mercados. Es tal sentido, se este se concibe, no solo como un negocio de distribución de comida, sino también, como un espacio de innovación culinaria y de interacción directa con los consumidores, ofreciendo una experiencia más personalizada y accesible (Gopi y Samat, 2020). Asimismo, la relevancia del modelo se concibe dada su expansión en el mercado y aporte al desarrollo económico, por lo tanto, la factibilidad económica, se evalúa mediante el análisis de diversos indicadores financieros, como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR) y las proyecciones de flujo de caja. Estos indicadores proporcionan una visión clara sobre el rendimiento potencial del negocio y su capacidad para ser rentable y competitivo en un mercado dinámico que ameritan del estudio integral de los factores que los determinan.

DETERMINANTES DE LA GESTIÓN SOSTENIBLE EN MODELOS DE NEGOCIOS FOOD TRUCKS

Entre los determinantes de la gestión sostenible en los food truck se resaltan además de la capacidad de la gestión financiera, la importancia de innovar para generar características distintivas en los mercados donde participen. Su viabilidad se focaliza en fomentar acciones para proyectar el negocio a partir de productos o servicios únicos y diferenciados y amigables con el ambiente, los cuales permitan destacarse por su competitividad diferenciada. Es por ello, que generar capacidades para la innovación en este contexto, no se limita solo a la oferta gastronómica, sino que también incluye la necesidad de viabilizar formas para la transferencia de conocimientos y experiencias que fortalecen el quehacer del negocio (Paredes et al., 2024).

En tanto que, la responsabilidad social y sostenibilidad ocupa un lugar destacado en el marco conceptual de la investigación dado el enfoque sobre la puesta en práctica de acciones que respalden la sostenibilidad. Esta entendida como la viabilidad de estrategias que desde los negocios promueven el bienestar social y la conservación del medio ambiente dentro de las operaciones comerciales (ONU, 2015). Este enfoque implica el uso de materiales biodegradables, la gestión eficiente de los residuos, el apoyo a los proveedores locales y la adopción de medidas que minimicen el impacto ambiental del negocio, el respeto hacia las condiciones del medio ambiente. En este sentido, para Madau et al. (2020) los food trucks se presentan, tanto para una opción gastronómica moderna, como para promoverse como agentes de cambio que contribuyen a la sostenibilidad del entorno urbano y al desarrollo de una economía circular.

MÉTODO

En esta etapa se presenta de forma interrelacionada las fases que fundamentan el desarrollo de la investigación sobre la viabilidad económica de los food trucks en Santiago de Cali-Colombia. Ante un panorama donde la dinámica del negocio objeto de estudio está en constante evolución, resulta importante comprender, la lógica detrás de este modelo de negocio, así como los métodos que contribuyen con la sostenibilidad y rentabilidad esperada. A través de un enfoque que combina tanto datos cuantitativos como cualitativos, esta etapa busca ofrecer una visión integral que facilitará la toma de decisiones informadas para potenciales inversionistas.

Fase I. Tipo y diseño de la investigación

Mediante un tipo de investigación exploratoria, la cual permite comprender los fenómenos, eventos, comunidades, hechos y conceptos o variables asociadas con un fenómeno de estudio (Stebbins, 2001; Kleiman et al., 1997). Asimismo su aplicación porque permitió explorar y comprender mejor un fenómeno considerado como negocio emergente como son los food trucks en el contexto de una ciudad del pacífico colombiano. Procedimiento, que conllevó a resultados clave para determinar la factibilidad económica como base de la generación de propuestas y nuevo conocimiento que aporta a la literatura ya existente en el área, sumado a los aportes referentes para futuras investigaciones y decisiones empresariales. Desde la perspectiva del diseño de la investigación se define como no experimental debido a su capacidad para observar y describir fenómenos en su contexto natural, sin manipular variables ni establecer relaciones causales (Stebbins, 2001).

Por otra parte, según la evolución del fenómeno en el tiempo, se plantea como un estudio transversal al considerar que la recolección de la información se realizó durante un período determinado II semestre del año 2024. Lapso que permitió captar la dinámica y evolución a del negocio de food trucks, lo cual proporcionó una visión sobre la situación actual y por ende aportar a la toma de decisiones según plazos establecidos.

Fase II. Enfoque, técnicas e instrumento para la obtención de información

El enfoque es mixto, integrando tanto métodos cuantitativos como cualitativos para lograr un análisis integral sobre el comportamiento de las variables (Del Canto & Silva, 2013). A través del enfoque cuantitativo, fueron medidos los indicadores asociados con datos financieros (costos operativos, ingresos proyectados y análisis de rentabilidad) y de mercado (punto de equilibrio, demanda estimada y tasa de retorno). Desde la perspectiva cualitativo, se explorarán las condiciones del mercado sobre

el cual se prevé llevar a efecto el desarrollo de la propuesta del modelo de negocio de food trucks. Para la representación de la información se utilizó la herramienta DOFA, como medio para detallar las condiciones del entorno.

