

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

[DOI 10.35381/gep.v6i1.86](https://doi.org/10.35381/gep.v6i1.86)

Factibilidad para la inversión en un restaurante de comida

Feasibility for investment in a food restaurant

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda

ga.vanessadvp12@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-9496-0667>

Valeria Karina Gutiérrez-Lozada

ga.valeriakgl45@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0008-0978-9112>

Juan Francisco Freire-Valverde

ga.juanffv90@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0009-0000-0727-0001>

Diego Andrés Carrillo-Rosero

ua.diegocarrillo@uniandes.edu.ec

Universidad Regional Autónoma de los Andes, Ambato, Tungurahua
Ecuador

<https://orcid.org/0000-0001-6857-4519>

Recibido: 20 de agosto 2023

Revisado: 25 de septiembre 2023

Aprobado: 15 de diciembre 2023

Publicado: 15 de enero 2024

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

RESUMEN

La investigación tuvo por objetivo determinar la factibilidad de mercado de una idea de inversión para estructurar un proyecto de inversión en un restaurante temático orientado a familias con niños. La investigación fue de nivel descriptivo y transeccional, la técnica utilizada fue la encuesta; la población estuvo conformada por habitantes de la ciudad de Ambato, Ecuador. Los resultados mostraron que la capacidad aprovechada se calculó a partir de la división de la capacidad real y la demanda proyectada, la misma reflejo como resultado el porcentaje de ocupación que en todos los productos está en un 85% para el año 1 y un 95% para el año 5, lo cual es factible y beneficioso. En conclusión, el proyecto es factible pues se establece un mercado meta de 29580.06 unidades, que equivale a una participación del 2% en el mercado que equivale a \$177480.37.

Descriptor: Mercado; rentabilidad; inversión; finanza; restaurante. (Tesauro UNESCO).

ABSTRACT

The objective of the research was to determine the market feasibility of an investment idea to structure an investment project in a themed restaurant aimed at families with children. The research was descriptive and transectional, the technique used was the survey; The population was made up of inhabitants of the city of Ambato, Ecuador. The results showed that the utilized capacity was calculated from the division of the real capacity and the projected demand, the same reflection as a result of the percentage of occupancy, which in all products is 85% for year 1 and 95%. for year 5, which is feasible and beneficial. In conclusion, the project is feasible since a target market of 29580.06 units is established, which is equivalent to a 2% participation in the market that is equivalent to \$177480.37.

Descriptors: Market; cost effectiveness; investment; finance; restaurant. (UNESCO Thesaurus).

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

INTRODUCCIÓN

Los proyectos de inversión constituyen una propuesta de acción técnico-económica, que resuelven necesidades mediante el empleo de recursos disponibles; sean estos: tecnológicos, humanos, materiales, etc. El documento, incluye diversos estudios que permiten al emprendedor y a los empresarios validar la factibilidad sus ideas de negocios, al mismo tiempo que proporciona información de la rentabilidad y su pertinencia legal, social y comercial (O’Farril y Feria, 2019).

Un factor clave para el desarrollo del estudio, es definir el segmento de mercado y el mercado meta; por ejemplo, si se desea invertir en un negocio de restaurante y se orienta a familias de ingreso medio hasta alto, además de una comida deliciosa; se debe diseñar una experiencia fantástica e inolvidable (Alvarado et al., 2011). Otro aspecto para considerar son las tendencias de consumo; hoy en día el cuidado a la salud ha cobrado mayor vigencia; así por ejemplo un restaurante para niños debe considerar en su menú opciones de comida saludable rica en vitaminas y minerales no esencialmente vegetariana, con una estructura temática y diseños exclusivos para niños, donde encontraran un confortable espacio para compartir, divertirse y aprender (Ramírez, 2017).

La presente investigación tuvo como objetivo el desarrollar un proyecto de inversión a nivel de prefactibilidad enfocado en familias con niños, pues mucha de las veces llega a ser un problema para los padres al momento de buscar un restaurante; sin embargo, al desconocer el volumen del mercado total y del mercado meta se requiere definir si la idea es viable en plano comercial y, por ende, rentable. La escasez de restaurantes temáticos y llamativos para los niños resulta ser un generador de aburrimiento, descontento y bajo apetito en los niños al comer afuera, esto porque los niños necesitan algo diferente y creativo para distraerse.

