



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**TÍTULO:**

**ANÁLISIS DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS COMO FACTOR DE  
DESARROLLO ECONÓMICO EN EL ECUADOR**

**PROPUESTA:**

**MODELO DE NEGOCIO BASADO EN EL SISTEMA DE FRANQUICIAS  
PARA RESTAURANTE “LOS CORVICHES - ELVITA  
EXPRESS”**

**AUTOR:**

Cristhian Eduardo Rubio Gracia

Trabajo de Titulación previo a la Obtención del Título de

**INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**TUTORA:**

Ing. Com. Mariela Sempértegui Cali

**Guayaquil, Ecuador**

**Año 2014**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Cristhian Eduardo Rubio Gracia, como requerimiento parcial para la obtención del Título de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS.

**TUTOR**

---

Ing. Com. Mariela Sempértegui Cali

**REVISORES**

---

Lic. Magaly Garcés Silva, MSc.

---

Lic. Janett Salazar Santander MSc.

**DIRECTOR DE LA CARRERA**

---

Ing. Guillermo Viteri Sandoval, DS.

Guayaquil, a los 04 días del mes de julio del año 2014



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

Yo, RUBIO GRACIA CRISTHIAN EDUARDO

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación: “Título: Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”, previa a la obtención del Título de INGENIERO EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 04 días del mes de julio del año 2014

EL AUTOR

---

Cristhian Eduardo Rubio Gracia

C.C.: 0801602103



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**AUTORIZACIÓN**

Yo, RUBIO GRACIA CRISTHIAN EDUARDO

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: "Título: Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express", cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 04 días del mes de julio del año 2014

EL AUTOR

---

Cristhian Eduardo Rubio Gracia

C.C.: 0801602103

## **AGRADECIMIENTO**

A mis padres, por brindarme todo su amor, comprensión y apoyo incondicional en todos los años de mi vida; mi madre María Elena, es la mejor madre del mundo, gracias por todo tu apoyo, tu paciencia, tus consejos y preocupación en cada momento de mi vida, te amo y voy a seguir luchando toda mi vida por ti. A mi padre, Oswaldo, gracias por apoyarnos y estar con nosotros siempre, tú y mi madre me ayudaron y me enseñaron a triunfar en la vida y a seguir adelante con mis estudios, mi carrera, mi trabajo y a cumplir mis objetivos y metas, te amo mucho y cuenta conmigo incondicionalmente.

A mi esposa e hijos, Soledad, Astrid, Cristhian Junior y Rafaela por estar siempre preocupados por mí en cada momento de mi vida, y tener la paciencia de esperarme durante 5 años todos los fines de semana con una sonrisa, amor, paciencia y ternura, lo cual me llenaba de fuerzas para seguir luchando constantemente y alcanzar este objetivo tan importante en mi vida.

A mis maestros de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil que han sido un pilar muy importante en mi carrera , y me han ayudado a crecer como persona y como profesional, los quiero mucho y pueden encontrar en mi un amigo incondicional por siempre.

Gracias y Dios les bendiga a todos.

*Cristhian Rubio*

## DEDICATORIA

La presente tesis y toda mi carrera universitaria se la dedico principalmente a Dios; con bendicirme con vida salud, voluntad y dedicación en todo el trabajo que se ha encomendado; Dios es mi guía, mi refugio y mi todo.

Siempre estarás en mí, nunca faltarás; todo lo puedo porque tú me fortaleces.

A mi familia, son lo más grande que dios me ha dado; doy gracias por su comprensión en todo momento. A mis padres María Elena y Oswaldo gracias por inculcarme los valores y principios que han sido los pilares para formar en mí la persona que ahora soy, por darme lo mejor que pudieron, y preocuparse en mi educación y salud. Mis hermanos Andrea y Miguel por su preocupación en todo momento. Mi esposa Soledad Grain por su apoyo incondicional y amor con el cual me ha dado la fortaleza de seguir hasta el final y lograr mis objetivos. Mis hijos Astrid, Rafaela y Cristhian Junior por ser la motivación más grande de crecer y demostrarles que todo lo que nos proponemos en la vida lo podemos conseguir a base a sacrificio y perseverancia.

Muchas Gracias.

*Cristhian Rubio*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

Ing. Mariela Sempértegui Cali

**TUTORA**

---

**PROFESOR DELEGADO 1**

---

**PROFESOR DELEGADO 2**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE VENTAS**

## **CALIFICACIÓN**

---

Ing. Com. Mariela Sempértegui Cali

**TUTORA**

# ÍNDICE GENERAL

PORTADA.....	I
CERTIFICACIÓN.....	II
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD .....	III
AUTORIZACIÓN.....	IV
AGRADECIMIENTO .....	V
DEDICATORIA .....	VI
TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN .....	VII
CALIFICACIÓN .....	VIII
ÍNDICE GENERAL .....	IX
ÍNDICE DE TABLAS.....	XII
ÍNDICE DE FIGURAS.....	XIII
RESUMEN.....	XV
ABSTRACT .....	XVI
INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO I.....	4
EL PROBLEMA .....	4
1.1. Planteamiento.....	4
1.1.1. Ubicación del problema en su contexto.....	8
1.1.2. Situación en conflicto .....	9
1.1.3. Causas.....	9
1.1.4. Consecuencias.....	9
1.1.5. Delimitación.....	9
1.2. Formulación del problema .....	10
1.3. Objetivos de la investigación.....	10
1.3.1. Objetivo general .....	10
1.3.2. Objetivo específicos .....	10
1.4. Justificación e importancia de la investigación.....	11
CAPÍTULO II.....	12
MARCO REFERENCIAL .....	12
2.1. Antecedentes de estudio .....	12
2.2. Marco teórico .....	12

2.2.1. Marco legal.....	32
2.2.2. Marco conceptual.....	39
CAPÍTULO III.....	41
MARCO METODOLÓGICO.....	41
3.1. Tipo de investigación.....	41
3.2. Diseño de la investigación.....	41
3.3. Población y muestra.....	42
3.3.1. Población.....	42
3.3.2. Muestra.....	42
3.4. Técnicas e instrumentos de investigación.....	43
3.5. Técnicas de procesamiento y análisis.....	44
3.6. Procedimiento.....	44
CAPÍTULO IV.....	45
RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO.....	45
4.1. Presentación de los resultados.....	45
4.2. Análisis de los resultados.....	59
CAPÍTULO V.....	60
PROPUESTA.....	60
5.1 Descripción del proyecto.....	60
5.2. Justificación del Proyecto.....	76
5.3. Objetivos.....	77
5.4. Beneficiarios del proyecto.....	77
5.5. Localización Física.....	78
5.6. Plan operativo de actividades.....	79
5.7. Estudio de Factibilidad o viabilidad del Proyecto.....	80
5.8. Seguimiento y evaluación.....	90

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	91
Conclusiones.....	91
Recomendaciones.....	91
BIBLIOGRAFÍA.....	92
ANEXOS .....	94
Anexo 1.- Modelo de cuestionario .....	94
Anexo 2.- Guion de preguntas.....	96
Anexo 3.- Políticas de la empresa .....	97

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Franquicias en el Mundo.....	5
Tabla 2 Sector donde reside.....	45
Tabla 3 Ha visitado “Los Corviches de Elvita”.....	46
Tabla 4 Acostumbra a desayunar fuera de casa.....	47
Tabla 5 Comercialización de desayunos cerca del sector donde reside.....	48
Tabla 6 Factores que intervienen en la decisión de acudir a un restaurante	49
Tabla 7 Tipo de comida que prefiere.....	50
Tabla 8 Alimentos que prefiere.....	51
Tabla 9 Percepción de la sazón de alimentos.....	52
Tabla 10 Apertura de más locales.....	53
Tabla 11 Sistema de franquicias.....	54
Tabla 12 FODA.....	62
Tabla 13 de Productos “Los Corviches de Elvita Express”.....	66
Tabla 14 Precio de productos “Los Corviches de Elvita Express”.....	67
Tabla 15 Inversión en activos fijos.....	80
Tabla 16 Inversión en activos fijos.....	81
Tabla 17 Inversión inicial.....	81
Tabla 18 Detalles del financiamiento.....	82
Tabla 19 Tabla de amortización.....	82
Tabla 20 Gastos.....	83
Tabla 21 Proyección de ventas en el primer año.....	84
Tabla 22 Proyección de ventas en los 5 años.....	85
Tabla 23 Margen de utilidad.....	86
Tabla 24 TIR Y VAN.....	86
Tabla 25 Estados financieros.....	87
Tabla 26 Retorno de la inversión.....	88
Tabla 27 Punto de equilibrio.....	89

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Origen de las marcas.....	6
Figura 2 Número de Franquicias en países .....	6
Figura 3 Tipos de franquicias en Ecuador.....	7
Figura 4 La innovación como parte de proceso en el diseño de nuevo producto .....	13
Figura 5 Compromisos del franquiciador y franquiciado estipulados en el contrato .....	16
Figura 6 Obligación de las partes .....	25
Figura 7 Relación contractual del sistema de franquicia .....	27
Figura 8 Tipos de franquicias.....	29
Figura 9 Sector donde reside.....	45
Figura 10 Sector donde reside.....	46
Figura 11 Acostumbra a desayunar fuera de casa.....	47
Figura 12 Comercialización de desayunos cerca del sector donde reside ...	48
Figura 13 Factores que intervienen en la decisión de acudir a un restaurante .....	49
Figura 14 Tipo de comida que prefiere .....	50
Figura 15 Alimentos que prefiere .....	51
Figura 16 Percepción de la sazón de alimentos.....	52
Figura 17 Apertura de más locales .....	53
Figura 18 Sistema de franquicias.....	54
Figura 19 Fuerzas competitivas de Porter .....	64
Figura 20 Dirección de Corviches Elvita Express Sauces II .....	68
Figura 20 Dirección de Corviches Elvita Express Sauces II .....	69
Figura 21 Dirección de Corviches Elvita Express Universidad Católica Santiago de Guayaquil .....	69
Figura 23 Afiche .....	70
Figura 24 Human banner .....	71
Figura 25 Anuncio en periódico .....	72
Figura 26 Anuncio de revista .....	73
Figura 27 valla .....	74
Figura 28 Twitter.....	74

Figura 29 Facebook.....	75
Figura 30 Instagram.....	75
Figura 31 Web .....	76
Figura 32 Localización de las franquicias .....	78
Figura 33 Plan operativo de actividades .....	79

## RESUMEN

### **ANÁLISIS DEL SISTEMA DE FRANQUICIAS COMO FACTOR DE DESARROLLO ECONÓMICO EN EL ECUADOR. PROPUESTA: MODELO DE NEGOCIO BASADO EN EL SISTEMA DE FRANQUICIAS PARA RESTAURANTE “LOS CORVICHES - ELVITA EXPRESS”**

En el Ecuador el sistema de franquicias en el sector comercial ha evidenciado un desarrollo, lo cual ha contribuido a la economía del país. La franquicia se desarrolla como un sistema basado en la colaboración estrecha y continua de empresas legales y financieramente separadas e independientes que trabajan bajo una misma marca y productos. En el trabajo desarrollado, se pudo identificar que el sistema de franquicias ha beneficiado tanto a franquiciados como franquiciadores quienes tienen la oportunidad de ampliar sus negocios, mientras que los franquiciados pueden aprovechar la utilización de una marca ya conocida en el mercado. Este es el caso del restaurante “Los Corviches Elvita Express”, el cual ha adquirido reconocimiento en el mercado guayaquileño por su concepto de negocio basado en comidas rápidas de origen manabitas. Por lo tanto fue necesario desarrollar una investigación de mercados, lo cual permitió identificar que existe la factibilidad de desarrollar un sistema de franquicias para el negocio gracias a la aceptación por parte de los consumidores. Además, a través del estudio financiero se demostró la factibilidad económica y financiera del desarrollo del proyecto.

**Palabras claves:** Diseño de productos, franquicias, tipo de franquicias.

## **ABSTRACT**

### **ANALYSIS OF THE FRANCHISE SYSTEM AS A FACTOR FOR ECONOMIC DEVELOPMENT IN ECUADOR. PROPOSAL: BUSINESS MODEL BASED ON THE FRANCHISE SYSTEM FOR RESTAURANT "THE CORVICHES - ELVITA EXPRESS"**

In Ecuador the franchise system in the commercial sector has shown a development, which has contributed to the economy of the country. The franchise is developed as a system based on the continued close collaboration of legitimate businesses and financially separate and independent working under the same brand and products. In the work developed, it was possible to identify that the franchise system has benefited both franchisees and franchisors who have the opportunity to expand their businesses, while the franchisees can take advantage of the use of a mark already known in the market. This is the case of the restaurant "The Corviches Elvita Express", which has gained recognition in the Guayaquil market by its business concept based on fast food of origin manabi

tas. Therefore it was necessary to develop a market research, which made it possible to identify that there is the feasibility of developing a franchise system for businesses, thanks to the acceptance by consumers. In addition, through the financial study demonstrated the feasibility of economic and financial development of the project.

**Key Words:** product design, franchises, type of franchises.

## INTRODUCCIÓN

La práctica de una franquicia es la de manejar un modelo de negocios ya desarrollado y fortalecido, cediendo los derechos a expandir una marca o negocio en el mercado nacional e internacional; recibiendo una contraprestación económica, la cual puede ser directa o indirecta, repercutiendo en la situación profesional y empresarial de ambos beneficiarios.

En Ecuador, el sistema de franquicias ha tenido mucha aceptación y rápidamente ha sido una herramienta base para emprender y/o expandir un negocio, convirtiéndose en uno de los puntos clave para el desarrollo económico del país; de la misma manera que lo hace el turismo y la educación, indicadores que cada día son reforzados por el gobierno nacional con programas que motiven la inversión y el consumo, presentándose de esta manera nuevos mercados competitivos que no han sido explotados.

Con esta, cada vez más acentuada, comunicación e interdependencia entre países alrededor del mundo, las economías locales se integran a una economía de mercado mundial en donde los movimientos de capital se alinean hacia la sociedad de consumo actual.

“Corviches de Elvita Express” es un negocio que se desenvuelve en el ámbito de las comidas rápidas y su mayor diferencia frente a la competencia es que rescata la variedad de productos de origen manabita. El modelo de negocio ha tenido mucho éxito en la ciudad de Guayaquil. Su éxito ha sido tal que muchas personas se interesan en el concepto que tiene este local y los dueños han recibido varias propuestas para extender sus actividades en varios puntos estratégicos de la ciudad de Guayaquil, como lo es el sector Sur y Centro de la ciudad y extenderse hasta Samborondón.

Por lo antes mencionado surge la inquietud de evaluar si Corviches de Elvita Express cumple o no con los requerimientos de expandirse

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express” internamente en nuestro país, bajo un modelo de franquicia; motivo por el cual, se denota la importancia de la presente investigación.

El hecho de tener una franquicia genera utilidades y beneficios tanto para el franquiciante como para el franquiciado, es decir el franquiciante obtiene un crecimiento de la marca que posee y el franquiciado ingresa a un negocio que ya está posicionado en el mercado; es decir, el riesgo para él es menor y la probabilidad de éxito es mayor.

En el Ecuador existen alrededor de 200 franquicias, de las cuales se estima que 35 son nacionales y el resto son extranjeras, siendo Quito y Guayaquil las ciudades con mayor número de ellas. Cabe recalcar que las empresas de alimentos y farmacias son las que tienen mayor liderazgo en el mercado. (Dato tomado de Diario El Comercio, abril 2013).

El crecimiento del sector alimenticio es bastante notorio en el Ecuador, esto se debe a la necesidad que tiene el hombre de alimentarse, es por esto que constantemente se crean pequeños negocios y llegan a nuestro país empresas internacionales de este tipo; cuando en el país existe gran potencial de desarrollo de negocios que deben ser explotados para el mejoramiento de la economía interna y externa., destacando que la industria de alimentos y bebidas representa aproximadamente el 9% del PIB ecuatoriano<sup>1</sup>. El presente proyecto se estructura de siguiente trabajo se estructura de la siguiente manera:

En el primer capítulo, se define el problema de la investigación relacionado a la necesidad de expandir el modelo de negocio de “Los Corviches de Elvita Express” a través de un modelo de franquicia.

En el segundo capítulo se desarrolla el marco teórico del trabajo, el cual se basa en temas relacionados con el sistema de franquicias, los mismos que se desarrollan en base a las aportaciones de diferentes autores con lo que se podrá dar un sustento al trabajo.

---

<sup>1</sup> Banco Central del Ecuador (2012). “Estadísticas Macroeconómicas”. Dirección de estadísticas nacionales.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

En el tercer capítulo se determina el tipo de investigación a aplicarse para la obtención de los datos requeridos, además se determina la población y la muestra en base a los cuales se desarrollará el estudio.

En el cuarto capítulo, se desarrolla la tabulación de los datos obtenidos de la investigación, los cuales se presentan de forma estadística y cualitativa, ya que incluyen los respectivos análisis.

En el quinto capítulo se desarrolla la propuesta y el estudio financiero que permitirá determinar la factibilidad de implementar el sistema de franquicias.