Su desarrollo permitió la definición de estrategias que permiten complementar la definición de estrategias cuya práctica ha sido prevista en el corto y mediano plazo. Asimismo, a partir de la aplicación de estos enfoques se obtuvo una comprensión detallada del entorno empresarial y del mercado objetivo. Desde esta perspectiva, se facilitó la toma de decisiones informadas sobre la estrategia y gestión del negocio (Bernal, 2010).

Entre los criterios de selección definidos para la selección del contexto geográfico en la ciudad de Colombia seleccionada, se especifican: 1) accesibilidad de la ubicación geográfica en venta de comidas rápidas en las zonas geográficamente altamente visitadas por consumidores de comida rápida; 2) frecuencia de clientes evidenciada en horas nocturnas (preferencia horaria de los consumidores de este tipo de comidas) y 3) las condiciones sociales, económicas, tecnológicas, culturales.

Fase III. Técnicas para el procesamiento de datos

Para el procesamiento de los datos mediante el uso de técnicas descriptivas utilizando el software Excel, que permitió fundamentar los enunciados en la matriz DOFA como base para la definición de estrategias. Sumado a la identificación de patrones y tendencias, así como análisis financiero para evaluar la rentabilidad de la propuesta. Procedimiento que contribuye a fundamentar la relevancia sobre la factibilidad económica. Asimismo, contribuyó con las estimaciones y el registro detallado los costos y beneficios esperados.

ANÁLISIS DE RESULTADOS

En esta sección se exponen los resultados estructurados según las variables clave de análisis, permitiendo una comprensión completa del mercado, los indicadores financieros y la relación de estos con la viabilidad del negocio. Sumado al rol del consumidor como parte estratégica del estudio, en función de la afirmación sobre resultados que determinan que los consumidores buscan un lugar donde poder comer, accesible, que tenga una calidad de servicio aceptable y con un ambiente confortable (García-Echevarría et al.; 2019). Para tal fin se presenta lo relacionado con la descripción de las condiciones del mercado que soportan la creación de un modelo de negocio modalidad Food Truck, representado en el análisis del contexto sobre el cual, se proyecta la viabilidad del modelo de negocio, ver Tabla 1 el registro de las debilidades, oportunidades, fortalezas y amenazas del entorno.

Componentes del DOFA	Resultados
Fortalezas	Movilidad y flexibilidad para acceder a diferentes zonas y eventos.
	Costos operativos más bajos en comparación con restaurantes tradicionales.
	Equipo humano motivado y multifuncional, capaz de adaptarse a diversas tareas.
	Reducción de barreras de entrada al mercado, permitiendo innovación en la oferta.
Debilidades	Capacidad para ofrecer experiencias gastronómicas innovadoras y personalizadas.
	Producción limitada debido al espacio reducido en el vehículo.
	Dependencia de un equipo de trabajo pequeño, lo cual puede afectar el servicio en horas pico.
	Cumplimiento estricto de normativas locales de salud y seguridad alimentaria.
	Vulnerabilidad a condiciones climáticas adversas que pueden afectar las ventas.
Oportunidades	Escaso espacio físico para almacenar variedad de productos, lo que limita el menú.
	Alta demanda de experiencias gastronómicas únicas entre jóvenes adultos.
	Crecimiento del uso de redes sociales para la promoción y marketing digital.
	Posibilidad de colaboración con eventos locales y festivales.
	Expansión del mercado de comida rápida en áreas urbanas de alto tráfico.
Amenazas	Incorporación de prácticas de sostenibilidad que atraen a consumidores conscientes.
	Alta competencia en el mercado por expansión de ventas de comida rápida.
	Cambios en las preferencias de consumo, (frecuentes requerimientos de cambios en el menú.
	Regulaciones locales que limitan la operación en ciertos lugares o eventos.
	Incremento frecuente en los costos de insumos y logística, lo cual afecta la rentabilidad.
	Presión por ofrecer precios competitivos frente a otros tipos de negocios gastronómicos.

Tabla 1 Matriz DOFA del modelo de negocio de Food Trucks

Resultados considerados como base para la definición de estrategias que contribuyan a mitigar los riesgos evidenciados en la Tabla 1, y acciones concretas para mejorar la competitividad, el desempeño operativo y la rentabilidad del modelo de negocio *de food trucks*.