Los padres que buscan pasar un tiempo en calidad de con sus hijos, llegan a considerar diferentes factores, pues en lo primero que piensan es en la comodidad de

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

sus niños; a la vez, para los padres, la nutrición de sus hijos es importante, por lo que también analizan si los alimentos son saludables; por lo expuesto, si el lugar donde van tiene gastronomía variada, saludable y a la vez, es un sitio cómodo para los más pequeños; el resultado es un negocio diferenciado y con una ventaja competitiva. Otra causa del problema es la baja cantidad de zonas de juegos y la falta de áreas verdes para el entretenimiento de toda la familia. Esta ausencia de espacios no solo genera aburrimiento en los niños, sino que los vuelve más inquietos, caprichosos y latosos, generando así, estrés y cansancio en los adultos que salen a restaurantes en compañía de niños.

Con estas consideraciones, la creación de un restaurante de comida tradicional se presenta como un proyecto de inversión razonable, apto y accesible al mercado sin exagerar en precios, de tal manera que se logre ejecutar sin inconveniente alguno, produciendo así un espíritu de emprendimiento. Además, se busca impulsar la gastronomía ecuatoriana mediante un diseño de marketing factible y llamativo tanto para el turista como para el extranjero, el cual llegará a tener la acogida necesaria para su factibilidad obteniendo así los resultados rentables y sostenibles (Castillo y Saltos, 2018).

Al determinar la factibilidad de inversión de un proyecto, no solo se mejora la oferta de la industria local; además se crean fuentes de empleo, no solo para personas profesionales, pero también para personas que actualmente están desempleadas y se incorporarían a una fuente de trabajo formal; en donde además serán capacitadas adecuadamente para que realicen un trabajo impecable.

Con la inversión se crea un lugar donde las familias puedan pasar un momento de relajación, mediante un espacio adecuado para los más pequeños los cuales podrán jugar y divertirse, mientras los adultos disfrutan de una grata gastronomía, en un ambiente reconfortante, tanto por las instalaciones como por el servicio y alimentación,

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

pues actualmente, en la ciudad de Ambato, resulta difícil encontrar un sitio con estas características.

Por otra parte, invertir en este tipo de proyectos permite que la población consuma más seguidos productos tradicionales, los cuales se van perdiendo. Proyectos donde estén involucradas familias con niños pequeños, llegan a ser factibles siempre que se haga un previo estudio de mercado. Esto es necesario, pues muchas veces la falta de investigación hace que un negocio fracase, pero invertir ayuda tanto a la población como al país para que pueda seguir creciendo.

Morales (2018) manifiesta que un proyecto de inversión en fase de prefactibilidad; incluye los análisis: de mercado, técnico, administrativo y financiero. Es decir, un inversionista debe en primer lugar realizar una investigación estructurada que determine la aceptación comercial del producto o servicio; para con base en esos datos generar los posteriores estudios; así a partir del cálculo del mercado meta se determina el tamaño óptimo y la capacidad aprovechada; para luego estructurar el orgánico funcional y finalmente, los flujos de efectivo; en última instancia se calculan indicadores financieros clave como el VAN y la TIR.

Según, Morales (2018) el valor actual neto (NPV) es un punto de referencia de inversión que implica actualizar los ingresos y los pagos de un proyecto o inversión para ver cuánto ganará o perderá esa inversión (Velayos, 2014). La tasa interna de retorno (TIR) es la rentabilidad que proporciona una inversión. Es decir, es el porcentaje de ganancia o pérdida del monto de la inversión que no se descuenta del proyecto (Sevilla, 2014). El presente trabajo tiene por objetivo determinar la factibilidad de mercado de una idea de inversión para estructura un proyecto de inversión en un restaurante temático orientado a familias con niños.

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

MÉTODO

El presente trabajo se desarrolló bajo la modalidad de investigación cuantitativa porque recaba información para luego ser procesada y analizada de forma medible realizando análisis estadístico de lo investigado. Al respecto Bryman (2012) considera que "La investigación cuantitativa es una estrategia de investigación que se centra en cuantificar la recopilación y el análisis de datos". Este proyecto se lleva a cabo utilizando un enfoque cuantitativo, que recurre como fuente primaria a los clientes potenciales. De esta manera, se recopilan datos numéricos para contabilizarlos y analizar mediante gráficos las estadísticas y tendencias de los clientes, además de conocer si el proyecto tuviera suficiente mercado en la provincia.