## **CAPÍTULO I**

### **EL PROBLEMA**

#### **1.1. Planteamiento**

El término franquicia nace en la Edad Media en Francia, por alusión al origen franco o francés y surge predominante tras la guerra civil del norte de Estados Unidos en donde las necesidades de expansión de la industria motivan a empresarios a examinar la opción de contar con intermediarios para lograr dicho crecimiento, desarrollo y extensión de la industria, por ellos se decide buscar la colaboración de comerciantes de otras zonas, dando comienzo a la verdadera esencia del sistema de franquicia: la colaboración entre comerciantes y/o empresarios independientes para la obtención de un fin común, convirtiéndose actualmente en la fórmula de asociación en los principales países de la economía mundial.

De acuerdo a las conclusiones dadas por TORMOASOCIADOS, consultores de franquicias, de entre los datos más significativos sobre las franquicias a nivel mundial, tenemos que existen más de 25.000 redes de franquicia operando en el mundo, cerca de 2.500.000 unidades operativas y más de 20.000.000 de empleos se han desarrollado como consecuencia de la presencia del sistema de franquicias, cifras que siguen aumentando conforme el auge económico en cierto países o su potencial de emprendimiento.

Por otro lado, TORMOASOCIADOS indica que no existen límites en el desarrollo de este sistema como fórmula de hacer negocios, sobre todo en países en pleno desarrollo como son Estados Unidos, Brasil y Francia; pero cada vez más son los países en desarrollo que están acelerando sus crecimientos. Es indiscutible que las grandes marcas están presentes en todo los países pero existen marcas que son demandadas en áreas incipientes y con pleno desarrollo.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 1 Franquicias en el Mundo**

DATOS LA FRANQUICIA EN EL MUNDO		ENSEÑAS	UNIDADES	FACTURACIÓN*	EMPLEO
<b>EUROPA</b>					
	Turquía	1.843	50.000	26.505	
	Francia	1.569	62.041	49.240	
	España	1.000	64.822	18.990	359.527
	Alemania	900	66.000	60.400	496.300
	UK	897	36.900	14.873	141.000
	Italia	883	54.013	22.168	186.409
	Rusia	750	60.000	35.000	
	Países Bajos	715	29.500	30.180	258.000
	Portugal	570	12.016	5.965	73.143
	Austria	420	8.000	7.900	61.000
	Hungría	300	26.000		100.000
<b>AMÉRICA DEL NORTE</b>					
	EE UU	3.000	901.093	658.452	9.558.000
	Canadá	900	78.000	76.400	1.000.000
<b>IBEROAMÉRICA</b>					
	Brazil	2.031	93.098	36.944	827.892
	México	1.013	73.000	5.071	500.000
	Argentina	500	29.000		185.000
	Colombia	425	6.900	3.190	20.000
	Venezuela	420	3.500	1.755	90.000
	Guatemala	300	10.575		106.000
	Perú	264	286	456	10.000
	Ecuador	203	1.350	740	14.521
<b>AUSTRALIA</b>					
	Australia	1.025	60.900	101.106	
<b>ÁFRICA</b>					
	Marruecos	462	3.168	1.210	25.000
	Sudáfrica	531	28.620	25.131	481.218
<b>ASIA</b>					
	China	4.000	330.000	105.555	
	Corea	2.425	257.274	72.232	
	Tailandia	1.695	194.747	13.000	
	Japón	1.200	221.666	188.676	
	India	1.200	100.000	157.173	900.000
	Singapur	420	30.000	3.272	
	Malasia	390	6.800	2.508	
	Hong Kong	140	7.000		

**Fuente: TORMOASOCIADOS, consultores de franquicias.**

Un fenómeno que se repite habitualmente es el siguiente: todos aquellos países que inician su desarrollo en franquicia son receptores de marcas internacionales que desarrollan inicialmente los mercados y copan las principales ubicaciones, para en una fase posterior iniciarse el crecimiento y desarrollo de marcas locales. Muy particularmente en nuestro país, la adaptación al sistema de franquicias a partir de la década de los 50, le ha dado al Ecuador la oportunidad de presentarse en nuevos mercados competitivos y darle más empuje a aquellas franquicias locales que no han sido del todo desarrolladas; pero siempre prima una marca internacional por encima de la nuestra. Notable es el caso de las licencias que se establecen en el país y alcanzan un alto nivel de posicionamiento en nuestro mercado y en donde es notable la expansión de restaurantes de comida rápida, como lo son Mc Donald's, KFC (Kentucky Fried Chicken), Burger King, Pizza Hut,

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express” Domino’s Pizza, Tony Roma’s, entre otros. Constatando que en el Ecuador prevalecen las marcas internacionales, desplazando la calidad de los productos y servicios ecuatorianos, mismos que tienen gran capacidad para ofrecer productos de notable calidad.

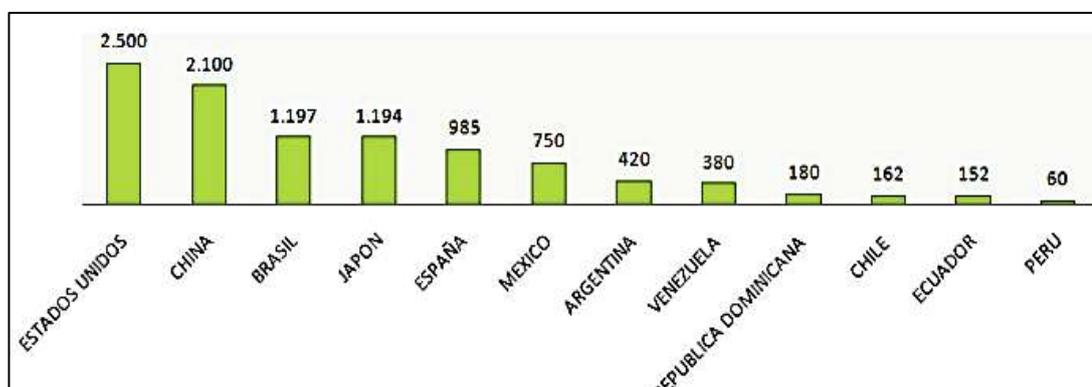
**Figura 1 Origen de las marcas**



**Fuente:** (Federación Iberoamericana de Franquicias, 2013)

Las franquicias actuales de origen en nuestro país aspiran a ampliar su presencia e incursionar en el mercado mundial, llevando sus productos a consumidores que siempre están en busca de productos nuevos, que se distingan y tengan mayores y mejores atributos de los que ya existen actualmente. Aunque en poca cantidad frente a otros países a nivel mundial, el Ecuador se encuentra como un país con 152 franquicias adquiridas.

**Figura 2 Número de Franquicias en países**



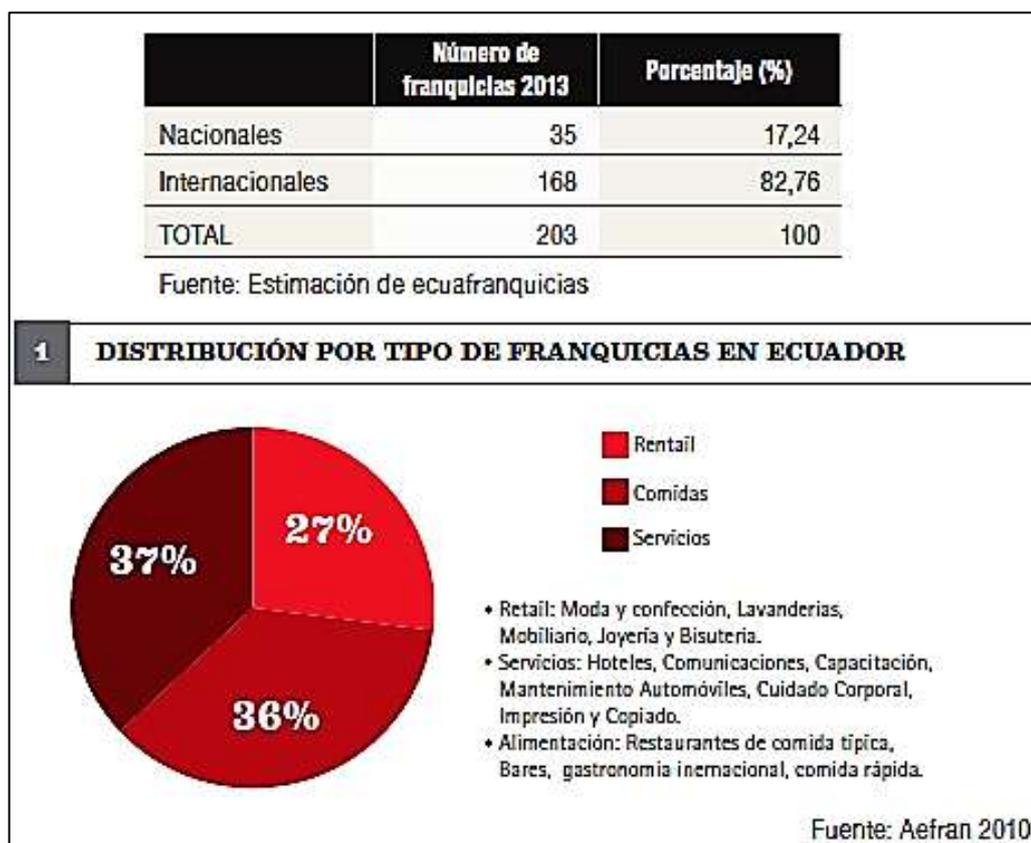
**Fuente:** (L.T. Latin Trade, 2013)

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

En Ecuador, a partir de 1997 fue más notorio la oportunidad de negocio a través de franquicias, se estima que al momento el país cuenta con 35 franquicias locales, de las cuales se destacan: farmacias Cruz Azul, Fybeca, Yogurt Persa, Los cebiches de la Rumilahui, Resturante Pims, Mr. Morocho entre otros. El crecimiento de este sistema en el país se debe a diversos factores, entre los más relevantes señalaremos a la dolarización, proceso que brindó tranquilidad al inversionista por la seguridad que denotaba el sistema financiero del país por el tipo de cambio.

De acuerdo a los estudios realizados por la Asociación Ecuatoriana de Franquicias (Aefran) se estima que el sistema de franquicia mueve USD 946 millones al año y genera 9800 puestos de trabajo; siendo Guayaquil, Quito y Cuenca las principales ciudades para establecer una franquicia por el tamaño poblacional, los hábitos de consumo y su predominante poder adquisitivo.

**Figura 3 Tipos de franquicias en Ecuador.**



**Fuente:** (Asociación Ecuatoriana de Franquicias, 2010)

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

Con los antecedentes expuestos y a partir de la necesidad que se les presenta a los propietarios del negocio “Los corviches de Elvita express”, en buscar el mejor mecanismo para la expansión de su negocio y habiendo existido varios empresarios independientes que han mostrado su notable interés en la marca, se plantea el desarrollo de este negocio de comida manabita a través del sistema de franquicia.

La implementación de la franquicia en el negocio “Los corviches de Elvita express”, ayudará a su reconocimiento y su expansión en la ciudad de Guayaquil, así como se buscará una nueva oportunidad de aumentar ingresos para los propietarios, puesto que recibirán un porcentaje de las ventas anuales de los demás negocios que se estén desarrollando bajo la marca.

Una de las características esenciales que debe tener un negocio para ser franquiciado es que cuente con algo especial, ya sea un sabor diferente, un servicio más rápido o una forma creativa de mercadear el concepto, de tal forma que dé al consumidor una razón para que se fidelice con el negocio.

Para trabajar bajo esta modalidad, un empresario debe tener varias características, entre las cuales se distinguen las siguientes: trabajar en equipo, poseer un alto grado de persistencia y determinación, ser flexible, profesional, un excelente vendedor y le debe gustar el trabajo.

#### **1.1.1. Ubicación del problema en su contexto.**

Para que una empresa pueda acceder a un sistema de franquicias debe cumplir con una serie de requisitos, tales como el análisis de viabilidad, es decir, conocer si la empresa se encuentra en la capacidad de expandirse para subsistir en el mercado, contar con un plan estratégico, definir el punto piloto, establecer el contrato de franquicia, establecer una imagen fuerte y atractiva, fijar los objetivos y trabajar muy de cerca con sus franquiciados, entre otros.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

El contrato de franquicia se creó para permitir la expansión de diferentes tipos de negocios o actividades comerciales e industriales, que de alguna u otra manera carecen de capital suficiente para emprender un negocio propio y; por ende, realizar inversiones directas.

### **1.1.2. Situación en conflicto**

El negocio de “Los corviches de Elvita express”, necesita aprovechar su éxito dentro de la ciudad de Guayaquil, para expandirse en sectores donde no ha incursionado y poder solventar la demanda existente en diferentes sectores, así como poder ofertar iniciativas de negocios para personas que desean invertir.

### **1.1.3. Causas**

- No existe estandarización de procesos.
- No existe investigación de mercado.
- Falta de conocimientos de las ventajas que se puede obtener.

### **1.1.4. Consecuencias**

- Poco crecimiento del negocio “Los corviches de Elvita express”.
- Falta de oportunidad para incrementar rentabilidad.
- Bajo reconocimiento del negocio en ciertos sectores de la ciudad de Guayaquil.

### **1.1.5. Delimitación**

**Campo:** Marketing.

**Área:** Estratégico

**Aspecto:** Desarrollo de franquicia.

**Título:** Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador.

**Propuesta:** Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Problema:** No existe una franquicia del negocio “Los corviches de Elvita express” dentro de la ciudad de Guayaquil.

**Delimitación espacial:** Guayaquil, Ecuador.

**Delimitación temporal:** 2014.

## **1.2. Formulación del problema**

- ¿Cómo desarrollar una propuesta de un modelo de negocio basado en el sistema de franquicias basado en el caso del negocio “Los corviches de Elvita express” de la ciudad de Guayaquil?

## **1.3. Objetivos de la investigación**

### **1.3.1. Objetivo general**

- Analizar el sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador.

### **1.3.2. Objetivo específicos**

- Realizar un estudio de mercado para el diagnóstico de la propuesta de desarrollo de franquicia para el negocio “Los corviches de Elvita express” de la ciudad de Guayaquil.
- Interpretar los resultados del estudio y determinar las condiciones así como las variables que requieren ser consideradas para el desarrollo del modelo de negocio basado en franquicia para “Los corviches de Elvita express”, en la ciudad de Guayaquil.
- Determinar los rendimientos y factibilidad económica de la propuesta.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

#### **1.4. Justificación e importancia de la investigación**

El desarrollo del presente trabajo, ayudaría a que el negocio “Los corviches de Elvita express”, puedan expandirse en la ciudad de Guayaquil, puesto que hay oportunidades presentes por diversos empresarios en invertir en este tipo de negocio, debido al éxito que ha tenido en los sectores donde se ha desarrollado.

Las franquicias en Guayaquil tienen su fundamentación legal y es necesario que la empresa tome en consideración ciertos aspectos que ayudarán a que se forme lleno de éxito buscando una rentabilidad aceptable tanto para el franquiciado como para el franquiciador. Es evidente que la idea del proyecto surge debido a las diversas ofertas que han recibido los propietarios para poder expandir el negocio como franquicia y viendo las oportunidades que se presentan dentro del mercado.

El autor del presente trabajo quiere aprovechar la oportunidad de hacer negocio aplicando todo lo aprendido en la carrera de Administración en ventas dentro de su institución educativa, viendo la oportunidad de mejorar la situación del negocio en estudio.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO REFERENCIAL**

#### **2.1. Antecedentes de estudio**

Muchos trabajos que se han presentado dentro de instituciones de educación superior, han tenido relación con el que se presenta, pero cada uno tiene una característica diferente, puesto que va enfocado a un negocio totalmente diferente, es así que tomando como referencia el trabajo de Belén

Vásconez y Fabrizio Noboa, como antecedente de estudio se pudo evidenciar que buscaron la oportunidad de hacer que el negocio “Encebollado del triángulo” se haga franquicia, labor similar que busca desarrollar dentro del presente trabajo y que es necesario que se determine los beneficios de que el negocio en estudio pueda tener un éxito como franquicia.

#### **2.2. Marco teórico**

##### **Diseño de un nuevo producto**

Realizar un diseño de un nuevo producto es de suma importancia para el mantenimiento y conservación de la empresa en el mercado. A pesar de que hay empresas que no realizan grandes cambios a sus productos o servicios siempre hay que estar pendiente en que se puede mejorar o a su vez que producto nuevo se puede crear para satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes, además es importante diseñar un nuevo producto por la competencia para que la empresa no se quede atrás de esta sino que sea competitiva y que valla a la par.

Según (García & Songel, 2009):

La innovación es la transformación de una idea en producto, o servicio, nuevo o mejorado. Este proceso es extensible a cualquier área, puede entenderse como la invención de tecnología que reconcibe el futuro, pero sin dejar de considerar los nuevos

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

productos o servicios que responden a cambios de nuestro estilo de vida. Este es uno de los campos donde el diseño aparece como un instrumento de innovación, a modo de procedimiento que transforma la tecnología cruda en productos o procesos que las personas puedan de hecho utilizar.

Entonces se puede definir a la creación de un nuevo producto como la innovación que una empresa debe de darle a la gama de productos que ofrece al mercado o crear un producto nuevo que debe ir de la mano con el desarrollo tecnológico o la forma de vida que actualmente tiene su mercado meta para de esta forma lograr satisfacer y superar las expectativas que tiene un consumidor, para diseñar un nuevo producto se debe tomar como punto de partida la identificación de las necesidades que tiene el mercado al que se dirige la empresa, es decir observar que es lo que requiere el mercado, diseñar y crear un producto para llenar esa necesidad y así hacerles más fácil su vida.