Estrategias para el Modelo de Negocio de Food Trucks	Descripción de la Estrategia
Fortalezas-Oportunidades (FO)	Fortalecer la presencia en redes sociales y marketing digital: aprovechar la flexibilidad y movilidad de los <i>food trucks</i> para promocionar ubicaciones y eventos en tiempo real, aumentando el reconocimiento de marca y el alcance entre consumidores jóvenes.
	Ofrecer experiencias personalizadas en eventos locales: participar activamente en festivales y eventos locales, utilizando el equipo humano motivado para ofrecer atención y servicios personalizados que enriquezcan la experiencia gastronómica del cliente.
Fortalezas-Amenazas (FA)	Diferenciarse con una propuesta de valor única: utilizar los costos operativos bajos para ofrecer precios competitivos y una oferta gastronómica innovadora que permita destacar frente a la competencia del sector de comida rápida.
	Adaptar el menú para resistir fluctuaciones en insumos: maximizando la capacidad de innovación para crear un menú adaptable que reduzca la dependencia de insumos costosos y mantenga la rentabilidad frente al alza de costos.
Debilidades-Oportunidades (DO)	- Implementar un sistema de rotación y capacitación de personal: crear un sistema flexible de turnos y capacitación para asegurar un servicio de calidad en horas pico y una operación dinámica, superando las limitaciones de personal.
	Explorar alianzas con proveedores sostenibles: alianzas con proveedores locales y sostenibles para diversificar el menú, atraer a consumidores conscientes y reducir la dependencia de productos importados costosos.
Debilidades-Amenazas (DA)	Diversificar ubicaciones y horarios para minimizar riesgos: establecer operaciones en varias zonas de alta demanda en diferentes horarios para dispersar riesgos frente a cambios en las preferencias de consumo y restricciones de operación.
	Optimizar el espacio de trabajo y el equipo: invertir en equipamiento eficiente y en diseños funcionales para maximizar la capacidad de producción en espacios limitados, manteniendo un flujo de trabajo ordenado y ágil en momentos de alta demanda.

Tabla 2 Estrategias para el Modelo de Negocio de Food Trucks

Ante lo expuesto, se revela una oportunidad sólida para competir en el mercado de comida rápida, capitalizando fortalezas como la movilidad, costos operativos bajos y un equipo humano versátil. Al mismo tiempo, se identifican desafíos en términos de capacidad de producción limitada y una competencia intensa, lo que exige diferenciación continua y adaptación a las tendencias del mercado. Las estrategias propuestas -que incluyen diversificar la oferta, optimizar el espacio y

fortalecer la presencia digital-ofrecen un camino claro para mejorar la rentabilidad y sostenibilidad del negocio, posicionando al food truck como una opción atractiva y viable en el sector.

Como parte estratégica e integral del estudio se presentan los resultados sobre los indicadores de rentabilidad de un modelo de negocio en la industria de alimentos en la modalidad food truck en Santiago de Cali, Colombia. Para el referido proceso fueron considerados como indicadores clave: el margen bruto, margen operativo, retorno sobre la inversión (ROI) y el punto de equilibrio. Estos indicadores proporcionan un panorama integral sobre la viabilidad económica del modelo y su capacidad para generar rentabilidad en el mercado local. A continuación, se presentan los resultados principales, descritos en la Tabla 3.

Indicador	Fórmula	Valor Calculado
Margen Bruto	$(\text{Ventas} - \text{Costo de Ventas}) / \text{Ventas} \times 100$	70%
Margen Operativo	$(\text{Utilidad Operativa} / \text{Ventas}) \times 100$	25%
ROI (Retorno sobre la Inversión)	$(\text{Beneficio Neto} / \text{Inversión Total}) \times 100$	40%
Punto de Equilibrio (Unidades)	$\text{Costos Fijos} / (\text{Precio} - \text{Costo Variable Unitario})$	1,500 unidades/mes

Tabla 3. Estimación de indicadores financieros para el modelo de negocio

El análisis de los resultados proporcionados en la Tabla 3, permite evidenciar que, a partir de los indicadores presentados, se logra confirmar la viabilidad y el atractivo del modelo de negocio de food truck. Para tal efecto, se da lectura sobre el comportamiento obtenido de cada indicador:

- **Margen Bruto:** el resultado en un 70% evidencia una estructura de costos controlada, permitiendo una buena rentabilidad sobre las ventas. Esto garantiza precios competitivos que, a su vez, no sacrifican la sostenibilidad del negocio.
- **Margen Operativo:** obtenido en el 25% confirma que, tras deducir gastos operativos, el negocio mantiene una rentabilidad adecuada. Esto refleja una gestión eficiente de costos relacionados con personal, suministros y transporte.
- **Retorno sobre la Inversión (ROI):** en un 40% indica un rendimiento superior al promedio para modelos de negocio similares, lo que valida la

viabilidad económica del food truck. Este retorno es un factor atractivo para emprendedores y posibles inversionistas.

- Punto de Equilibrio: 1,500 unidades mensuales, consideradas como un objetivo de ventas claro para garantizar la sostenibilidad operativa. Este indicador es esencial para planificar estrategias de marketing y ventas.