El alcance del estudio es descriptivo y busca "describir con precisión la situación, eventos, poblaciones o grupos, con el fin de establecer relaciones entre variables y de establecer características que permitan generalizaciones" (Hernández, 2014). Es decir, la metodología descriptiva es utilizada en este caso para describir el público objetivo y recolectar datos que representen la situación tal y como es. Para este estudio no se llevó a cabo ninguna clase de experimento de laboratorio, por lo que encaja como una investigación del tipo no experimental, que se refiere a estudios en los que no se manipulan intencionalmente las variables y en los que solo se observan los fenómenos en su entorno natural para posteriormente analizarlos. (Hernández, 2010)

El diseño de estudios transversales se describe como una investigación observacional que se enfoca en medir una o más características o variables en un solo momento. (Hernández, 2014). Por ende, el presente trabajo es transversal, ya que la recopilación de datos para el análisis se lo hizo mediante encuestas una única vez en el mes de diciembre del año 2022. Como técnica de investigación se aplicó la encuesta, que es un procedimiento dentro de los diseños de una investigación descriptiva en el que el investigador recopila datos por medio de un cuestionario estandarizado.

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

En este caso, se estructuró un instrumento de dos secciones: demográfica y conductual; la primera indagó sobre género, edad, ocupación; mientras que la segunda se enfoca en predisposición de consumo, frecuencia, gasto por persona por consumo; preferencias sobre ubicación, menú, medios de información. Las preguntas fueron cerradas con escala de Likert; el encuestado solo puede elegir entre las opciones de respuesta proporcionadas en el cuestionario para cada pregunta formulada.

Las encuestas se aplicaron en la ciudad de Ambato durante el mes de diciembre previo a un cronograma establecido; para lo cual se consideró como población de estudio a la población de la ciudad de Ambato; se estableció un 95% de nivel de confianza y un 6% de margen de error; por lo que posterior a la resolución de la fórmula se determinó una muestra estadística de 266 elementos, que fueron recopilados mediante muestreo aleatorio simple.

RESULTADOS

Para el cálculo del mercado total se determinó que el 90% de 312.945 habitantes asistirían a un restaurante en compañía de niños; de este porcentaje tomamos en cuenta a la población de clase media – alta, es decir, el 24%. Tienen una frecuencia semanal de 33%, mensual de 34% (una vez por mes 15,3% y más de una vez al mes 19,1%), trimestral de 16% y semestral en adelante 16%; así la unidad tomada en cuenta es la mínima requerida de personas (una) y cuyo precio por persona es de 6 dólares. Al multiplicar todos los factores y realizar la sumatoria obtenemos que el Mercado Total es 8 874 018, 63 \$ anuales.

Este dato sirve como punto de partida para el cálculo del mercado meta; para lo cual es necesario calcular como referencia la Cuota Estándar del Mercado. Para este cálculo primero se divide el 100% entre el número de competidores y productos sustitutos que son 35; este porcentaje (3%) se multiplica por el mercado total y se consigue la CSM anual que es de 253 543,39\$ al año; por lo que al dividirlo para los 12 meses se obtiene

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

que la CSM mensual es de 21 128,61\$. Es decir, en la ciudad de Ambato, en promedio este tipo de establecimientos tendrían una participación de mercado del 3% lo que equivale a \$253 5431,39 anuales.

Considerando el mercado meta y la demanda proyectada con una tasa de crecimiento del 2,8% anual durante 5 años, se determinó un tamaño óptimo de 33 960 unidades anuales. Con este tamaño óptimo, la capacidad aprovechada que, se calcula dividiendo la capacidad real entre la demanda proyectada, resulta en un porcentaje de ocupación del 85% en el primer año y del 95% en el quinto año, lo cual es viable y beneficioso.

El estudio del tamaño óptimo identificó a 3 trabajadores operativos como el número más eficiente de colaboradores para el proyecto; y un trabajador directivo, en función de aquello y tomando en cuenta todos los beneficios de ley se calculó una nómina mensual de 2896,34\$ y una nómina anual de 34756,06. Después, mediante un análisis se determinó que el total de inversiones es 104939, 02\$, la parte que corresponde al capital de trabajo será de 10234,02\$ y el financiamiento necesitado será de 50 000\$.

Al analizar los ingresos totales se calculó que para el año 1 es 136531,92\$ y para el año 5 de 15866,02\$. Se elaboró el flujo de caja del proyecto en función a 5 años con una utilidad bruta de 45359,94\$ y una utilidad neta de 37121,99\$ para el año 1. Se elaboró el flujo acumulado que es la suma del flujo operacional del año más el flujo acumulado del anterior año que resultó ser negativo para los años 1 y 2, con \$75667,3 el año 1 y 33878,43\$ el año 2. A partir del año 3 este flujo se vuelve positivo con 10083,47\$ el año 3, 46923,75\$ el año 4 y 85618,83\$ el año 5. Los indicadores financieros se calcularon con los flujos efectivos operacionales en función de la tasa de actualización del 10% y resultó en una VAN de 38426\$ y una TIR del 22,98%. Finalmente, el Payback calculó que se recuperará la inversión en 2,81 periodos, es decir, en 2 años y 9 meses.