**Figura 4 La innovación como parte de proceso en el diseño de nuevo producto**



**Fuente: (García & Songel, 2009)**

La innovación de gran importancia y lo principal para el diseño de un nuevo producto ya que esta le permite dar un cambio a cosas que existe o también desarrollar nuevas cosas. La innovación se aplica como un proceso de agregar factores nuevos a un algo ya existente que conlleva a plasmarlo mediante el diseño que es el instrumento y da como resultado un nuevo o producto que debe garantizar acogida por parte del consumidor y su satisfacción cuando alcanza esto la empresa que lo creó garantiza su éxito.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### **Beneficios de crear nuevos productos**

(Ferré & Ferré, 2010), Los beneficios principales de crear productos nuevos son:

- Asegurar el futuro.
- Combatir y frenar a la competencia.
- Aumentar la rentabilidad.
- Equilibrar la gama.

#### **Asegurar el futuro**

Para una empresa que lleva tiempo operando en el mercado, la creación de nuevos productos le permite a la empresa asegurar su futuro en el mercado, considerando que todo producto pasa por un ciclo de vida que abarca desde su desarrollo, hasta la etapa de declive, la cual requiere que sea retirado del mercado o en su defecto innovado. Al diversificar los productos que ofrece la empresa le permite ser menos dependiente de determinados clientes o mercados.

#### **Combatir y frenar a la competencia**

Al desarrollar nuevos productos, el negocio podrá combatir a la competencia existente en el mercado. Generalmente en mercados saturados los consumidores tienen un montón de opciones. Con el fin de obtener una ventaja competitiva, debe dar a los clientes una razón para elegir sobre la competencia. Es necesario que el producto se destaque ampliamente por encima de los productos de la competencia.

#### **Aumentar la rentabilidad**

La rentabilidad de una empresa depende en parte de que otras empresas pueden entrar fácilmente en su mercado y competir con ella. Cuando otras empresas son libres de entrar en un mercado, los beneficios económicos tienden a ser muy bajos, incluso para las empresas bien gestionadas. La creación de nuevos productos desde esta perspectiva, le permite a la empresa abarcar una mayor cuota de mercado y consecuentemente incrementar su rentabilidad.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### **Equilibrar la gama**

Desarrollar nuevos productos, le permite a la empresa equilibrar la gama de productos con los que cuenta, considerando que en varias ocasiones la empresa no cuenta con una cartera de productos que se ajuste a las necesidades de los consumidores. Es importante considerar que a pesar de que el consumidor final puede poseer necesidades que los productos de la empresa no pueden satisfacer y consecuentemente acudirán a la competencia.

### **Franquicias**

En los últimos años se han desarrollado y tenido un gran crecimiento las concesiones esto se da porque muchas personas no quieren estar bajo el mando de otras personas sino ser ellos sus mismos jefes, además que las compañías que tienen sus marcas registradas requieren expandirse y la manera más beneficiosa y económica que han hallados son las conocidas franquicias. El objetivo principal de este tipo de negocio, es que las franquicias que se creen sea una copia exacta de la compañía matriz, y así de esta forma lograr la decida ir a visitar ya que encontrará los mismo productos, atención o servicios que ofrece la empresa matriz.

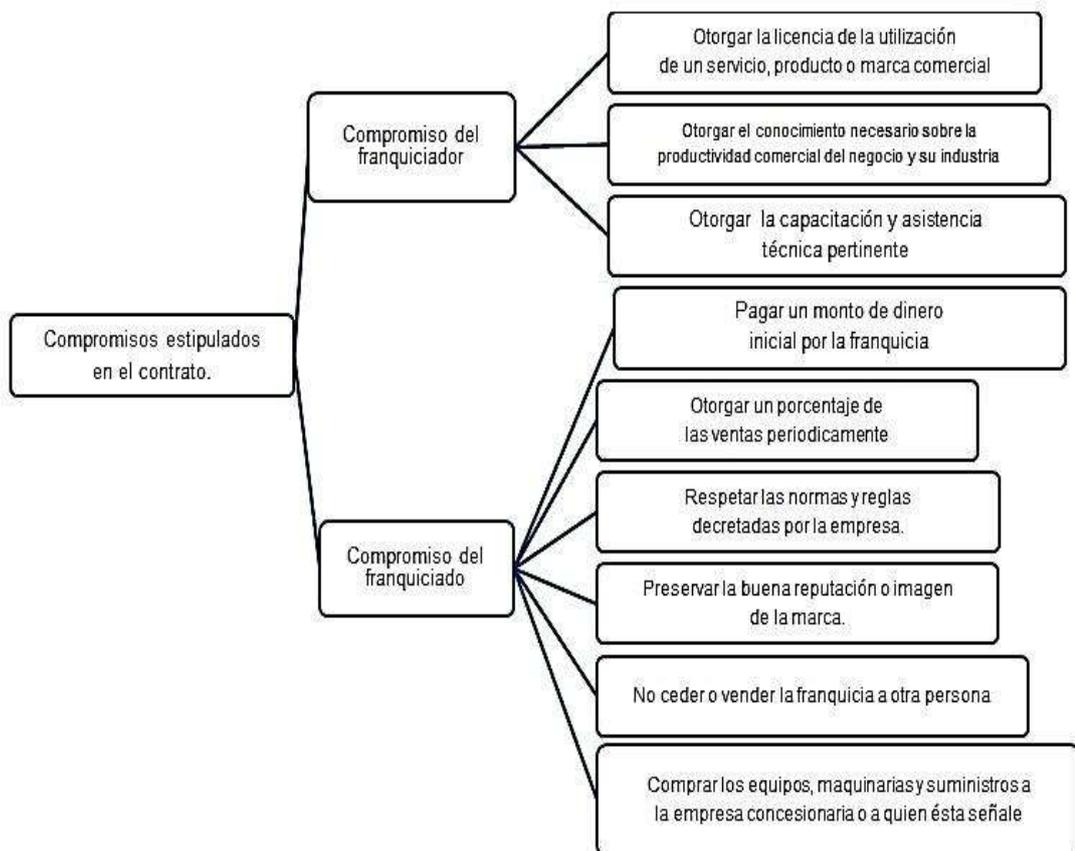
Para Urquijo (2009) haciendo referencia a lo escrito por Meyer, H. en su libro titulado Marketing, Ventas al por Menor donde expresa que; “Las franquicias, son concesiones o licencias, mediante un acuerdo contractual, por el cual una compañía matriz (franquiciadora) le concede a una pequeña compañía o un individuo (franquiciador) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas.”

Según lo mencionado en el párrafo anterior por el autor se puede concluir que las franquicias son permiso o concesiones que da el individuo o empresa dueña de una marca registrada (franquiciador) a una persona o compañía (franquiciado) para que utilice su marca comercial, este derecho que le vende al franquiciado se establece mediante un contrato en donde se

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express” involucran ambas partes que deja en claro las condiciones por las cuales se va a regir la franquicia.

Entre las cosas que se establecen en el contrato son todos los servicios que comprenden la elección del lugar donde estará la franquicia, además de la preparación del personal, los productos que son necesarios y los planes financieros y de marketing. El franquiciador debe comprometerse en el contrato a:

**Figura 5 Compromisos del franquiciador y franquiciado estipulados en el contrato**



**Elaborado por: El autor. Fuente:(Crece Negocios, 2010)**

Los compromisos que deben cumplir el franquiciador y franquiciado son estipulados claramente y de forma detallada en el contrato para que de esta manera ambas partes estén de acuerdo con lo que deben cumplir a cabalidad y sin cambios futuros que no hayan sido estipulados en el mismo,

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"  
de existir algún nuevo cambio que se desee realizar se debe realizar un nuevo contrato con los nuevos compromisos siempre y cuando ambas partes estén de acuerdo, de ocurrir lo contrario se rompería la franquicia existente.

Según Urquijo (2009):

Las franquicias no son un fenómeno nuevo en el mundo de la economía y los negocios. Lo novedoso, en los últimos años, ha sido su notable expansión, debida en gran parte al crecimiento del desempleo y al esfuerzo, en especial de los jóvenes, por superarlo, abriéndose paso por este camino.

La existencia de las franquicias no son algo reciente en el mundo de los negocios, lo innovador es que actualmente ha existido importante propagación de estas, esto es porque hoy en día existe una gran tendencia por parte de los jóvenes profesionales en superarse siendo ellos sus propios jefes.

### **Derecho de franquicia**

(Urquijo, 2009):

Un derecho de franquicia es un pago anticipado de una sola vez que los concesionarios hacen directamente a quien les concede la franquicia para ser parte del sistema de concesiones. El pago le reembolsa al franquiciador los costos de ubicación, calificación y entrenamiento de los nuevos concesionarios.

Se puede definir entonces que el derecho de franquicias no es otra cosas que la suma de dinero que el franquiciado desembolsa con anterioridad al franquiciador para poder formar parte del sistema que le autoriza utilizar la franquicia, por su parte el franquiciador utiliza este dinero para reembolsar el dinero que ha invertido en la ubicación de lugar, adecuación y capacitación de los nuevos concesionarios.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### **Regalía**

Referenciando a Urquijo (2009), las regalías suponen el porcentaje de las ventas en dinero que se le desembolsa anualmente al franquiciador como parte una cuota de pago por pertenecer a ese negocio de donde es franquiciado, por lo general este porcentaje de pago es del 1% al 20% dependiendo exactamente del porcentaje estipulado en el contrato de negociación.

### **Derecho de publicidad**

En lo que se refiere a la adquisición de derechos de publicidad, Urquijo (2009), menciona que todo franquiciado tiene la obligación de realizar un desembolso anual de un 3% del dinero de sus ventas anual para así de esta forma poder ayudar a cubrir los diferentes gastos de anuncios publicitarios que realiza la organización de la cual forma parte, este pago que realiza corresponde al derecho de publicidad de su franquicia.

### **Ventajas y desventajas del sistema franquicias**

Al momento de entrar en el negocio de las franquicias es importante que la persona que lo vaya a hacer valore de manera detallada las ventajas y desventajas que el sistema de franquicias le pueda presentar, no solo para el franquiciador sino también al franquiciado.

### **Ventajas para el franquiciante**

Referenciando a Alba (2010) las ventajas para el franquiciante son:

- Crecimiento del negocio de manera más rápida que con otra alternativa comercial.
- Expansión del negocio en mercados remotos, incluso a nivel internacional.
- La expansión del negocio se realiza a través del dinero de otros.
- Ingresos constantes mediante el cobro de las regalías.
- Publicita el negocio con el dinero de la corporación.
- Obtiene “socios” creativos y leales que le proponen innovaciones y sugerencias para mejorar el sistema.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

- El franquiciante no tiene responsabilidad financiera en caso de quiebra de un franquiciatario.

Estas son las ventajas de tener un sistema de franquicias que favorecen de una manera muy positiva al franquiciante ya que le permite el desarrollo de la empresa de una forma rápida y poco costosa lo que le conlleva a abarcar una porción de mercado cada vez mayor.

### **Desventajas para el franquiciante**

Según Alba (2010) para una franquicia bien elaborada y bien planeada las desventajas son:

- Invertir fuertes cantidades de dinero en la capacitación y supervisión de los franquiciatarios para que no se pierda el control en la uniformidad del sistema, calidad y servicio que se brinda al consumidor.
- Inversiones que se recuperan a mediano y largo plazo, fundamentalmente en el área de investigación y desarrollo.
- Omisión fraudulenta del franquiciatario en sus ingresos para reducir el pago de regalías.
- Franquiciatarios poco disciplinados que realizan innovaciones personales o alteran la calidad de la materia prima o modifican el precio al público.
- Pueden sufrir atrasos los pagos de algunos franquiciatarios.
- Un franquiciatario insatisfecho se puede convertir en su competidor.

Así como existen ventajas muy buenas que pueden ayudar al desarrollo de la corporación, también existe desventajas que podrían ocasionarle pérdidas económicas e incluso si no se tiene un correcto control en los franquiciatarios, la quiebra de la corporación es por eso que debe hacer un control constante a cada franquicia que tenga la empresa.

### **Ventajas para los franquiciatarios**

(Alba, 2010), la franquicia ofrece:

- Un producto ya aprobado y aceptado por los consumidores.
- El riesgo de fracaso es mucho menor, que en un negocio propio.
- Recibe capacitación y entrenamiento del franquiciante.
- Recibe asesoría del franquiciante en la ubicación y acondicionamiento del local y la adquisición de equipo.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

- Adquiere los conocimientos (Saber Hacer) del franquiciante para manejo del negocio.

Lo expresado anteriormente por el autor demuestra que para los franquiciantes también hay ventajas de pertenecer a los sistemas de franquicias ya que invierte en un negocio que goza un gran nivel de aceptación en sus productos o servicios por parte de los consumidores, además de que ya no tendrán que realizar investigaciones de mercado para conocer a este y que con este modelo de negocio en el que incursiona se puede posicionar en el mercado y los peligros de fracasar se disminuyen.

### **Desventajas para los franquiciatarios**

De acuerdo a Alba (2010) las desventajas son:

- Si la franquicia es extranjera, las regalías se pagan en dólares, así como la inversión en equipo también. Muchas veces la materia prima es importada, como en el caso de las tintorerías.
- Todo ello significa un riesgo, por las continuas fluctuaciones de nuestra moneda.
- El franquiciatario arriesga su patrimonio, si la franquicia falla, él perderá todo.
- Falta de honradez de algunos franquiciantes que no cumplen lo ofrecido.
- Acatar las imposiciones y limitaciones que impone el franquiciante, lo que reduce su libertad de acción.
- Supervisión constante por el franquiciante.

Las principales desventajas para los franquiciatarios cuando la franquicia no pertenece a su país, además de que si hay cambios continuos en la moneda nacional, además de que la franquicia que tiene no capta la atención de los consumidores esta quebrará y perderá su inversión por lo que el franquiciado debe tomar las precauciones debidas antes de ingresar en este negocio.

La *European Franchise Federation* (EFF) define a la franquicia en su Código de Ética (1991), aunque sin carácter legal, permite puntualizar sus características esenciales:

La franquicia es un sistema de comercialización de bienes, Servicios y/o Tecnología, basado en una colaboración estrecha y

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

continúa entre empresas legal y financieramente distintas e independientes, el franquiciador y sus franquiciados individuales, por el cual el franquiciador concede a sus franquiciados individuales el derecho e impone la obligación de llevar un negocio de conformidad con el concepto del franquiciador.

Este derecho faculta y obliga al franquiciado individual, a cambio de una contraprestación económica directa o indirecta, a utilizar el nombre comercial y/o la marca de productos y/o servicios, el know-how, los métodos técnicos y de negocio, los procedimientos, y otros derechos de propiedad industrial y/o intelectual del franquiciador, apoyado en la prestación continua de asistencia comercial y técnica, dentro del marco y por la duración de un contrato de franquicia escrito, pactado entre las partes a tal efecto.

Existirá franquicia cuando, con la licencia de uso de una marca, se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que ésta distingue.

El negocio de franquicias como formato de negocios ha sido aplicado en el Ecuador desde hace varios años, de manera básicamente receptiva; es decir, importando franquicias o conceptos de negocios extranjeros. Estas franquicias han provenido en su mayoría de los Estados Unidos. La exportación de franquicias genera un fenómeno especial; ya que primeramente se exporta propiedad intelectual, y en segundo lugar puede incluir la exportación de otros productos.

El mercado nacional, por su cercanía a la economía estadounidense especialmente a partir de la dolarización (en el año 2000) y por la afinidad hacia la gastronomía y cultura de este país del norte, ha desarrollado un

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”  
gran número de establecimientos bajo la modalidad de franquicias de empresas multinacionales provenientes de Norteamérica.

Para esto, es conveniente registrar en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) las marcas y *know how* propios antes de suscribir ningún contrato de franquicia, ya que al transferirse la propiedad intelectual sin estar previamente registrada podría causar serios problemas a la empresa franquiciadora.

El presente estudio hará un análisis del sector de la franquicia en Ecuador con especial atención a aquellas que se ubican en la ciudad de Guayaquil. Dentro del modelo de franquicia no se puede establecer un sector determinado, ya que prácticamente cualquier modelo de negocio puede ser franquiciable, aunque existan algunos que han obtenido un mayor éxito que otros. Junto al creciente número de establecimientos extranjeros localizados en Ecuador, se está sumando una expansión de la franquicia local en las principales ciudades del país; estos establecimientos ofrecen grandes posibilidades para el desarrollo del modelo ya que reúnen los requisitos que los franquiciadores reclaman para sus negocios.