Los resultados financieros obtenidos indican que el modelo de negocio de food trucks en se presenta como una alternativa rentable y bien posicionada en el mercado. Con una adecuada gestión de costos y estrategias de ventas orientadas a alcanzar o superar el punto de equilibrio, este modelo tiene el potencial de ofrecer una rentabilidad sostenida y atraer a un público interesado en propuestas gastronómicas innovadoras. Por lo cual, se presenta como una opción de modelo de negocio factible para futuros inversionistas o emprendedores que consideren participar en la industria de alimentos. Para tal efecto ver Tabla 4 la información sobre la proyección de ventas escenarios de crecimiento.

Escenario	Ventas Diarias Estimadas	Ingresos Mensuales Estimados	Ingresos Anuales Estimados
Optimista	100	\$45 millones	\$540 millones
Realista	75	\$33.75 millones	\$405 millones
Pesimista	50	\$22.5 millones	\$270 millones

Tabla 4 Proyección de ventas y escenarios de crecimiento

A partir de la proyección presentada se interpretan los Escenarios

1. Escenario Optimista: con ventas diarias de 100 unidades, el negocio generaría ingresos anuales de \$540 millones, garantizando alta rentabilidad y un buen margen de ganancia.
2. Escenario Realista: con ventas diarias de 75 unidades e ingresos anuales de \$405 millones, representa un equilibrio adecuado entre costos e ingresos, asegurando la sostenibilidad del negocio.
3. Escenario Pesimista: con ventas diarias de 50 unidades y \$270 millones en ingresos anuales, el negocio aún sería viable, pero requeriría estrategias para alcanzar o superar el punto de equilibrio.

Asimismo fueron establecidas las relaciones entre los indicadores de rentabilidad con la creación de un modelo de negocio bajo la modalidad de food truck. Los hallazgos muestran que los resultados financieros proyectados en función de las condiciones del mercado objeto de estudio, son propicias para la implementación del modelo de negocio, siempre que se realicen adecuadas estrategias de control de costos y de incremento de ingresos, según se evidencia en Tabla 5

Mes	Ingresos	Costos Operativos	Utilidad Bruta	Flujo de Caja Acumulado
1	\$33.75 millones	\$25 millones	\$8.75 millones	\$8.75 millones
6	\$33.75 millones	\$25 millones	\$8.75 millones	\$52.5 millones
12	\$33.75 millones	\$25 millones	\$8.75 millones	\$105 millones

Tabla 5 Proyección de Flujo de Caja

En cuanto a la interpretación de los datos se considera que:

- Ingresos (\$33.75 millones por mes): la proyección se mantiene constantes a lo largo del año, indicando una demanda estable y un volumen de ventas consistente. Este grado de ingresos permite planificar y proyectar el flujo de efectivo a lo largo del tiempo.
- Costos Operativos (\$25 millones por mes): se evidencia una constante mensual, lo que permite al negocio controlar sus gastos recurrentes. Esto sugiere una gestión eficiente de los costos necesarios para operar el food truck.
- Utilidad Bruta (\$8.75 millones por mes): La diferencia entre los ingresos y los costos operativos genera una utilidad bruta mensual de \$8.75 millones, lo cual es una señal positiva de rentabilidad mensual, permitiendo que el negocio genere beneficios consistentes después de cubrir sus costos operativos.
- Flujo de Caja Acumulado: Este indicador muestra el flujo de caja acumulado a lo largo de los meses. En el primer mes, el flujo de caja es de \$8.75 millones. A los seis meses, el flujo de caja acumulado alcanza los \$52.5 millones, y al final del primer año (12 meses), asciende a \$105 millones. Este crecimiento acumulado sugiere que el food truck es capaz de generar y retener efectivo, fortaleciendo su liquidez y capacidad para reinvertir o cubrir contingencias.

En conjunto, estos resultados reflejan un modelo de negocio con ingresos y utilidades estables, lo que contribuye a la sostenibilidad financiera del food truck y le permite crecer a largo plazo. De igual forma, en Tabla 6 se muestran los indicadores asociados con la salud financiera

Indicador	Valor Ideal para Food Truck	Valor Calculado	Interpretación
ROI Anual	>35%	40%	Indica una rentabilidad saludable y viable.
Período de Recuperación	18-24 meses	20 meses	La inversión se recupera en un periodo razonable.
Ratio de Liquidez	>1.5	1.8	El negocio tiene capacidad para cubrir sus pasivos.

Tabla 6 Indicadores de Salud Financiera

- **ROI Anual (40%):** El retorno sobre la inversión anual es superior al valor ideal (>35%), lo cual indica que el negocio es altamente rentable y proporciona un retorno atractivo sobre el capital invertido, favoreciendo su atractivo para inversionistas.
- **Período de Recuperación (20 meses):** Este indicador muestra que el food truck recupera la inversión inicial en un plazo razonable de 20 meses, dentro del rango ideal de 18 a 24 meses. Esto sugiere que el negocio tiene un buen equilibrio entre inversión y retorno, lo que refuerza su viabilidad financiera.
- **Ratio de Liquidez (1.8):** Con una ratio de liquidez de 1.8, que supera el mínimo ideal (>1.5), el negocio muestra una buena capacidad para cubrir sus pasivos y obligaciones a corto plazo. Esto implica que el food truck cuenta con una base financiera sólida para enfrentar gastos operativos y posibles contingencias.