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

CONCLUSIONES

Un estudio de factibilidad es la herramienta analítica que evalúa la viabilidad de un proyecto, permite evaluar la capacidad de una empresa y su cumplimiento, los estudios que abarcan estudio son: estudio de mercado, estudio técnico, estudio administrativo, estudio financiero. Para el presente proyecto se utilizó una metodología cuantitativa, pues se recabó información para luego analizarla y procesarla estadísticamente, se utilizó la técnica de encuestas para recolectar la información requerida para el proyecto, tras estos análisis se obtuvo un mercado meta en el que se espera captar 29580.06 en unidades, que en dólares equivale a \$253 5431,39 anuales, al segmento de padres con niños pequeños buscan sitios donde sean, cómodos para ambos, de fácil acceso, seguro, con precios accesibles

El cálculo del tamaño óptimo se lo realizó tomando en cuenta la demanda del año en unidades del mercado meta, adicional al crecimiento de la demanda que es del 2,8 % y la proyección a 5 años, lo que al multiplicar la demanda 0 por 1 más la tasa de crecimiento elevado a los 5 años que es la proyección realizada, resultando de este cálculo 33959. 76 unidades. La capacidad aprovechada se calculó tomando en cuenta del año 0 hasta el año 5 y se calculó a partir de la división de la capacidad real y la demanda proyectada, misma que da como resultado el porcentaje de ocupación que en todos los productos está en un 85% para el año 1 y un 95% para el año 5, lo cual es factible y beneficioso.

El proyecto es factible pues se establece un mercado meta de 29580.06 unidades, que equivale a una participación del 2% en el mercado que equivale a \$177480.37; con esa proyección de ingresos contrastado con los costos se obtuvo un indicador de VAN de 38426 y una TIR de 22,98%.

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

FINANCIAMIENTO

No monetario.

AGRADECIMIENTO

A la población de estudio de la ciudad de Ambato, Ecuador y al colectivo de investigación que participó con su valioso apoyo.

REFERENCIAS CONSULTADAS

- Alvarado, S., Fernández, D., y Sánchez, D. (2011). Implementación de un restaurante temático con orientación familiar en la ciudad de Guayaquil. [Implementation of a family-oriented themed restaurant in the city of Guayaquil]. *Escuela Superior Politécnica del Litoral (ESPOL)*. <https://n9.cl/tf9sp>
- Bryman, A. (2012). Social research methods (4th ed.). Oxford: Oxford University Press. <https://n9.cl/i7ucw>
- Castillo, J. (2018). La tasa social de descuento en la evaluación de proyectos de inversión: una aplicación para el Ecuador. [The social discount rate in the evaluation of investment projects: an application for Ecuador]. <https://n9.cl/ac043>
- Garnica, M. (2021). Estudio de factibilidad y planificación de un restaurante en el centro de Ambato. [Feasibility study and planning of a restaurant in the center of Ambato]. (Tesis de pregrado). Universidad San Francisco de Quito USFQ. <https://n9.cl/fquk0g>
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2010). Metodología de la investigación. [Investigation methodology]. (5ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana., S.A.
- Hernández, R., Fernández, C., y Baptista, P. (2014). Metodología de la investigación. [Investigation methodology]. (6ª ed.). México: McGraw-Hill Interamericana., S.A.
- Morales, A. (2018). Proyectos de Inversión; formulación y evaluación. [Investment projects; formulation and evaluation]. México: McGraw Hill. <https://n9.cl/il14>

Vanessa Dayana Vásquez-Poveda; Valeria Karina Gutiérrez-Lozada; Juan Francisco Freire-Valverde;
Diego Andrés Carrillo-Rosero

O'Farril, I., y Feria, I. (2019). Los proyectos de inversión, una vía para el desarrollo sostenible. [Investment projects, a path to sustainable development]. *Cofin Habana*, 13(1). <https://n9.cl/fgrda>

Ramírez. A., y Reina. J, (2017). Estudio de factibilidad para la creación de un restaurante Chispas Kids, diseñado para niños, con comida saludable colombiana, en la ciudad de Bogotá. [Feasibility study for the creation of a Chispas Kids restaurant, designed for children, with healthy Colombian food, in the city of Bogotá]. (Tesis de pregrado). Universidad Cooperativa de Colombia, Facultad de Ingeniería, Bogotá, Colombia.

Sevilla, A. (2014). Tasa interna de retorno (TIR). [Internal rate of return]. <https://n9.cl/dlbnr>

Velayos, V. (2014). Valor actual neto (VAN). [Net Present Value (NPV)]. *Economipedia*. <https://n9.cl/w9drq>