### **La obligación de las partes**

La relación franquiciador y franquiciado, surge al momento de firmar un contrato de franquicia, en donde no se maneja un carácter de negocio societario ya que cada una de las partes mantiene una estructura legal y financiera independiente. Sin embargo frente a esta independencia, el franquiciador tiene derechos de ejercer control y auditoría constante de la operación que realiza el franquiciado así como dirigir y controlar las políticas de publicidad. Simultáneamente, puede pedir del franquiciado informes periódicos y detallados en los que pueda constatar el cumplimiento de manuales y políticas de la franquicia.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

A partir de ese derecho de control sobre el franquiciado, se han dictado desde la óptica del derecho de los consumidores, decisiones en las que se obliga a responder al franquiciador por hechos dañinos o ilícitos del franquiciado; razón por la cual, las cláusulas pactadas en relación con la independencia empresarial parece estar siendo indiferente; en el supuesto de los bienes, la responsabilidad del franquiciador con el consumidor final surgiría del hecho de ser fabricante o distribuidor y no del contrato de franquicia como tal.

En otro apartado, Vásquez (2008), menciona:

Respecto a la responsabilidad en las franquicias de servicios, hay que añadir, que a pesar de que se les aplique la regla precedente, se aplica mayor rigurosidad el hecho de que en la práctica el consumidor final que contrata un servicio lo hace por el prestigio de una marca, desconociendo en realidad que este contrato lo realiza con un simple franquiciado.

El franquiciador tiene la obligación de proporcionar información en particular, antes de establecer el acuerdo de franquicia. Esta obligación de información implica, entre otras cosas, que el apoyo real tiene que ser proporcionado por el franquiciador e incluye: la búsqueda de un lugar adecuado de establecimiento, la realización de planos y especificaciones, la búsqueda de las mejores fuentes de financiamiento, las renovaciones, la compra de material de construcción y su buena instalación, el diseño, la decoración, la composición del surtido, la publicidad de la apertura y de la propia apertura.

El franquiciador no puede limitarse a declarar que no llega a las cifras de ventas presupuestadas se debe a la gestión del franquiciado, si el franquiciador no señaló los errores o deficiencias durante el curso del contrato de franquicia. De hecho, es una de las obligaciones esenciales del franquiciador ejercer una gestión sobre la manera en que el franquiciado maneja el negocio. Si el franquiciador no ha formulado ninguna observación, se debe suponer que el franquiciado no cometió ningún error.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

Considerando la relación con el franquiciado, se espera que el franquiciador actúe en base al interés obtener beneficios de la asociación de manera equitativa. Los franquiciadores deben dar comunidad para los franquiciados y comunicar o transferir posible reversiones de entrada recibidos por los proveedores de los mismos. Se considera que la falta de comunicación en un sistema de franquicias es un delito grave que puede afectar la confianza del franquiciado e incluso puede justificar la anulación del contrato de franquicia.

El franquiciador sólo puede negarse a suministrar más conocimientos e incluso evitar un mayor uso del know-how, después de que el contrato de franquicia haya llegado a su fin. Dependiendo del tipo de franquicia que se maneje, durante todo el curso del contrato de franquicia, el franquiciador tiene la obligación de suministrar al franquiciado todo el know-how, así como también información de cualquier naturaleza, en la publicidad o cualquier otro mueble o propiedades tangibles o intangibles inmuebles propios del sistema de franquicia.

El franquiciador también es responsable de velar por la promoción de los bienes y servicios de su cadena y fortalecer su imagen, tanto a nivel nacional como internacional de ser el caso. Por su parte, el franquiciado está obligado a ejecutar sus negocios de conformidad con las instrucciones del franquiciador, con el fin de actuar de manera uniforme hacia el público. De este modo, el franquiciado no puede cambiar el mismo letrero, ni utilizar otras señales que individualicen al negocio, debe utilizar las proporcionadas por el franquiciador.

El franquiciador puede comunicar un precio aconsejado al franquiciado, pero el franquiciado tiene que ser libre en la determinación de los precios de venta. Existe la cláusula que obliga al franquiciado a no dañar la imagen de la marca, tras el final del contrato de franquicia, el franquiciado ya no tiene derecho de presentarse como parte de la red. Esto implica que ya no podrá utilizar los signos que individualicen del franquiciador y que

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”  
debe regresar todo lo que se ponía a su disposición para la duración del acuerdo.

**Figura 6 Obligación de las partes**



**Elaborado por: Cristhian Rubio**

### **Relación contractual**

(Vásquez A. , 2008), “El franquiciador debe evitar incluir en los contratos, cláusulas excesivamente dominantes y controladoras hacia el franquiciado; por ejemplo, la intervención en la elección de los empleados, la concesión de incentivos o premios directos a los comerciales del franquiciado”.

A pesar de tratarse de un contrato de colaboración, donde para lograr los objetivos se necesita que las partes se asistan entre sí de forma permanente, la independencia empresarial puede definirse como una de las principales características de un sistema de franquicia. Sin embargo, es responsabilidad de ambas partes cumplir con las estipulaciones del contrato de franquicia para garantizar el éxito del sistema.

Generalmente, en un contrato de franquicia se permite que el franquiciador pueda añadir cláusulas que sean estrictamente necesarias para asegurarse de que competidores no se beneficien de los conocimientos técnicos y la asistencia que se suministrará. Precisamente con el fin de

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”  
salvaguardar los derechos del franquiciador, puede estipularse que, la aprobación del franquiciador es necesaria para la transferencia de la empresa. No obtener la aprobación previa podrá ser considerado como una infracción grave del franquiciado.

En cumplimiento de la naturaleza del contrato de franquicia, será anulada por derecho en caso de fallecimiento de la franquicia - persona física, o del incumplimiento de las cláusulas. En caso de quiebra de la empresa franquiciadora, todas las obligaciones del franquiciado cesarán, a menos que exista una cláusula conflictiva que determine lo contrario. En estas circunstancias, el franquiciado no puede renunciar al derecho para finalizar el acuerdo, debido a la naturaleza de la misma.

La negativa a cerrar un contrato de franquicia con un candidato propuesto por el franquiciado, es un abuso de derecho cuando el franquiciador no tiene interés en la negativa o cuando la negativa crea un claro desequilibrio en los intereses de las partes. En algunos casos, el contrato de franquicia puede ofrecer en una opción de compra para el franquiciado. Teniendo en cuenta que el franquiciador determina los precios de compra y recomienda los precios de venta, en la práctica, esto le permite determinar la rentabilidad del negocio franquiciado.

Por lo general, el contrato contiene una cláusula de exclusividad que el franquiciador concede al franquiciado dentro de un determinado territorio. Además, la cooperación leal entre las partes impide que el franquiciador permita a los nuevos puntos de venta ingresar en el territorio en el que el franquiciado está activo, cuando no existe ninguna cláusula contractual.

Cuando el franquiciado es el único que está autorizado a utilizar el letrero de la cadena de franquicias en su territorio, es evidente que los folletos publicitarios en el territorio contractual sólo benefician a la franquiciado en dicho territorio y no otro franquiciado fuera de dicho territorio. Durante el curso del contrato de franquicia y durante un cierto tiempo

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express” después de la finalización de la misma, la franquiciador puede obligar al franquiciado de no participar en ninguna actividad de la competencia.

**Figura 7 Relación contractual del sistema de franquicia**



Elaborado por: Cristhian Rubio

### Tipo de franquicias

#### La franquicia de producción

Los que compran en un negocio estructurado como una franquicia de producción están comprando el derecho de distribuir un producto en particular de un fabricante.

- **MAESTRA (MASTER):** Una franquicia maestra es otro tipo de acuerdo de franquicia que le permite a un franquiciador el derecho a una región geográfica grande. Con este modelo de negocio, el franquiciador será un intermediario entre los franquiciados individuales y el franquiciador ya que se maneja bajo un modelo de sub-franquicias.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

- **REGIONAL:** El franquiciante otorga al franquiciatario el derecho de abrir un número determinado de franquicias unitarias en una región delimitada
- **MÚLTIPLE:** Con esta oportunidad, se le abrirá varias tiendas dentro de un corto período de tiempo. Al hacer esto, por lo general será capaz de ahorrar dinero en el precio de cada unidad.
- **CORNER:** Cuando el punto de franquicia es instalado dentro de un negocio principal.

### **La franquicia de distribución**

En esta modalidad lo que se franquicia es la disponibilidad del franquiciado, para su venta, de toda una gama de productos que han sido previamente seleccionados y negociados por el franquiciador de entre los mejores productos y bajo las mejores condiciones de los proveedores.

### **La franquicia industrial**

(Vásquez A. , 2008), Este tipo de franquicia implica tan sólo la transmisión del know-how, con todo lo que esto implica, del franquiciador, pero difiere sustancialmente respecto a las anteriores en que se necesitan grandes inversiones por parte de franquiciado, que en cualquier caso será igualmente industrial. El traspaso del “saber hacer” conllevará consecuentemente el derecho a fabricar y distribuir los productos.

### **La franquicia de servicio**

Mediante esta modalidad el franquiciador se encarga de transmitir el know-how o “saber hacer” a sus franquiciados, y les permite inmediatamente proveer a los clientes de determinadas prestaciones.

Hay que dejar claro, que existen otros tipos de franquicia, como lo son, las franquicias de servicios domésticos, las inmersas en los servicios empresariales, las franquicias relacionadas con las áreas de salud y naturaleza o las franquicias ligadas a la atención de animales domésticos

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express” entre otras, sin embargo en Ecuador las anteriormente mencionadas son las más comunes.

Dentro del modelo de franquicia no se puede establecer un sector determinado, ya que prácticamente cualquier modelo de negocio puede ser franquiciable, aunque existan algunos que han obtenido un mayor éxito que otros.

El mercado ecuatoriano se está abriendo a este modelo de crecimiento empresarial. Junto al creciente número de establecimientos extranjeros localizados en Ecuador, se está sumando una expansión de la franquicia local en las principales ciudades del país. Este proceso viene apoyado por la reciente apertura de malls o grandes centros comerciales, tanto en Quito como en Guayaquil, que ofrecen grandes posibilidades para el desarrollo del modelo y que reúnen los requisitos que los franquiciadores reclaman para sus negocios, alto de número de visitantes, facilidad para la apertura de locales y una amplitud de horario comercial.

**Figura 8 Tipos de franquicias**



**Elaborado por: Cristhian Rubio**

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

### **Definición legal de una franquicia en el Ecuador**

El Ecuador se ha beneficiado en los últimos tiempos del ingreso de negocios similares a los que existen en otros Países, principalmente en los Estados Unidos. Se han abierto también negocios originarios de Colombia, Venezuela, Brasil, México, etc., con la particularidad de que quienes los abren en Ecuador, son empresarios ecuatorianos -o radicados en el Ecuador- que han obtenido un permiso para hacerlo. Este permiso es el llamado franquicia.

También es conocido como franquicia el negocio en sí, el establecimiento que se ha abierto por permiso del dueño del concepto, con ciertas particularidades. Esas particularidades consisten que lo que se da permiso no es solamente el uso del nombre de un establecimiento, sino de todo un sistema, también llamado formato de negocio. Jurídicamente, se refiere justamente a la Franquicia de Formato de Negocio.

El boom internacional de las Franquicia de este tipo es la respuesta a la marcada tendencia de la preminencia del comercio basado en la propiedad intelectual. En el formato de negocios se incluyen caracteres como el nombre comercial, las marcas que el establecimiento o concepto utilizan, patentes industriales, secretos comerciales o industriales, manuales de procedimientos o de operación.

También pueden incluirse programas de ordenador (software), diseños industriales y hasta música. Hay q recordar que cuando se visita estos lugares, sus establecimientos tienen un sin número de elementos comunes con otros del mismo nombre.

Al mismo tiempo, la Franquicia de Formato de Negocios, supone la obligación del Franquiciador de proveer asistencia técnica al Franquiciado, el know-how del manejo del negocio. En todo caso, siempre el riesgo empresarial le compete al franquiciado.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

La Franquicia puede incluir la distribución de productos por parte del franquiciador o por parte de los proveedores que se establezcan. Podría significar que el franquiciado sólo deba adquirir dichos productos de aquellas fuentes, so pena de incurrir en violación contractual.

Sin embargo, una de las primeras preguntas que hacen las personas interesadas en desarrollar una franquicia en Ecuador o adquirir una, se refiere a lo que la ley ecuatoriana dice al respecto. En este sentido, hay que ser enfáticos, en que en Ecuador no existe legislación para las franquicias (como sí lo hay ampliamente en los Estados Unidos), y que la principal fuente de obligaciones en Ecuador, deberá provenir del convenio que suscriban las partes. Además de esto, es necesario considerar que es obligatorio considerar las normas establecidas en la Ley de Propiedad Intelectual y su Reglamento, así como en las disposiciones pertinentes del IEPI (Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual) ya que lo que se concede o permite usar en este tipo de negocios, es justamente propiedad intelectual. Normas jurídicas que deben tomarse en cuenta son también las provenientes del Código Civil y el Código de Comercio.

Sin embargo de lo expresado, en el tema laboral, al momento del desarrollo de la franquicia en el Ecuador, se deberán tomar en cuenta las disposiciones del Mandato 8 aprobado por la Asamblea Nacional Constituyente el 30 de abril del 2008, el cual se prohíbe la tercerización en las actividades a las que se dedique la empresa. Esto podría implicar que las empresas que se configuren como franquiciantes deban dedicarse a actividades de licencia de marcas y propiedad intelectual, y no al manejo y operación del negocio a franquiciarse. Es imprescindible contar con asesoría legal especializada para este efecto.

Quienes adquieran franquicias extranjeras para Ecuador u otros lugares podrán encontrar en sus contratos casos en los que se someten las controversias a leyes, tribunales y procedimientos de otros países.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### **2.2.1. Marco legal**

#### **Pasos para la adquisición de una franquicia.**

Requisitos para obtener una franquicia en general.

1. Quien conceda una franquicia deberá proporcionar a quien se la pretenda conceder, por lo menos con treinta días previos a la celebración del contrato respectivo.
2. La zona geográfica en la que el franquiciatario ejercerá las actividades objeto del contrato.
3. La ubicación, dimensión mínima y características de las inversiones en infraestructura.  
Políticas de inventarios, mercadotecnia y publicidad, así como las disposiciones relativas al suministro de mercancías y contratación con proveedores.
4. Las políticas, procedimientos y plazos relativos a los reembolsos, financiamientos y demás contraprestaciones a cargo de las partes en los términos convenidos en el contrato.
5. Los criterios y métodos aplicables a la determinación de los márgenes de utilidad y/o comisiones de los franquiciatarios.
6. Las características de la capacitación técnica y operativa del personal del franquiciatario.
7. Los criterios, métodos y procedimientos de supervisión, información, evaluación y calificación del desempeño, así como la calidad de los servicios.
8. Franquicia no la hace una certificación, tampoco un Contrato, tampoco el cumplimiento de los requisitos legales, la Franquicia es un sistema que se compone de diversos elementos como Contrato de Franquicia, Marca Registrada, Circular de Oferta de Franquicia.

Los elementos básicos necesarios para que una empresa pueda acceder al sistema de franquicias son:

- La empresa debe ser exitosa.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

- Es necesario un know how (cómo hacer) diferenciado.
- Concepto de negocio transmisible a terceros.
- Debe tener la propiedad o autorización del uso de la marca y los distintivos de la empresa.
- Finalmente debe estar en condiciones de dar soporte técnico continuo a los franquiciado.

A continuación se presenta los pasos recomendados para convertir un negocio en franquicia. Para dicho proceso es importante el asesoramiento externo de profesionales que posean experiencia en el tema de Franquicias y que se integren al comité de franquicias que debe ser formado.

### **1.- Análisis de viabilidad de franquicia**

Para conocer si la empresa está en condiciones de iniciar un proceso de expansión mediante la fórmula comercial de franquicia, es necesario realizar un Análisis de Viabilidad, el cual permitirá verificar el cumplimiento de los requisitos necesarios sobre el concepto del negocio.

De este análisis se podrá obtener información importante que permita direccionar las estrategias de la empresa, y le dirá si esta actividad será interesante o no para él y para sus potenciales franquiciados, no sólo para adquirir la franquicia, sino para subsistir en el mercado exitosamente

### **2.- Planificación Estratégica.**

Planear significa diseñar un futuro deseado e identificar las formas para lograrlo.

El Plan Estratégico debe contener al menos la siguiente información:

- La Misión y Visión de la empresa.
- Los valores y principios
- Compresión del Mercado.
- Metas de crecimiento de la franquicia.
- Análisis de la competencia.
- Estrategias de publicidad.
- Recursos Humanos, financieros y operacionales existentes y necesarios.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

- Un plan de desarrollo participativo con metas y cronológicas.

### **3.- Definición del Punto Piloto.**

El lugar donde se realizarán las pruebas se denomina punto piloto. Los establecimientos piloto son aquellos utilizados como campo de prueba por el franquiciador para mejorar sus concepto de franquicia y para investigar y desarrollar los productos y estrategias de la red de manera que minimice el riesgo de sus futuros franquiciados.

### **4.- Elaboración de Manuales de Franquicia.**

Los diversos Manuales necesarios suelen ser habitualmente los que se señala a continuación y sirven como base para responder a las interrogantes y problemas comunes sin necesidad de recurrir con el franquiciante y de esta manera resolver el problema más rápido.

- Manual de Preapertura.-
- Manual de Operaciones.-
- Control y Supervisión.-
- Manual de Capacitación.-
- Manual Ventas y Servicio al Cliente.-
- Manual Económico-Financiero.-
- Imagen Corporativa.-
- Manual de Software.-

### **5.- Contrato de Franquicia.**

El contrato de franquicia constituye el pilar básico de toda franquicia, ya que regulará la relación entre las partes durante toda su vigencia. El contrato es un documento que informa y protege el buen funcionamiento del sistema de franquicias. Es necesario mencionar que en Ecuador no se cuenta con ley de franquicias, por lo que el contrato tiene más importancia.