En conjunto, estos indicadores reflejan una posición financiera sólida para el food truck, indicando su capacidad para operar de forma rentable, recuperar la inversión en un tiempo adecuado y mantener una buena liquidez.

A partir de los resultados expuestos se presentan los factores vinculados con:

- **Análisis de riesgos y estrategias de mitigación**

La identificación de riesgos es crucial para asegurar la sostenibilidad del negocio, en función de lo cual identificar los riesgos operativos, financieros y de mercado contribuye a definir acciones que permitan contrarrestar las condiciones de los entornos que generan inestabilidad al negocio en función de lo cual se presentan las relaciones entre riesgos y contingencia ver Tabla 7.

Tipo de Riesgo	Descripción	Estrategia para mitiga riesgos
Riesgos Operativos	Falla de maquinaria, limitaciones en la cadena de suministro o falta de personal capacitado.	Mantener un plan de mantenimiento preventivo, establecer contratos con múltiples proveedores y tener personal capacitado en reserva.
Riesgos Financieros	Fluctuaciones en los costos de insumos o disminución de ingresos en temporadas bajas.	Crear un fondo de contingencia, realizar proyecciones de flujo de caja y ajustar los precios de venta según el mercado.
Riesgos de Mercado	Cambio en las preferencias de los consumidores o entrada de nuevos competidores.	Diversificar la oferta del menú y establecer una estrategia de diferenciación basada en calidad y experiencia del cliente.
Riesgos Legales	Cambios en regulaciones sanitarias o permisos para operar en determinadas zonas de Cali.	Mantenerse actualizado con las normativas locales, contar con asesoría legal y tener una alternativa de ubicación.

Tabla 7 Identificación de riesgos y plan de contingencia

- **Proyección de ingresos y evaluación financiera**

A partir de la relación explicada, se presenta la factibilidad económica-financiera del proyecto de food truck a través de la cual se desarrollan proyecciones de ingresos según diferentes escenarios. A su vez se calculan los indicadores financieros relevantes, como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR), además del análisis de sensibilidad, ver Tabla 8.

Escenario	Ventas Diarias	Ingresos Mensuales	Proyección Anual
Optimista	100	\$45,000	\$540,000
Realista	75	\$33,750	\$405,000
Pesimista	50	\$22,500	\$270,000

Tabla 8 Proyección de ingresos: escenarios de ventas

Escenario Optimista: Este es el mejor caso, con ventas diarias de 100 unidades, generando ingresos mensuales de \$45 millones y anuales de \$540 millones. Este escenario indica un alto volumen de ventas y buena aceptación del negocio, lo cual aseguraría una alta rentabilidad.

Escenario Realista: Representa una estimación más conservadora con 75 ventas diarias, ingresos mensuales de \$33.75 millones y anuales de \$405 millones. Este

escenario proyecta un nivel de ventas suficiente para mantener el negocio sostenible y cubrir los costos, asegurando una rentabilidad adecuada.

Escenario Pesimista: Es el escenario menos favorable, con 50 ventas diarias e ingresos mensuales de \$22.5 millones, totalizando \$270 millones anuales. Aunque este escenario muestra ingresos menores, puede ayudar a entender los puntos de equilibrio y las estrategias necesarias para mantener la operación aún en condiciones adversas.

• **Evaluación Financiera**

Es un análisis exhaustivo de la rentabilidad y sostenibilidad económica del negocio. Este proceso implica calcular y proyectar indicadores financieros clave, como el Valor Actual Neto (VAN), la Tasa Interna de Retorno (TIR), el flujo de caja y el punto de equilibrio, para determinar si los ingresos esperados cubrirán los costos de inversión y operación, generando además un margen de ganancia aceptable. En el contexto de un proyecto de food truck:

Flujo de caja proyectado: se muestra la rentabilidad acumulada mensual y anual, permitiendo observar el tiempo estimado de recuperación de la inversión, ver Tabla 9.

Mes	Ingresos	Costos Operativos	Utilidad Bruta	Flujo de Caja Acumulado
1	\$33.75 millones	\$25 millones	\$8.75 millones	\$8.75 millones
6	\$33.75 millones	\$25 millones	\$8.75 millones	\$52.5 millones
12	\$33.75 millones	\$25 millones	\$8.75 millones	\$105 millones

Tabla 9 Estimación de flujo de caja proyectado

Los datos expresados genera las condiciones para poder determinar los indicadores de rentabilidad y recuperación de inversión, ver Tabla 10

Indicador Financiero	Cálculo	Valor	Interpretación
VAN (Valor Actual Neto)	Calculado según proyección de flujos	\$45 millones	Un VAN positivo indica que el proyecto es rentable.
TIR (Tasa Interna de Retorno)	Calculada con respecto a la inversión inicial	18%	La TIR es superior a la tasa de retorno mínima esperada, confirmando la viabilidad del proyecto.

Período de Recuperación	Estimado según el flujo de caja acumulado	20 meses	La inversión se recupera en un plazo razonable para este tipo de negocio.
-------------------------	---	----------	---

Tabla 10 Indicadores de rentabilidad y recuperación de inversión

La proyección del flujo de caja permite evaluar la rentabilidad y el desempeño financiero del food truck mes a mes. En este caso, se proyectan ingresos constantes de \$33.75 millones y costos operativos de \$25 millones mensuales, resultando en una utilidad bruta mensual de \$8.75 millones. Este flujo de caja proyectado muestra que el food truck puede recuperar su inversión en un tiempo razonable, si mantiene ingresos y costos constantes.

- **Análisis de Sensibilidad**

El análisis de sensibilidad permitió evaluar la robustez del modelo de negocio frente a posibles variaciones en factores críticos, como la demanda, el precio de los insumos y los costos operativos. Este análisis considera un rango de variación de $\pm 10\%$ en los costos e ingresos.

Variable	Escenario Bajo	Escenario Base	Escenario Alto
Ingresos	\$30.375 millones	\$33.750 millones	\$37.125 millones
Costos Operativos	\$22.5 millones	\$25 millones	\$27.5 millones
Utilidad Bruta	\$7.875 millones	\$8.75 millones	\$9.625 millones
Flujo de Caja Acumulado Anual	\$94.5 millones	\$105 millones	\$115.5 millones

Tabla 11 Análisis de sensibilidad

- **Escenario Bajo:** Si los ingresos disminuyen a \$30.375 millones y los costos operativos a \$22.5 millones, la utilidad bruta se reduce a \$7.875 millones, acumulando un flujo de caja anual de \$94.5 millones. Este escenario representa un caso conservador, mostrando cómo la rentabilidad se ve afectada ante una caída en ventas o aumento en costos.
- **Escenario Base:** Con ingresos de \$33.75 millones y costos operativos de \$25 millones, la utilidad bruta es de \$8.75 millones, logrando un flujo de caja anual de \$105 millones. Este es el escenario esperado, reflejando un equilibrio entre ingresos y costos.
- **Escenario Alto:** Si los ingresos suben a \$37.125 millones y los costos a \$27.5 millones, la utilidad bruta crece a \$9.625 millones y el flujo de caja anual alcanza \$115.5 millones, lo cual refleja un caso optimista y un aumento en la rentabilidad.

Este análisis permite evaluar la resiliencia del negocio ante fluctuaciones, confirmando que el modelo de food truck puede mantenerse rentable bajo variaciones moderadas en el mercado.

- **Proyección de crecimiento y expansión**

De acuerdo con los resultados obtenidos, se logra consolidar el análisis de crecimiento del negocio en el mediano y largo plazo. Su proyección otorga la posibilidad de expansión hacia nuevos puntos de venta o diversificación en el menú siempre u cuando se promueva la creatividad e innovación en el negocio, ver Tabla 12.

Indicador de Crecimiento	Descripción
Crecimiento mensual de ventas	Proyección de incremento de 3% mensual en ventas
Expansión de menú	Puesta en práctica de la creatividad e innovación de procesos que permitan las incorporaciones de nuevos productos y servicios basados en requerimientos de clientes.
Expansión de puntos de venta	Posibilidad de establecer un segundo food truck en otras áreas de alta demanda en zonas adyacentes al negocio consolidado.

Tabla 12 Proyección de crecimiento y expansión

- **Análisis viabilidad del negocio**

El análisis realizado a partir de la evaluación confirma que el modelo de negocio de food truck, es factible económicamente. Su fundamentación parte de la obtención de ROI adecuado y un margen operativo favorable en el escenario base. La adaptabilidad del modelo permite aprovechar las tendencias de consumo actual en zonas de alta demanda, el cual puede ser replicado como un negocio factible. Asimismo, el análisis de sensibilidad muestra que el modelo es lo suficientemente robusto para afrontar variaciones en ingresos y costos operativos, consolidando así una estructura financiera estable.

Por lo que se presenta un presupuesto, el cual cubre las principales categorías de inversión para un food truck, incluyendo maquinaria, herramientas, mobiliario, costos administrativos y la materia prima inicial, proporcionando una base sólida para el funcionamiento del negocio en el mercado colombiano.