No existe un modelo único de contrato de franquicia puesto que las cláusulas del mismo variarán dependiendo del tipo de franquicia del que se trate.

### **6.- Definición del Programa de Entrenamiento.**

El programa de entrenamiento se deberá realizar en varias etapas:

Una formación teórica referente a los aspectos relativos al negocio y al sistema de franquicia que por lo general se desarrollará en las instalaciones de la central franquiciadora.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

Una formación práctica para la aplicación de los conocimientos adquiridos en la fase inicial. Aquí se planteará al franquiciado la posibilidad de una completa dirección de un centro piloto, bajo la supervisión directa de personal especializado del franquiciador.

Para la apertura inicial, por lo general el franquiciador apoya al franquiciado con sus empleados capacitados los primeros meses de operación, hasta que el nuevo franquiciado y sus empleados adquieran la experiencia y conocimientos necesarios.

### **7.- Mercadeo de Franquicias.**

Se refiere al procedimiento que debe hacer el franquiciante para concretar la comercialización de las franquicias. Para ello se debe entender el mercado al que está dirigida la franquicia, y luego conseguir las personas interesadas en invertir. La obtención de candidatos puede hacerse a través de distintos medios.

### **8.- Reclutamiento y Selección de los Franquiciados.**

El reclutamiento de los futuros franquiciados constituye una clave para el éxito de la red franquiciada, una mala selección de un franquiciado llevará al fracaso de al menos un punto de venta y al deterioro de la imagen de toda la cadena.

Una franquicia es un negocio que requiere que el franquiciado cumpla con un "perfil" previamente definido. El franquiciante debe evaluar con cuidado a los posibles franquiciados y solo otorgar franquicias a los prospectos que reúnan los requisitos necesarios.

### **9.- Investigación, Desarrollo y Asistencia Técnica Continua.**

La Investigación, Desarrollo y la asistencia técnica son las actividades que el franquiciante debe ofrecer al franquiciado continuamente. Es decir el franquiciado necesita contar con toda la ayuda, el apoyo, la experiencia y los conocimientos del franquiciante para operar con éxito su unidad durante la vigencia del contrato. Las actividades continuas que el franquiciante debe realizar son:

- Actualización de manuales.
- Asesoría de campo.
- Control de operaciones.
- Supervisión continua.
- Mercadotecnia y publicidad.
- Seminarios y convenciones.
- Desarrollo de nuevos bienes, servicios y técnicas nuevas.
- Estrategias para incrementar las ventas y reducir costos.
- Etc.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

El seguimiento adecuado de este procedimiento permitirá desarrollar una franquicia exitosa, creada de una manera profesional y que será sustentable en el tiempo. Existen en Ecuador varios ejemplos de franquicias que fracasaron por no seguir una metodología probada. El asesoramiento es fundamental.

### **Principales impuestos y tasas que cancela una franquicia**

Una vez que se inicie el proceso de franquicias, el negocio se registrará bajo los siguientes impuestos y tasas que tiene que cancelar una franquicia, según el Servicio de Rentas Internas son:

**Impuestos a la Renta**, el cual se debe de cancelar sobre los ingresos, que son resultado de las actividades comerciales percibidas durante un año.

**Impuesto al valor agregado**, que se paga por la transferencia de bienes y la prestación de servicios.

**Impuesto a los consumos especiales**, aplicado a los bienes de origen nacional o importados, los cuales están detallados en el artículo 82 de la Ley de Régimen Tributario Interno.

**Impuesto a las herencias, legados y donaciones**, que se aplica a los beneficiarios de herencias, legados y donaciones que hayan incrementado su patrimonio a título gratuito.

**Impuesto a la salida de divisas**, se carga sobre el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior.

**Impuesto a los activos en el exterior**, dispuesto sobre los fondos disponibles e inversiones que se mantenga en el exterior las entidades privadas reguladas por la Superintendencia de Bancos y Seguros y las intenciones del Mercado de Valores de la Superintendencia de Compañías.

**Impuesto a las tierras rurales**, se grava a la posesión de tierras de superficie superior a 25 hectáreas en el sector rural y delimitaciones efectuadas en el catastro de cada municipio.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### **Beneficios del código orgánico de la producción, Comercio e inversión a las franquicias locales y extranjeras.**

El 29 de diciembre de 2010 la Asamblea Nacional del Ecuador, aprobó el Código de la Producción Comercio e Inversiones considerando que, los numerales 1, 2 y 3 del Artículo 285 de la Constitución de la República prescriben como objetivos de la política fiscal:

- a) el financiamiento de servicios, inversión y bienes públicos;
- b) la redistribución del ingreso por medio de transferencias, tributos y subsidios adecuados,
- c) la generación de incentivos para la inversión en los diferentes sectores de la economía y para la producción de bienes y servicios socialmente deseables y ambientalmente responsables;

Establece en el Art. 3 del Código que el mismo tiene por objeto regular el proceso productivo en las etapas de producción, distribución, intercambio, comercio, consumo, manejo de externalidades e inversiones productivas orientadas a la realización del Buen Vivir.

Esta normativa busca también generar y consolidar las regulaciones que potencien, impulsen e incentiven la producción de mayor valor agregado, que establezcan las condiciones para incrementar productividad y promuevan la transformación de la matriz productiva, facilitando la aplicación de instrumentos de desarrollo productivo, que permitan generar empleo de calidad y un desarrollo equilibrado, equitativo, ecoeficiente y sostenible con el cuidado de la naturaleza.

El Código de la Producción también establece en su libro II que trata del desarrollo de la inversión productiva y de instrumentos ciertas definiciones referentes a la inversión, las mismas que pueden ser revisadas en el Art. 13:

- a) ***Inversión productiva.***- Entiéndase por inversión productiva, independientemente de los tipos de propiedad, al flujo de recursos

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

destinados a producir bienes y servicios, a ampliar la capacidad productiva y a generar fuentes de trabajo en la economía nacional;

- b) **Inversión Nueva.-** Para la aplicación de los incentivos previstos para las inversiones nuevas, entiéndase como tal al flujo de recursos destinado a incrementar el acervo de capital de la economía, mediante una inversión efectiva en activos productivos que permita ampliar la capacidad productiva futura, generar un mayor nivel de producción de bienes y servicios, o generar nuevas fuentes de trabajo, en los términos que se prevén en el reglamento. El mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento así como los créditos para adquirir estos activos, no implica inversión nueva para efectos de este Código.
- c) **Inversión extranjera.-** La inversión que es de propiedad o que se encuentra controlada por personas naturales o jurídicas extranjeras domiciliadas en el extranjero, o que implique capital que no se hubiere generado en el Ecuador.
- d) **Inversión nacional.-** La inversión que es de propiedad o que se encuentra controlada por personas naturales o jurídicas ecuatorianas, o por extranjeros residentes en el Ecuador, salvo que demuestren que se trate de capital no generado en el Ecuador; y,
- e) **Inversionista nacional.-** La persona natural o jurídica ecuatoriana, propietaria o que ejerce control de una inversión realizada en territorio ecuatoriano. También se incluyen en este concepto, las personas naturales o jurídicas o entidades de los sectores cooperativistas, asociativos y comunitarios ecuatorianos, propietarios o que ejercen control de una inversión realizada en territorio ecuatoriano. Las personas naturales ecuatorianas que gocen de doble nacionalidad, o los extranjeros residentes en el país para los efectos de este Código se considerarán como inversionistas nacionales.

Como se puede observar, el caso de las franquicias en el Ecuador se enmarca dentro de la definición de inversión productiva. En consecuencia,

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

las franquicias son generadoras de empleo y están obligadas a llevar contabilidad; sin embargo, el código de la producción también establece incentivos fiscales a este tipo de negocios. Estos incentivos se encuentran expresados en el literal B del Art. 12; el cual manifiesta que para la aplicación de los incentivos previstos para las inversiones nuevas, entendiéndose como tal al flujo de recursos destinado a incrementar el acervo de capital de la economía, mediante una inversión efectiva en activos productivos que permita ampliar la capacidad productiva futura, generar un mayor nivel de producción de bienes y servicios, o generar nuevas fuentes de trabajo, en los términos que se prevén en el reglamento. Sin embargo, el mismo artículo señala que el mero cambio de propiedad de activos productivos que ya se encuentran en funcionamiento así como los créditos para adquirir estos activos, no implica inversión nueva para efectos del presente Código.

### **2.2.2. Marco conceptual**

**Arbitraje:** (Feher & Gallastegui, 2008), “Sistema cada vez más utilizado en los contratos de franquicias. Resuelve disputas y controversias entre franquiciante y franquiciatario a través de un tribunal arbitral, siguiendo el procedimiento pactado en el contrato”.

**Acuerdo de franquicia:** (Cabrera, 2012):

Documento contractual elaborado por el franquiciador en el que se fijan cada una de las obligaciones de las partes y que debe incluir, entre otras cosas, la cesión del uso de la marca, la transmisión del "saber-hacer" de la enseña y la delimitación del área de exclusividad que se ofrece.

**Circular de oferta de franquicia:** (Bernal, 2009), “Este documento (que no implica la aceptación de las condiciones del contrato) contiene la información básica de la franquicia”. (pág. 125)

**Contrato de franquicias:** (Natera, 2008):

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

El contrato de franquicia es un contrato de origen norteamericano, *franchising*, que puede ser definido como aquel contrato por el cual una empresa, a cambio de un canon, concede a otras empresas el derecho a utilizar su razón social y su marca para la venta de productos o servicios. (pág. 203).

**Cuota inicial de franquicia:** (Bernal, 2009):

Es el pago que se le hace a la franquicia por el derecho de tener la franquicia, también se le conoce como Franchise Free. Este pago contempla: la licencia de uso de marca, el acceso a los cursos y materiales de capacitación, manuales y la asistencia técnica para la apertura. (pág. 97)

**Franquicia:** (Aguilera & Morante, 2011):

La franquicia es una licencia otorgada por una empresa para que otra pueda producir o prestar los mismos servicios. El término se aplica también cuando el propietario de una patente permite a otra empresa fabricar el producto. Las condiciones de las franquicias varían, pero suelen exigir un pago inicial y un porcentaje de las ganancias. (pág. 96)

## **CAPÍTULO III**

### **MARCO METODOLÓGICO**

#### **3.1. Tipo de investigación**

Según (Metzger, 2009):

La investigación exploratoria es por lo general una investigación cualitativa que busca una mayor comprensión y aclaración de la naturaleza de un tema de investigación. Resulta apropiada cuando se conoce poco sobre el tema a estudiar y para identificar las variables de interés. Este tipo de investigación puede ser útil para establecer prioridades de investigación y ayudar al investigador familiarizarse con el tema. (pág. 125)

Se selecciona un tipo de investigación exploratoria debido a que el problema ha sido poco estudiado, este tipo de investigación le permite al autor familiarizarse con el tema objeto de estudio. Además se complementa con un tipo de investigación descriptiva, la cual según Mas (2010), cuando cita a Malhotra (1997): “La investigación descriptiva tiene como objetivo primordial la descripción de la realidad, siendo sus principales métodos de recogida de información la encuesta e incluso la observación”. (pág. 191)

Se selecciona un tipo de investigación descriptiva, ya que esto permitirá identificar las características del segmento del mercado en base al cuál se desarrolla la investigación, incluyendo que también es exploratoria, debido a que se indagará en los consumidores la aceptación de poder desarrollar el negocio en estudio como franquicia en la ciudad de Guayaquil.

#### **3.2. Diseño de la investigación**

Para (Del Castillo, 2008):

La investigación cuantitativa es aquella que se dirige a recoger información objetivamente medible. La muestra utilizada para recoger la información cuantitativa es representativa de la población objeto de estudio por lo que los resultados derivados de este tipo de investigación pueden extrapolarse a nivel estadístico.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

Mientras que en el análisis cualitativo interesa el porqué, en el análisis cuantitativo interesa el cuántos son. (pág. 29)

Como diseño del presente estudio se establece un tipo de investigación cuali – cuantitativa, ya que permitirá obtener una información mucho más completa, ya que la investigación cualitativa proporciona información más detallada, así como la investigación cuantitativa permitirá establecer los datos de forma estadística.

### **3.3. Población y muestra**

#### **3.3.1. Población**

(Hernández, 2011):

Población o universo se puede definir como un conjunto de unidades o ítems que comparten algunas notas o peculiaridades que se desean estudiar. Esta información puede darse en medidas o datos porcentuales. La población en una investigación estadística se define abiertamente en función de sus propiedades particulares. (pág. 127)

Como lo establece Hernández, la población es un conjunto de individuos que poseen características similares. Para la presente investigación se selecciona una población conformada el grupo objetivo del negocio, los cuales son personas de 18 años en adelante habitantes de la ciudad de Guayaquil, así como se entrevistarán a expertos en el área de franquicias. Referente a esto se mantienen en conocimiento que en la ciudad de Guayaquil se encuentra un total de 1'066.552 habitantes que se encuentran desde la edad de 18 años en adelante haciéndolos así parte de la población económicamente activa de acuerdo a datos que anuncia el Instituto Nacional de Estadísticas y Censo. (2012).

#### **3.3.2. Muestra**

Para la selección de la muestra se utilizó la fórmula de la población de la población infinita, debido a que la población es mayor a 100.000 personas.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

$$n = \frac{Z^2 \cdot p \cdot q}{E^2}$$

Donde:

Z: Nivel de confianza: 95%: 1.96

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

e: Error de estimación

Entonces:

$$n = \frac{1.96^2 \cdot 0.5 \cdot 0.5}{0.05^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025} = 384$$

Por lo tanto el número de encuestas a realizar son de 384 encuestas, siendo un punto de atención las personas que mantengan en el grupo Económicamente activo es decir que mantengan un trabajo de los cuales muestren ingresos a sus hogares.

### 3.4. Técnicas e instrumentos de investigación

Las técnicas de investigación empleadas serán la encuesta y la entrevista. Para lo cual se seleccionó como instrumento de investigación para las encuestas el cuestionario elaborado en base a preguntas cerradas de manera que se pueda obtener información más precisa, en lo que respecta a las entrevistas se utilizará como instrumento de investigación el guión. Se realizará un focus group en la que se darán a degustar a las personas los diferentes productos que elaboran “Los Corviches de Elvita Express”.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### **3.5. Técnicas de procesamiento y análisis.**

Para la recolección de la información se realizará de manera semi-presencial, es decir, un porcentaje se realizará a través de correo electrónico, mientras que el porcentaje restante se realizará face to face. En lo que respecta a las entrevistas se realizarán in situ.

### **3.6. Procedimiento**

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se establece el siguiente procedimiento:

1. Identificación del problema de estudio.
2. Determinación de los objetivos para el desarrollo de la investigación.
3. Consulta de fuentes secundarias para el respaldo de la información.
4. Definición del tipo de investigación, como lineamiento al proceso investigativo.
5. Establecimiento de las herramientas investigativas.
6. Tomar decisiones para el desarrollo de la propuesta.

## CAPÍTULO IV

### RESULTADOS DEL DIAGNÓSTICO

#### 4.1. Presentación de los resultados

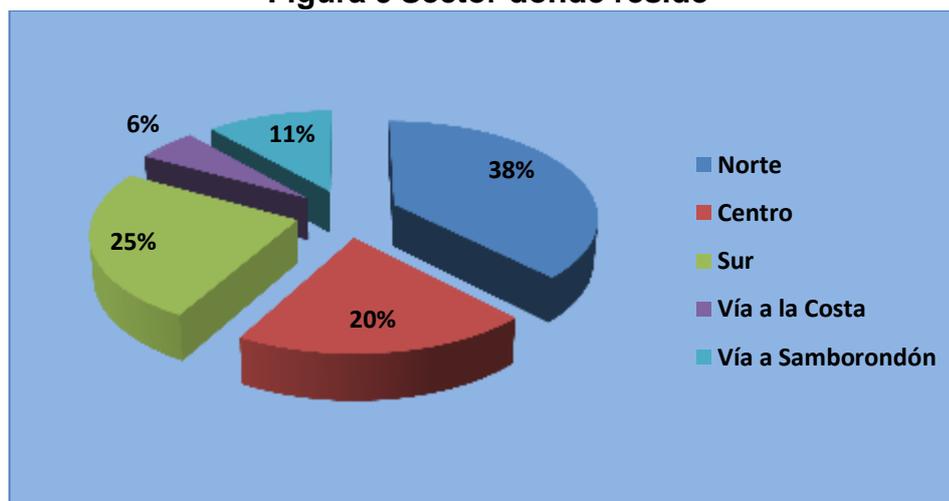
##### 1. ¿En qué sector de la Ciudad de Guayaquil vive usted?