Concepto	Descripción	Costo Estimado (COP)
Instalaciones	Adecuación y permisos del espacio de estacionamiento y operación del food truck.	\$3 millones
Maquinaria	Equipos de cocina industrial (freidora, plancha, parrilla, estufa, refrigerador, etc.).	\$20 millones
Herramientas y Útiles	Utensilios de cocina, como cuchillos, espátulas, pinzas, tablas de cortar, etc.	\$2.5 millones
Mobiliario y Enseres	Mobiliario básico para atención al cliente (mesas plegables, sillas, estantes).	\$3.5 millones
Costos de Constitución y Puesta en Marcha	Registro de la empresa, trámites legales, permisos sanitarios y licencias.	\$4 millones
Existencias Iniciales de Materia Prima	Insumos para el menú inicial, como carnes, vegetales, salsas, pan, y otros ingredientes.	\$5 millones
IVA Soportado	Impuesto aplicable sobre las compras e inversiones iniciales, dependiendo de los insumos.	\$2.5 millones
Total	Suma de todos los costos estimados para el inicio del negocio.	\$40.5 millones

Tabla 13 Presupuesto de inversión

Las estimaciones realizadas se consideran como parte de un análisis proyectado bajo estándares de viabilidad y factibilidad económica que amerita una vez practicada, un asertivo y secuencial proceso de control para el monitoreo de la gestión financiera. Sumado a lo descrito desde la perspectiva funcional y operativa, igual se refiere la validez del marco normativo y de políticas públicas que regulen las formas de operar en contexto residenciales, recreativos y comerciales.

Los resultados expuestos, se conciben en el marco de la viabilidad de un modelo de negocio factible y sostenible. Su proyección se concibe bajo un enfoque de generación de impacto positivo en el entorno urbano, a partir de su relación armoniosa con el ambiente y los espacios públicos. Sumado a la importancia de prever la aplicación de regulaciones relacionadas con la gestión de residuos y la sostenibilidad, que incluyen el uso de envases biodegradables y la correcta disposición de los desechos generados durante su operación. Es así como, de forma integral la efectiva gestión del negocio en referencia puede ser considerado entre las prioridades para emprender y continuar fortaleciendo el desarrollo económico de las regiones.

CONCLUSIONES

El presente estudio permitió un análisis integral de la viabilidad económica del modelo de negocio de food trucks en una ciudad estratégica del pacífico colombiano. En función de ello se concibe que el mencionado modelo tiene un alto potencial para satisfacer la creciente demanda de opciones gastronómicas innovadoras en la región, especialmente en zonas estratégicas donde los consumidores buscan experiencias gastronómicas únicas. Sin embargo, el éxito depende de factores clave como la gestión eficiente de los costos, la adaptación a las dinámicas del mercado y el cumplimiento de normativas locales, aspectos determinantes para la sostenibilidad y rentabilidad del negocio a largo plazo.

En el mismo orden, como aportes concluyentes se considera la importancia de concebir de forma interrelacionada las diferentes etapas que desde la perspectiva económica ameritan ser considerada para proyectar de forma efectiva un negocio bajo el alcance y naturaleza presentada en este estudio (food trucks). Asimismo, entre los referentes a utilizar se destaca la relevancia sobre la optimización de costos. Sumado a la generación de valor que considera el portafolio de alimentos diferenciados, proceso que proyecta de manera asertiva considerar márgenes operativos entre el 20% al 30%. Datos estimados de experiencias contactadas en el mercado donde se participan con este perfil de iniciativas. Sumado a la adopción de prácticas sostenibles que trascienden desde lo social, con las alianzas de proveedores locales con responsabilidad social, que representa la selección de materia prima sostenible, las cuales no solo reduce costos, sino que también mejora la percepción del negocio promueve la sostenibilidad y perdurabilidad del negocio, en lo ambiental las condiciones de uso de los espacios, consumo de insumos amigables con el ambiente y por ende lo económico previamente explicado y concebido bajo una estructura de costos factible.

En líneas generales aspectos asociados con la capacidad de respuestas para emprender e incentivar a inversionistas en el área, está condicionados a la efectividad de políticas públicas como determinantes en la regulación/formalización de este perfil de negocio y el tratamiento de alimentos. En cuanto a las limitaciones durante el desarrollo de la investigación se resaltan: las restricciones según su alcance por considerar que el estudio se centró en un diseño transversal y en datos específicos en una ciudad de Colombia, lo cual el poder generalizar los resultados a otras regiones está condicionado la naturaleza geográficas, perfiles y preferencias alimenticias de clientes. Asimismo, las condiciones económicas, por considerar que el modelo propuesto está sujeto a la volatilidad económica local.

Sobre la viabilidad práctica, se destaca la relevancia sobre los componentes asociados con: a) la innovación tecnológica, cuya relevancia se vincula con la implementación de aplicaciones móviles puede mejorar la operatividad y la

fidelización de clientes, b) escalabilidad del modelo, centrada en la estrategia que proyecte su crecimiento producto de la demanda de clientes, logrando mantener un equilibrio en costos sobre los requerimientos funcionales y operativos. Estas características socioeconómicas representan una oportunidad para expandir el alcance del negocio, c) diversificación del menú, considerada ante la diversidad de gustos y condiciones alimenticias frecuentemente renovadas, un ejemplo las opciones veganas y orgánicas, podría captar un segmento adicional del mercado. Esto podría posicionar a los food trucks como líderes en tendencias alimentarias emergentes y por último las interacciones con sectores relacionados que permitan participar en eventos culturales y deportivos.

En líneas generales, el negocio de los food trucks, responden a un mercado de alta demanda por lo cual, se considera como una oportunidad viable y atractiva para las regiones, tanto por su rentabilidad económica, como por la capacidad para impactar positivamente en el entorno social y ambiental. Al implementar prácticas sostenibles, estrategias innovadoras y una gestión financiera sólida, este modelo puede convertirse en un motor de desarrollo económico y cultural.

REFERENCIAS

Arif, M., & Djatmiko, B. (2022). Feasibility Study Business Development Ajwa Archery Collaboration and Community Based. *Economic: Journal Economic and Business*, 1(1), 41–46. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v1i1.251>

Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. (3ra ed.). Colombia: Pearson Educación.

CEPAL (2020). La Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible en el nuevo contexto mundial y regional: escenarios y proyecciones en la presente crisis. *Santiago: Comisión Económica para América Latina y el Caribe*.

Del Canto, E., & Silva Silva, A. (2013). Metodología cuantitativa: abordaje desde la complementariedad en ciencias sociales. *Revista de Ciencias Sociales*, 0(141). <https://doi.org/10.15517/rcs.v0i141.12479>

Freeman, RE, Harrison, JS, Wicks, AC, Parmar, BL y De Colle, S. (2010). *Teoría de las partes interesadas. Estado del arte*. Nueva York: CambriPrensa Universitaria dg

García-Echevarría, V. G., Miranda-Zavala, A. M., & Cruz-Estrada, I. (2019). Factores que influyen en la decisión de compra del consumidor de los Food Trucks. *RECAI Revista de Estudios En Contaduría, Administración e Informática*, 8(22), 34. <https://doi.org/10.36677/recai.v8i22.12322>

González, M., & Martínez, J. (2021). Economía en movimiento: Flexibilidad y adaptación en modelos de negocio urbano. *Economía Urbana*, 4(2), 102-118.

Gopi, B., & Samat, N. (2020). The influence of food trucks' service quality on customer satisfaction and its impact toward customer loyalty. *British Food Journal*, 122(10), 3213-3226. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/BFJ-02-2020-0110/full/html>

Kleiman, M. B., Schutt, R. K., Baily, C. A., Czaja, R., Blair, J., Maisel, R., & Persell, C. H. (1997). Investigating the Social World: The Process and Practice of Research. *Teaching Sociology*, 25(1), 83. <https://doi.org/10.2307/1319118>

Madau, F. A., Arru, B., Furesi, R., & Pulina, P. (2020). Insect farming for feed and food production from a circular business model perspective. *Sustainability*, 12(13), 5418. <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/13/5418>

Nasution, M. A., Fitri, A., & Safitri, N. (2023). Business Feasibility Study Reviewed From Market and Marketing Aspects in the Digital Invitation Business Kekondangan.Id. *Economic: Journal Economic and Business*, 2(1), 33–36. <https://doi.org/10.56495/ejeb.v2i1.686>

Nantell, T. J., Copeland, T., Koller, T., & Murrin, J. (1991). Valuation: Measuring and Managing the Value of Companies. *The Journal of Finance*, 46(1), 459. <https://doi.org/10.2307/2328707>

Organización de Naciones Unidas (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. Resolución A/RES/70/1. Nueva York: Asamblea General de las Naciones Unidas.

Paredes-Chacín, A.J., Díaz-Bejarano, S., Marín-González, F., & Vega-Ramírez, E. (2024). Relationship between knowledge transfer and sustainable innovation in interorganizational environments of small and medium-sized enterprises. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 20(1), 47-64. <https://doi.org/10.7341/20242013>

Pérez, J. (2021). Guía para emprendedores en el sector de food trucks: Estrategias y herramientas prácticas. *Emprendimiento en América Latina*, 6(2), 109-125.

Porter, M. E. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York: Free Press.

Smith, T. (2018). Market Analysis and Economic Viability of Food Trucks. *Economic Journal*, 5(3), 112-119.

Schumpeter, Joseph. (1978) *Teoría del desenvolvimiento económico*. Quinta Reimpresión, Fondo de Cultura Económica, México.

Stebbins, R. A. (2001). *Exploratory Research in the Social Sciences*. Sage Publications.

Thilmany, D., Canales, E., Low, S. A., & Boys, K. (2021). Local food supply chain dynamics and resilience during COVID-19. *Applied Economic Perspectives and Policy*, 43(1), 86-104. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/aepp.13121>

Yurofi'ah, I. A., & Luluk Fauziah. (2025). Business feasibility analysis of the Msme "Seblak King." *Journal of Economic and Economic Policy*, 2(4), 405–414. <https://doi.org/10.61796/ijecep.v2i4.81>