Tabla 2 Sector donde reside

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Norte	145	145	38%	38%
Centro	78	223	20%	58%
Sur	96	319	25%	83%
Vía a la Costa	21	340	5%	89%
Vía a Samborondón	44	384	11%	100%
Total	384		100%	

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

Figura 9 Sector donde reside



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

Al desarrollar la investigación se pudo identificar que los sectores más habitados de la Ciudad son la zona norte y zona sur, con el 38% y 25% respectivamente de los encuestados que residen en estos sectores, mientras que el 5% de los encuestados indicó que reside Vía a la Costa. Por lo tanto, estos resultados permiten identificar los sectores donde reside la mayor parte del mercado meta del negocio, el cual es un factor clave para determinar la plaza sobre la cual se pretende trabajar.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

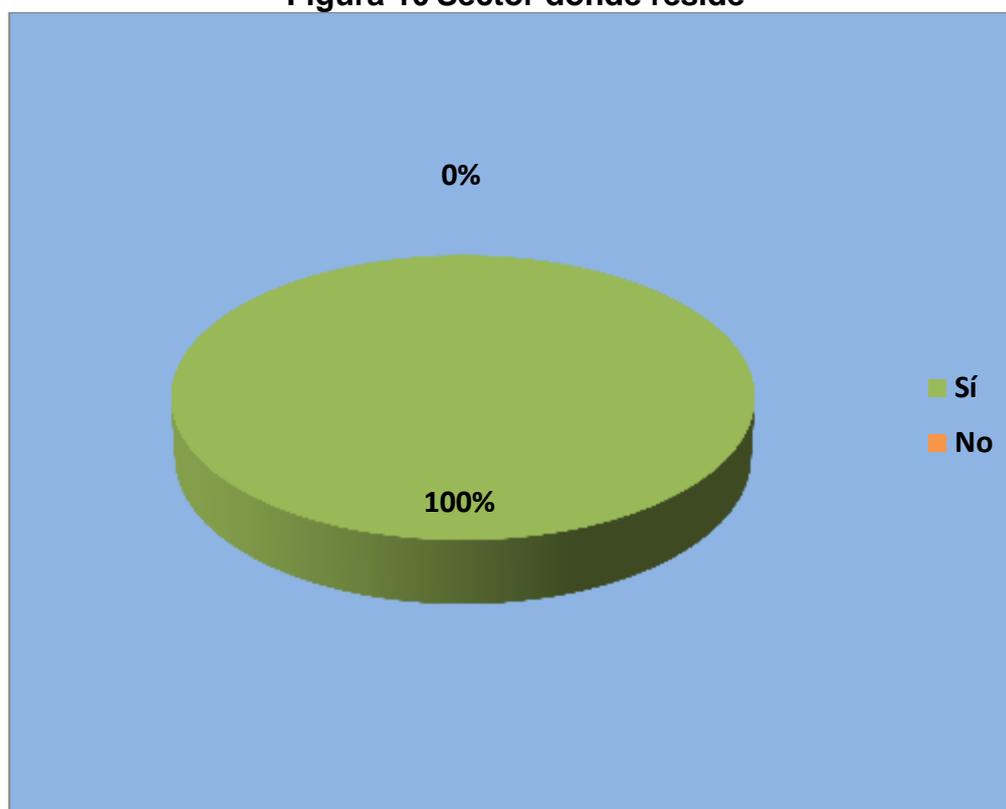
2. ¿Usted ha desayunado en “Los Corviches de Elvita”?

**Tabla 3 Ha visitado “Los Corviches de Elvita”**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
<b>Sí</b>	384	384	100%	100%
<b>No</b>	0	384	0%	100%
<b>Total</b>	384		100%	

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

**Figura 10 Sector donde reside**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

Del total de encuestados, el 100% indicó que sí ha desayunado en el negocio “Los Corviches de Elvita”, se consideró esta como una pregunta filtro, ya que era necesario conocer la percepción de los consumidores que conozcan el restaurante, puesto que de esta manera se podrá identificar la factibilidad de expandir el negocio a través de un sistema de franquicias.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

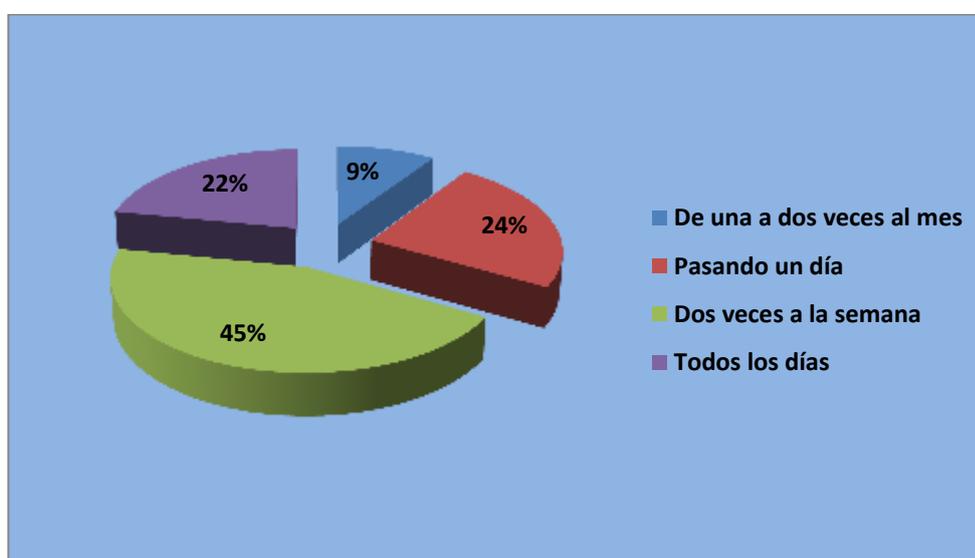
### 3. ¿Usted acostumbra a desayunar fuera de su casa?

**Tabla 4 Acostumbra a desayunar fuera de casa**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
De una a dos veces al mes	36	36	9%	9%
Pasando un día	92	128	24%	33%
Dos veces a la semana	172	300	45%	78%
Todos los días	84	384	22%	100%
Total	384		100%	

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

**Figura 11 Acostumbra a desayunar fuera de casa**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

El 45% de los encuestados indicaron que acostumbran a desayunar fuera de casa, mientras que tan solo el 9% indicó que acostumbra a desayunar fuera de su casa solo de una a dos veces al mes. Esta información permite definir que la mayor parte de los encuestados acostumbran a desayunar fuera por lo menos dos veces a la semana, y consecuentemente pueden ser considerados como consumidores potenciales, sin embargo, también pueden ser considerados quienes no acostumbran a desayunar fuera, ya que los productos que comercializa “Los Corviches de Elvita” pueden ser consumidos como piqueos.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

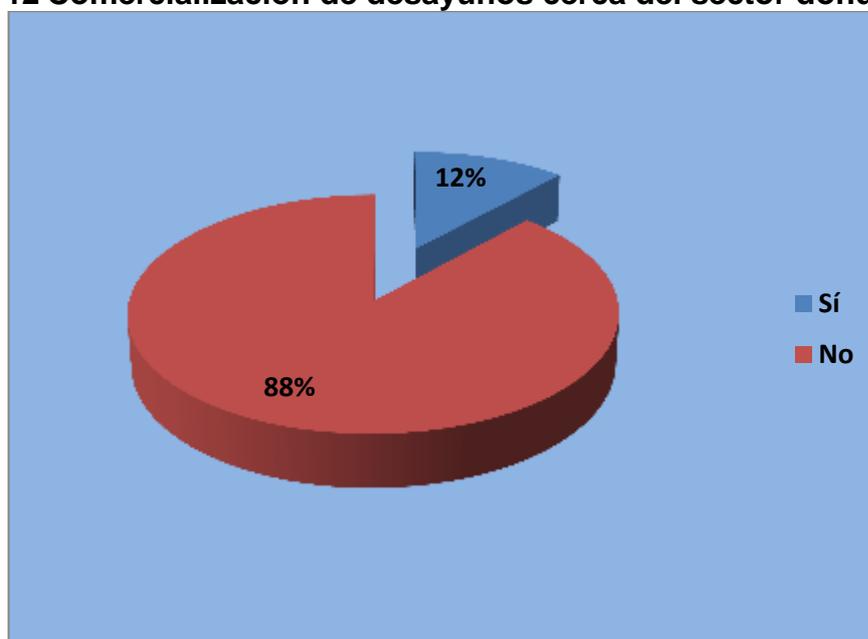
**4. ¿Por el sector donde vive hay locales que se dediquen a vender desayunos variados?**

**Tabla 5 Comercialización de desayunos cerca del sector donde reside**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
<b>Sí</b>	45	45	12%	12%
<b>No</b>	339	384	88%	100%
<b>Total</b>	384		100%	

**Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor**

**Figura 12 Comercialización de desayunos cerca del sector donde reside**



**Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor**

Del desarrollo de las encuestas, se pudo reconocer que el 88% de los encuestados no conocen locales que se dediquen a la venta de desayunos variados, mientras que solo el 12% indicó que sí existen este tipo de negocios cerca de su lugar de residencia. Esto significa que en lo que se refiere a la competencia directa que pudiera haber en los sectores donde se busca ingresar con la franquicia “Los Corviches de Elvita” no muestra niveles tan altos, ya que no se evidencia la existencia en grandes porcentajes de negocios que posean similares características.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

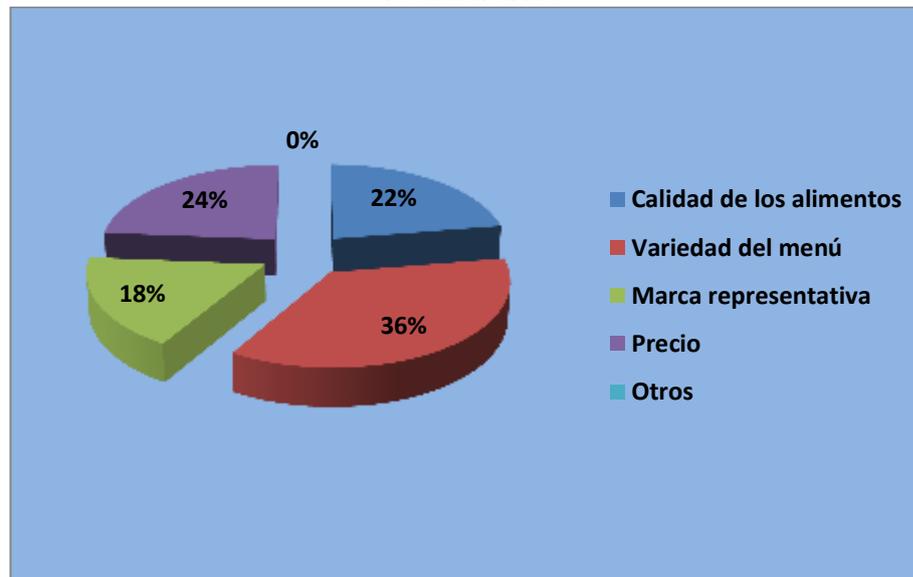
**5. Al momento de elegir a qué restaurante donde acudir ¿Qué factores inciden en su decisión?**

**Tabla 6 Factores que intervienen en la decisión de acudir a un restaurante**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Calidad de los alimentos	86	86	22%	22%
Variedad del menú	139	225	36%	59%
Marca representativa	68	293	18%	76%
Precio	91	384	24%	100%
Otros	0	384	0%	100%
<b>Total</b>	<b>384</b>		<b>100%</b>	

**Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor**

**Figura 13 Factores que intervienen en la decisión de acudir a un restaurante**



**Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor**

Según los resultados obtenidos, se puede determinar que entre los principales factores que intervienen al momento que el consumidor toma la decisión de acudir a algún restaurante, se encuentra la variedad del menú de acuerdo a lo indicado por el 36% de encuestados, mientras que para el 18% es importante la marca representativa del negocio. Esto permite identificar un aspecto que se debe de considerar para atraer al segmento objetivo es ofrecer un menú variado para su elección.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

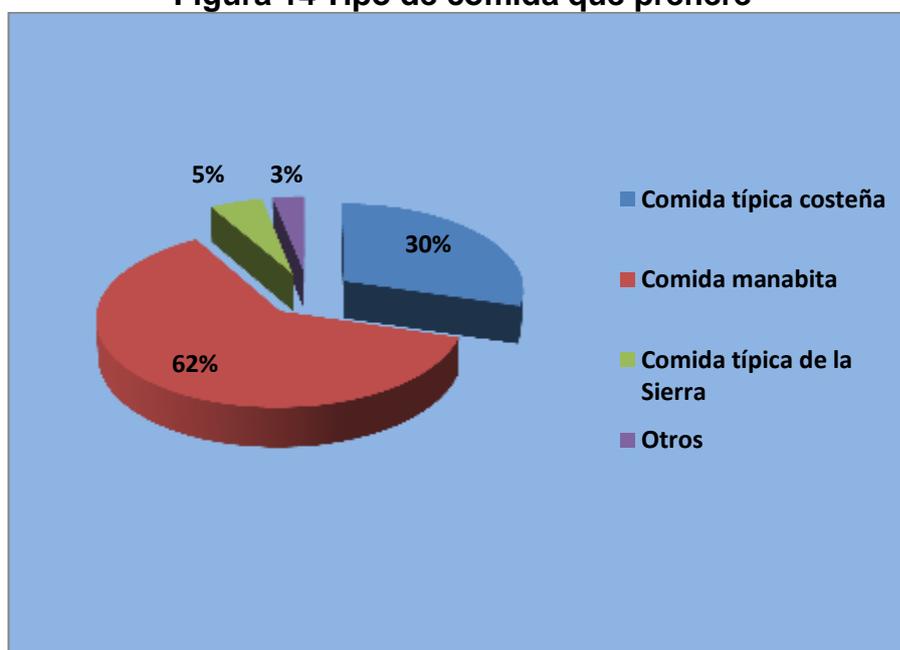
**6. ¿Qué tipo de comida prefiere para desayunar?**

**Tabla 7 Tipo de comida que prefiere**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Comida típica costeña	114	114	30%	30%
Comida manabita	238	352	62%	92%
Comida típica de la Sierra	20	372	5%	97%
Otros	12	384	3%	100%
Total	384		100%	

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

**Figura 14 Tipo de comida que prefiere**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

De acuerdo a las encuestas realizadas se puede identificar que el 62% de los encuestados prefiere consumir comida manabita, mientras que el 30% prefiere consumir comida típica costeña. Esto permite identificar que la mayor parte de los encuestados gusta de la comida manabita, así como también de la comida costeña, estos resultados son favorables para el negocio “Los Corviches de Elvita” ya que se especializa en comercializar comida manabita.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

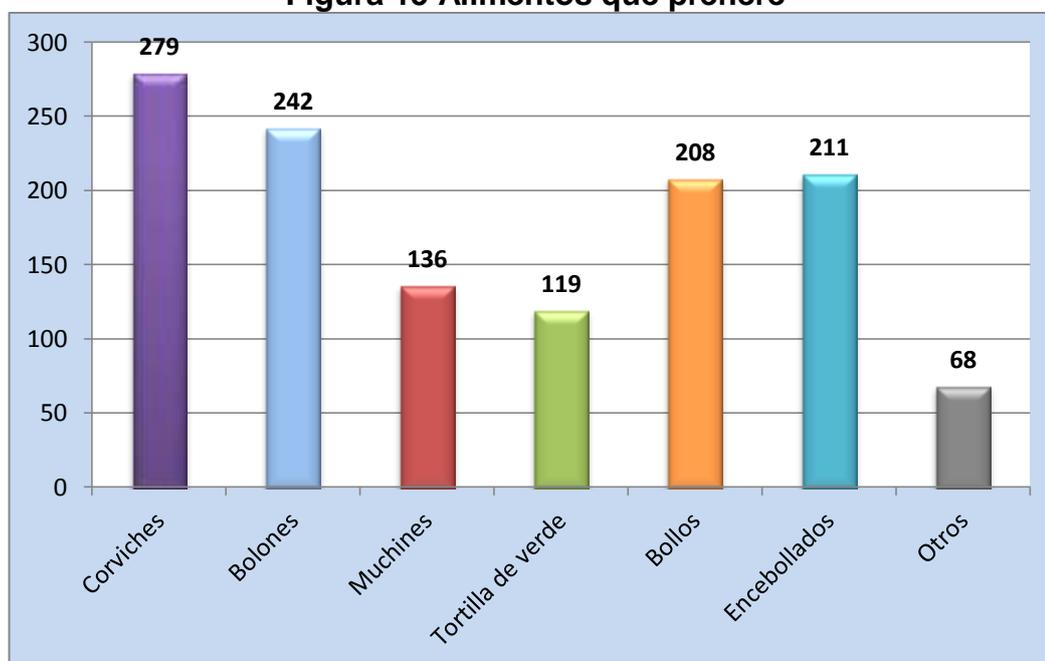
**7. De acuerdo a su percepción, de los siguientes productos ¿Cuáles prefiere? (Puede seleccionar más de tres productos)**

**Tabla 8 Alimentos que prefiere**

	<b>FREC. ABS.</b>	<b>FREC. REL.</b>
<b>Corviches</b>	279	73%
<b>Bolones</b>	242	63%
<b>Muchines</b>	136	35%
<b>Tortilla de verde</b>	119	31%
<b>Bollos</b>	208	54%
<b>Encebollados</b>	211	55%
<b>Otros</b>	68	18%

**Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor**

**Figura 15 Alimentos que prefiere**



**Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor**

Entre los principales productos que prefieren los consumidores se encuentran los corviches, bolones, bollos y encebollados, sin embargo, al especializarse en comida manabita el restaurante “Los Corviches de Elvita”, se enfoca en la comercialización de los tres primeros productos, lo cual es favorable puesto que son productos del agrado de los consumidores.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

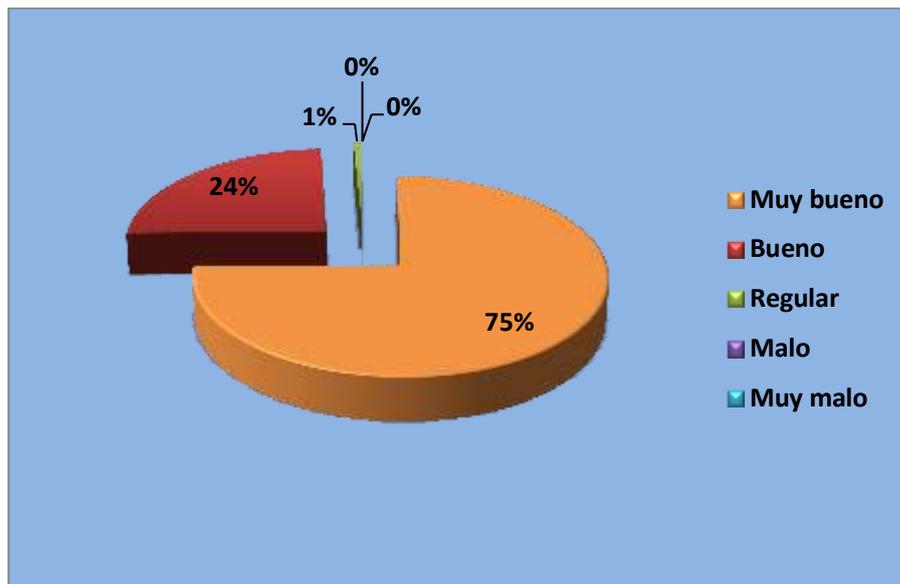
**8. De acuerdo a su experiencia, en cuanto a la sazón ¿Cómo califica los alimentos que se comercializan en el restaurante “Los Corviches de Elvita”?**

**Tabla 9 Percepción de la sazón de alimentos**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Muy bueno	287	287	75%	75%
Bueno	94	381	24%	99%
Regular	3	384	1%	100%
Malo	0	384	0%	100%
Muy malo	0	384	0%	100%
Total	384		100%	

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

**Figura 16 Percepción de la sazón de alimentos**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

El 75% de los encuestados indicaron que la sazón de los alimentos es muy buena, mientras que el 24% considera que es buena. Esto significa que la sazón de los alimentos que se preparan y comercializan en el restaurante “Los Corviches de Elvita” es del agrado de los consumidores. Este es considerado un factor importante, puesto que el buen sabor incidirá en la decisión del consumidor de volver al negocio.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

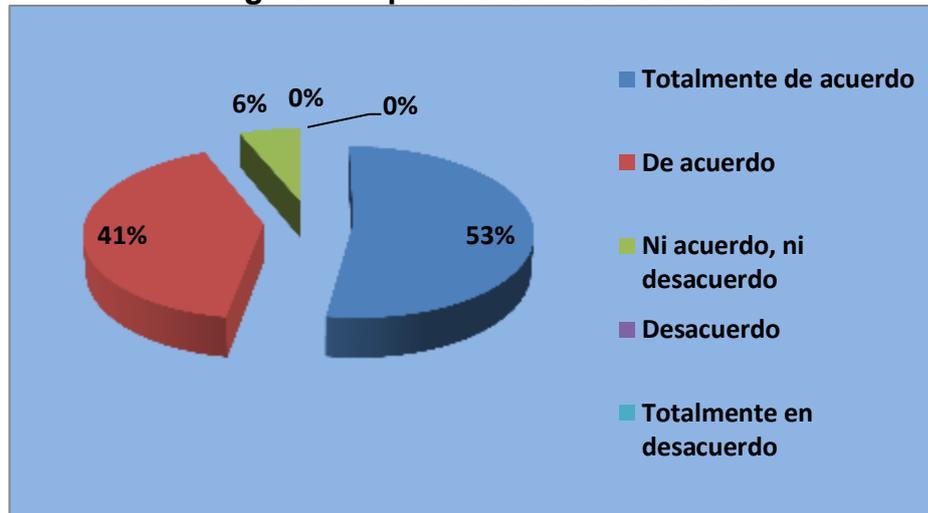
**9. ¿Considera que el restaurante “Los Corviches de Elvita” debería contar con más sucursales a nivel nacional?**

**Tabla 10 Apertura de más locales**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Totalmente de acuerdo	202	202	53%	53%
De acuerdo	158	360	41%	94%
Ni acuerdo, ni desacuerdo	24	384	6%	100%
Desacuerdo	0	384	0%	100%
Totalmente en desacuerdo	0	384	0%	100%
Total	384		100%	

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

**Figura 17 Apertura de más locales**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

Del total de encuestados, el 53% indicó estar totalmente de acuerdo en que “Los Corviches de Elvita” debería tener más sucursales a nivel nacional, mientras que el 41% se mostró de acuerdo. Esto permite identificar que existe la necesidad de ampliar la cobertura del negocio “Los Corviches de Elvita”, ya que cuenta con la aceptación de los consumidores quienes consideran necesario que éste posea más sucursales a donde puedan acudir no solo en Guayaquil, sino a nivel nacional.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

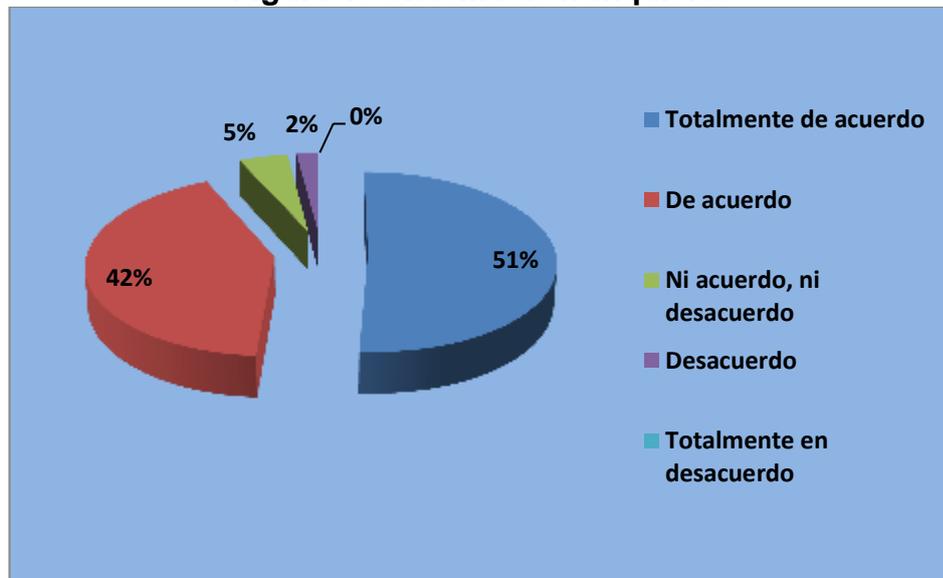
**10. ¿Considera factible que la ampliación de la cobertura del restaurante “Los Corviches de Elvita” se realice bajo un sistema de franquicias?**

**Tabla 11 Sistema de franquicias**

	FREC. ABS.	FREC. ACU. ABS.	FREC. REL.	FREC. ACU. REL.
Totalmente de acuerdo	196	196	51%	51%
De acuerdo	162	358	42%	93%
Ni acuerdo, ni desacuerdo	18	376	5%	98%
Desacuerdo	8	384	2%	100%
Totalmente en desacuerdo	0	384	0%	100%
Total	384		100%	

Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

**Figura 18 Sistema de franquicias**



Fuente: Encuestas  
Elaborado por: El autor

El 51% de los encuestados estuvo totalmente de acuerdo en que la ampliación de la cobertura del restaurante “Los Corviches de Elvita” debe realizarse bajo un sistema de franquicias, mientras que tan solo el 2% de los encuestados estuvo en desacuerdo. Por lo tanto, se puede determinar que de acuerdo a la percepción de la mayoría de los encuestados es factible desarrollar un sistema de franquicias para el negocio “Los Corviches de Elvita” ya que existe la aceptación por parte del consumidor.

**Entrevistas a funcionarios de la Asociación de Franquicias del Ecuador**

**Entrevistado 1: Santiago García (Presidente de la Asociación de Franquicias del Ecuador)**

**1. ¿Cree Ud. conveniente que se desarrolle una franquicia de un restaurante de comida típica manabita en Ecuador?**

Yo considero que sí es recomendable una franquicia en Ecuador, porque esto ayudará al incremento de fuentes de trabajo; además servirá para que los clientes actuales que tiene este negocio tengan mayor elección al momento de dirigirse a restaurantes que posean esta característica, es decir, especializados en comida típica manabita.

**2.- ¿Qué beneficios se obtendría con la creación de la franquicia de “Los Corviches de Elvita” en el país?**

Creo que beneficiara captar una mayor cuota de mercado, así como también generarían mayor participación, atrayendo a nuevos clientes potenciales, obtendrán mayor reconocimiento de marca.

**3.- ¿Cuáles son las desventajas que produce crear una franquicia?**

La desventaja de crear una franquicia es que en Ecuador todavía no hay leyes de franquicias y en el contrato que se estipule la franquicia deben de ir muchas cláusulas donde especifiquen correctamente cuales serían las condiciones para poder tener ese derecho; debido a que pueden ocasionarse problemas futuros si las franquicias no se manejan con un determinado estándar.

**4.- ¿Qué necesita para que una franquicia nueva cuente con la aceptación del mercado?**

Se necesita de una ubicación estratégica, que brinden un buen servicio, que realicen promociones, que se mantengan los estándares de precios y de productos de buena calidad.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**5.- ¿Qué aspectos debería cumplir el franquiciado para poder adquirir los derechos de franquicia?**

Debe de cumplir con el “perfil idóneo” que busca el franquiciante; ya que se debe regir a cumplir las condiciones que éste le ponga. Debido a que por poner una franquicia se ve en la obligación de seguir dando una buena imagen de la empresa ya que si no da un buen servicio o no sigue las mismas operaciones al momento de producir el producto, los clientes pueden llegar a tener una mala imagen de la marca y ya no querer consumir estos productos.

**Entrevistado 2: Joseph Saltos (Secretario General de la Asociación de Franquicias del Ecuador)**

**1.- ¿Cree Ud. conveniente que se desarrolle una franquicia de un restaurante de comida típica manabita en Ecuador?**

Yo creo que poner una franquicia aquí en Ecuador es muy recomendable, considerando que la comida manabita es una de las más apetecidas no solo en Guayaquil, sino también en otras ciudades del país. Sin embargo, la mayoría de establecimientos que poseen este enfoque se concentran en ciudades costeñas, sería interesante que se maneje un modelo de franquicias bajo este concepto a nivel nacional.

**2.- ¿Qué beneficios se obtendría con la creación de la franquicia de “Los Corviches de Elvita” en el país?**

Bueno, si hablamos de beneficios el principal se encuentra relacionado a la expansión del negocio que se logra a través de un sistema de franquicias, le permite además al propietario de la franquicia adentrarse a nuevos mercados, no solo a nivel local.

**3.- ¿Cuáles son las desventajas que produce crear una franquicia?**

En el caso de las desventajas, se puede considerar que en el caso del franquiciado no cuenta con la propiedad de la marca que maneja y consecuentemente las principales decisiones no son tomadas por él, sino

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express” por el franquiciado. En el caso del franquiciado también existen desventajas, ya que existe el riesgo de que el franquiciado realice una mala gestión que puede afectar a la imagen de marca en general.

#### **4.- ¿Qué necesita para que una franquicia nueva cuente con la aceptación del mercado?**

Como todo negocio nuevo, la comunicación juega un papel fundamental para dar a conocer al segmento objetivo la apertura del negocio, realizar una campaña puede ser de gran ayuda para atraer a potenciales clientes.

#### **5.- ¿Qué aspectos debería cumplir el franquiciado para poder adquirir los derechos de franquicia?**

En este caso, el franquiciador debería definir en el contrato de franquicia las directrices sobre las cuales se va a desarrollar el sistema y así mismo debería definir las características que éste debe cumplir, las responsabilidades, entre otros aspectos.

### **Entrevistado 3: José Luis Álvarez (Vocal de la Asociación de Franquicias del Ecuador)**

#### **1.- ¿Cree Ud. conveniente que se desarrolle una franquicia de un restaurante de comida típica manabita en Ecuador?**

Considerando las tendencias de consumo que se evidencia en el mercado ecuatoriano, puedo decir que sí es conveniente, si analizamos que a los ecuatorianos nos gustan mucho las comidas típicas, y un negocio de esta característica puede resultar interesante para los consumidores, siempre y cuando se maneje de la manera adecuada.

#### **2.- ¿Qué beneficios se obtendría con la creación de la franquicia de “Los Corviches de Elvita” en el país?**

La cobertura por supuesto, sin que el propietario de la franquicia realice mayor inversión, tiene la oportunidad de ingresar a nuevos mercados, si bien es cierto al abrir sucursales se logra una expansión del negocio, pero se requiere una fuerte inversión, en el caso del sistema de franquicia el

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

franquiciador puede abarcar más mercado realizando una menor inversión ya que en este caso el franquiciado es quien adquiere el derecho de franquicia al pagar el canon de entrada. Los consumidores también se benefician, ya que tendrán más opciones en caso de que quieran acudir al restaurante.

### **3.- ¿Cuáles son las desventajas que produce crear una franquicia?**

Las desventajas del sistema de franquicia se pueden evidenciar en dos factores, el franquiciado tiene menos independencia a la hora de tomar decisiones, en este caso la mayor parte de las decisiones importantes en el negocio, por así decirlo, las define el franquiciador. Otro aspecto que se puede mencionar es la afectación que podría darse a la imagen del negocio si uno de los franquiciados no cumple con los parámetros establecidos en el contrato de franquicia, por eso es importante que el franquiciador proporcione la capacitación necesaria a quienes deseen adquirir la franquicia.

### **4.- ¿Qué necesita para que una franquicia nueva cuente con la aceptación del mercado?**

En primer lugar desarrollar una investigación de mercados para determinar el nivel de aceptación que tendría la nueva franquicia, una vez que se identifique de acuerdo a la aceptación que demuestren los consumidores, el siguiente paso se encuentra en la campaña que se desarrolle para dar a conocer la nueva franquicia.

### **5.- ¿Qué aspectos debería cumplir el franquiciado para poder adquirir los derechos de franquicia?**

En primer lugar el franquiciado debe mostrar compromiso de manejar el negocio de la forma adecuada, debe considerar que existen aspectos establecidos dentro de un contrato que debe cumplir, principalmente enfocados en el desarrollo de procesos, el servicio que proporcionará, la utilización del nombre comercial y los productos que son de propiedad del franquiciador.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

#### **4.2. Análisis de los resultados**

La presente investigación incluyó un estudio que abarcó tanto a consumidores como a expertos en el área de franquicias, lo cual proporcionó información más completa para diagnosticar la factibilidad de trabajar con un sistema de franquicias. En el caso de los clientes, se pudo identificar que en los alrededores donde residen no existen negocios en donde se comercialicen desayunos variados bajo las mismas características de negocio con la que funciona el restaurante “Los Corviches de Elvita”, esto se define como una oportunidad para el negocio, ya que existen sectores en donde se puede ingresar para acaparar este mercado. Así mismo, se pudo reconocer que el restaurante “Los Corviches de Elvita” cuenta con la aceptación por parte de los consumidores, quienes consideran que los alimentos que se expenden en el negocio son muy buenos, este factor ha sido importante ya que favorece a la imagen del negocio e incide en que los clientes puedan recomendar el negocio a otras personas. Se identificó también que existe la factibilidad de implementar nuevos negocios bajo el nombre comercial “Los Corviches de Elvita”, ya que según lo menciona la mayor parte de los consumidores es necesario que la empresa maneje más locales y que esto puede realizarse bajo el sistema de franquicias. En otro apartado de acuerdo a las entrevistas realizadas, se pudo identificar que sí resultaría conveniente desarrollar un sistema de franquicia para el negocio “Los Corviches de Elvita”, ya el concepto que maneja de comidas típicas manabitas es del agrado de los consumidores, principalmente de aquellos que residen en la Región Costa. A pesar de los beneficios que proporciona un sistema de franquicias, en lo que se refiere a la expansión del negocio y cobertura, existen aspectos que se deben de considerar como el riesgo de que el franquiciado pueda hacer mal uso del know how o la imagen de la marca y consecuentemente afecte a toda la cadena de franquicia, por lo tanto es importante que se establezcan las directrices en cuanto a los procesos y el manejo de la marca “Los Corviches de Elvita” de modo que se eviten estos inconvenientes.

## **CAPÍTULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 Descripción del proyecto**

La presente propuesta está basada en el desarrollo de un modelo de sistema de franquicias para el negocio de “Los Corviches de Elvita Express” estas franquicias funcionaran igual que el local principal, estas llevaran el mismo nombre del local titular, se registrarán a los mismos procedimientos y expedirán los mismos productos cuidando la calidad, presentación y el nombre del local titular que es “Los Corviches de Elvita Express” esto con la finalidad de que el negocio pueda crecer y abarcar sectores de la ciudad en los que aún no se encuentra.

Una vez dado por terminado el contrato entre el franquiciante y el franquiciado el nombre del local, logos, slogan etc. ya no podrán ser utilizados por el franquiciado y se debe estipular en el contrato que el franquiciante no vende parte o totalidad del negocio.

Se le brindara al franquiciado los conocimientos que se han necesarios para manejar el negocio, sin embargo, no será proporcionado el know how relacionado a la elaboración del producto, ya que los franquiciados deberán solicitar al franquiciador la cantidad de producto que requiere por medio de pedidos.

#### **Grupo objetivo**

El sistema de franquicias del negocio “Los Corviches de Elvita Express” está dirigido para los clientes actuales del negocio y potenciales clientes que se encuentran en estos nuevos sectores del mercado que se quiere abarcar, son personas que buscan comida típica manabita.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Detalle del grupo objetivo:**

Hombres y mujeres con mayoría de edad, nivel socioeconómico B, C+ y C-.

**Posicionamiento**

El negocio “Los Corviches de Elvita Express” ya es reconocido por parte del mercado, se busca con el presente proyecto abarcar más sectores del mercado en Guayaquil puesto que actualmente solo está en el sector norte de la ciudad además de hacer más accesible el producto para el consumidor.

**Análisis Pesta**

Esta herramienta sirve para analizar la información del entorno de este nuevo servicio que se desea implementar a través del sistema de franquicia como factor de desarrollo económico en el Ecuador es decir que mediante este análisis se pretende mantener en conocimiento como se encuentra el país para que de esta manera se pueda analizar si es viable o no el ingreso de este proyecto, para esto se puede hacer posible realizando la evaluación a los siguientes factores que dan como resultado la información que será detallada a continuación:

- **Político:** En el aspecto político por previo análisis del autor, se puede decir que en Ecuador existe un proyecto que otorga créditos a los negocios que se desarrollan en Ecuador y a los productos. También hay que recalcar que actualmente el Ecuador cuenta con estabilidad y con proyectos que incentivan al desarrollo de las medianas y pequeñas empresas del país.
- **Económico:** En este ámbito el autor realizó el análisis de la inflación en el Ecuador el cual para el término del año 2013 fue del 2.30% según datos encontrados en él (Banco Central del Ecuador, 2013) y su PIB hasta el mes de enero del año 2013 fue de 3.98%

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

- **Social:** En el ámbito social se ha considerado el hecho de que “Los Corviches de Elvita Express” ha tenido gran acogida y márgenes de venta altos logrando que personas de todos los sectores de Guayaquil acudan a su local ubicado en la Garzota al norte de la ciudad por su sabor inigualable, esta es una de las razones por las cuales se requiere la expansión del negocio.
- **Tecnológico:** Aquí se puede hablar de nuevas máquinas que ayudan en la elaboración de los productos puesto que agilitan el trabajo así como nuevos avances tecnológicos en la elaboración de productos.
- **Ambiental:** Hacer regir en las franquicias las normativas exigidas por la Municipalidad de Guayaquil en cuanto el manejo de los desechos tóxicos para que no se vea afectado el planeta.
- **Legal:** Este ámbito se ve ligado al capítulo II marco legal donde se tratan todas las leyes que se rigen actualmente en Ecuador.

## Análisis FODA

**Tabla 12 FODA**

<b>FORTALEZAS</b>	<b>DEBILIDADES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Calidad en sus productos.</li> <li>• Reconocimiento en el mercado actualmente abarcado.</li> <li>• Contar con el personal capacitado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta de una amplia infraestructura.</li> <li>• Personal insuficiente para atender la demanda.</li> <li>• No cuenta con suficientes sucursales para abarcar más mercado.</li> </ul>
<b>OPORTUNIDADES</b>	<b>AMENAZAS</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Incremento de franquicias en la Ciudad de Guayaquil.</li> <li>• Incremento de la demanda de clientes.</li> <li>• Financiamiento para el desarrollo de medianas y pequeñas empresas.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leyes gubernamentales.</li> <li>• Que los negocios competidores tomen la misma iniciativa.</li> <li>• Normativas Municipales.</li> </ul>

**Elaborado por:** Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### **Fortalezas**

- Una de las fortalezas con las que cuenta “Los Corviches de Elvita”, es la calidad de sus productos, ya que hace uso de materia prima de calidad para la elaboración de los mismos.
- El negocio “Los Corviches de Elvita” es ampliamente reconocido en el mercado, gracias al tiempo que lleva operando en el mercado y la publicidad de boca en boca que realizan los clientes.
- El personal del negocio se encuentra ampliamente capacitado tanto en lo que se refiere a la atención al cliente, así como también en los procesos de preparación de los productos.

### **Debilidades**

- Una de las debilidades es que el negocio no cuenta con una amplia infraestructura para la elaboración de los productos, a pesar de que cuenta con una matriz y dos sucursales, la producción solo se realiza en la matriz.
- El negocio no cuenta con el personal suficiente para cubrir la demanda existente en el mercado.
- Actualmente, el negocio no cuenta con las sucursales necesarias para abarcar una mayor cuota de mercado.

### **Oportunidad**

- Actualmente en la ciudad de Guayaquil existen más empresas que trabajan bajo un sistema de franquicias, el cual puede ser desarrollado por el negocio de “Los Corviches de Elvita” para abarcar otros sectores del mercado.
- En la actualidad existe un incremento en la demanda de los clientes del negocio, por lo tanto se pueden abrir más negocios que funcionen bajo la marca de “Los Corviches de Elvita”.
- Existen instituciones financieras, así como también la Corporación Financiera Nacional que pueden proporcionar el financiamiento para quienes quieran desarrollar nuevos negocios.

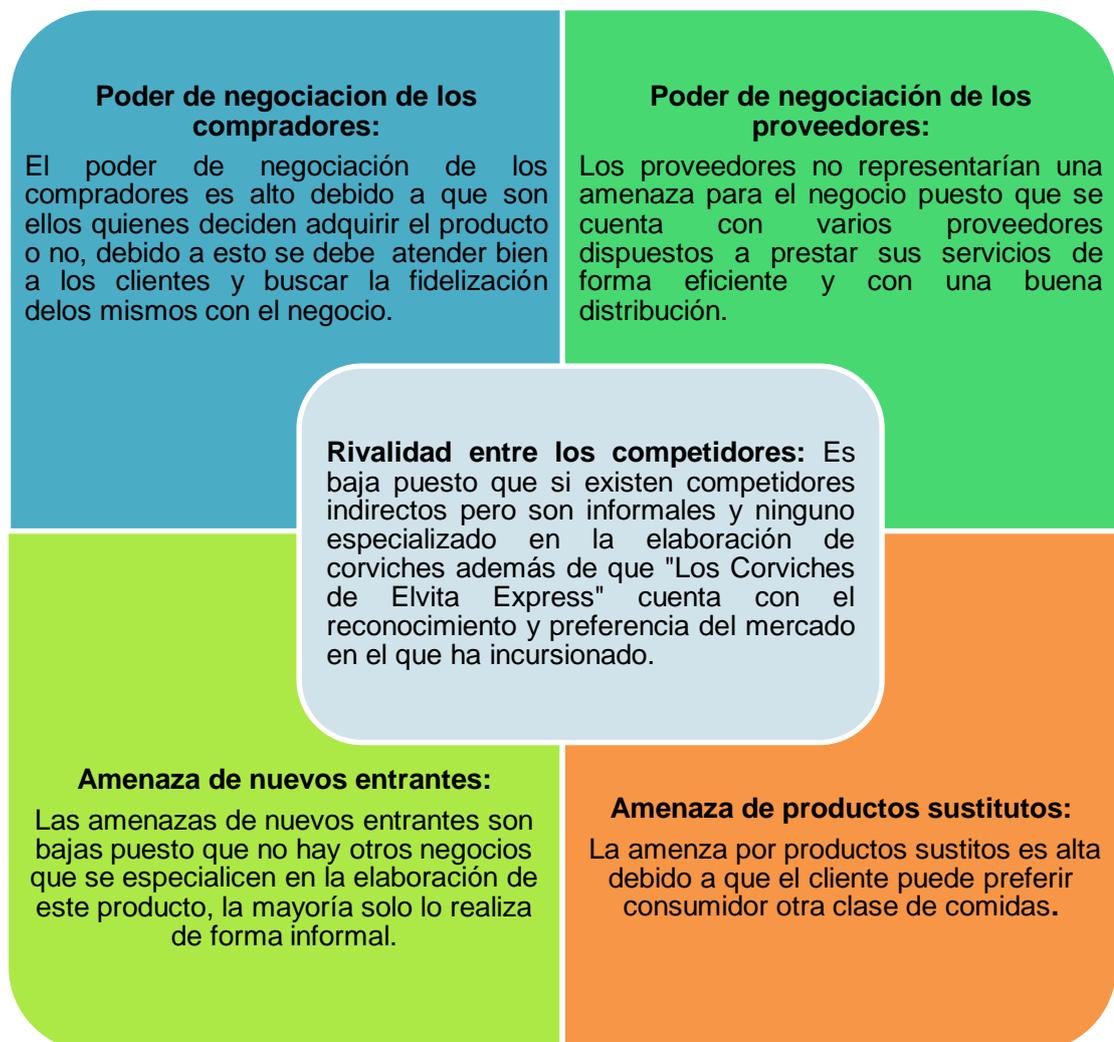
Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

### Amenazas

- En el Ecuador no existe una legislación específica para manejar el sistema de franquicias.
- La competencia existente en el mercado puede identificar la oportunidad de expandir sus negocios al tomar la misma iniciativa de desarrollar sistemas de franquicias.
- Existen normativas Municipales relacionadas a los negocios de restaurantes que se deben cumplir.

### Fuerzas de Porter

Figura 19 Fuerzas competitivas de Porter



Elaborado por: Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

### **Poder de negociación de los compradores**

El poder de negociación de los compradores es alto debido a que son ellos quienes deciden adquirir el producto o no, debido a esto se debe atender bien a los clientes y buscar la fidelización de los mismos con el negocio. Manteniendo en conocimiento que en la ciudad de Guayaquil existen variedades de productos que se preparan rápidamente antes las necesidades del cliente donde el cliente puede ver cómo están preparando puede ser una densidad de que se tenga que elegir el producto en vez de elegir otro.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Los proveedores no representarían una amenaza para el negocio puesto que se cuenta con varios proveedores dispuestos a prestar sus servicios de forma eficiente y con una buena distribución. Además la provincia del Guayas mantiene una extensa producción de materia prima que ayudara a los dueños a poder elegir la materia prima de primera calidad generando así una elaboración de productos de calidad, calidad que empresas proveedoras facilitan de diferentes formas.

### **Amenaza de nuevos entrantes**

Las amenazas de nuevos entrantes son bajas puesto que no hay otros negocios que se especialicen en la elaboración de este producto, la mayoría solo lo realiza de forma informal. Se debe acontecer que estos los realizan de forma informal que genera comercialización mediante los transeúntes que se encuentran en diversos lugares de la ciudad de Guayaquil.

### **Amenaza de productos sustitutos**

La amenaza por productos sustitutos es alta debido a que el cliente puede preferir consumidor otra clase de comidas.

### **Rivalidad entre los competidores**

Es baja puesto que si existen competidores indirectos pero son informales y ninguno especializado en la elaboración de corviches además

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express" de que "Los Corviches de Elvita Express" cuenta con el reconocimiento y preferencia del mercado en el que ha incursionado.

## **Estrategias de Marketing Mix**

### **Producto**

"Los Corviches de Elvita Express, es un negocio comercial, el cual se dedica a la comercialización y venta de productos de consumo masivo dentro de la ciudad de Guayaquil, Como línea de producto se tendrán solo dos una que es la línea de comestible y las otra es la línea de bebida construyendo así que la línea de comestibles se encontraran los siguientes productos, corviche de pescado, corviche de camarón, torreja de choclo y muchines de yuca. Dentro de la línea de bebidas se encuentran los jugos naturales que acompañan estas delicias que representan a la ciudad porteña. A continuación se detalla los productos que este local ofrece a sus clientes.

**Tabla 13 de Productos "Los Corviches de Elvita Express"**

Tortilla de Verde
Bollos
Jugos Naturales
Corviche
Café Nestlé

**Fuente:** (Diario El Universo, 2013)

**Elaborado por:** Cristhian Rubio

Se mantienen en conocimiento que la mayor parte de piqueos son proporcionados por personas que en muchos de sus casos carecen de tener tiempo para consumir un plato fuerte y deciden adquirir algo rápido pero muy rico. Los corviches elaborados a base de verdes y un refrito con pescado que se implementa dentro de la masa. Haciendo de este un producto netamente ecuatoriano, además se debe mencionar que mantiene el ofrecimiento de torrejas de choclo, bolones mixtos y de queso, muchines, humitas y no faltaba más que los jugos naturales que complementa esta

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”  
delicia de piqueos que se encuentran a la disposición de los habitantes de la ciudad de Guayaquil.

Referente a la calidad con la que se posee la elaboración de estos productos es de suma importancia debido a que los productos son elaborados con la mejor materia prima adquirida mediante distribuidores posesionados en la provincia del Guayas, para que de esta manera la elaboración no se interrumpa por la mala calidad de su materia prima que afecte a la comercialización de estos productos. En lo que respecta a su diseño se debe informar que se establece el producto listo para servir de una forma llamativa sin dejar atrás que mantendrá la forma con la que se maneja ese producto en el país debido a que es netamente ecuatoriano originario de la costa. Debido a que es un producto a servir directamente al cliente para su consumo se mantendrá bajo la marca que lo establece el negocio de “Corviches Elvita express”,

### **Precio**

El negocio comercial de corviches Elvita Express maneja una considerada tanda de precios que oscilan desde \$0.80 centavos de dólar, hasta \$1 dólar, manteniendo en consideración que es un producto de consumo masivo ya que es comestible de inmediato suele no mantener un costo superior al de \$2 dólares. Conforme a esto quedan expuestos los valores con los que se comercializa este producto en el norte de la ciudad de Guayaquil.

**Tabla 14 Precio de productos “Los Corviches de Elvita Express”**

Tortilla de Verde	1.46
Bollos	1.23
Jugos Naturales	1.00
Corviche	0.85
Café Nestlé	1.12

**Fuente:** (Diario El Universo, 2013)

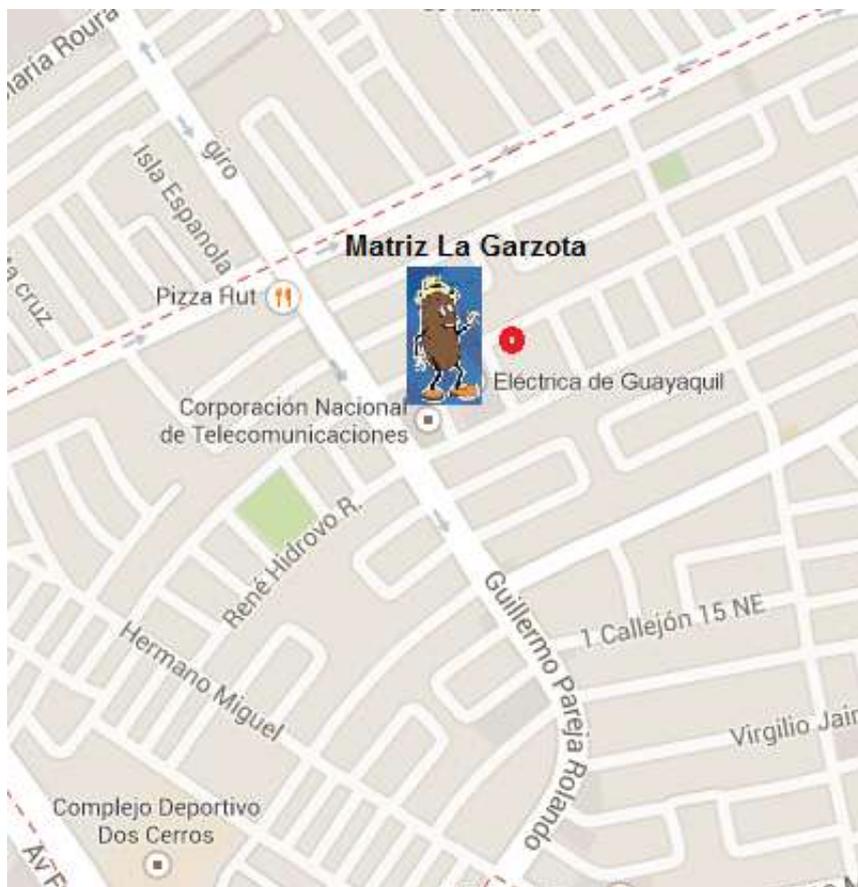
**Elaborado por:** Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### Plaza

Este negocio cuenta con locales ya posesionados en el norte de la ciudad como es en la Av. José María Roura, Sauces II Mz F43 donde se mantienen en atención los propietarios que iniciaron este negocio, a su vez mantienen una sucursal en la “Universidad Católica Santiago de Guayaquil”. Donde mantiene a la venta este producto a los estudiantes de esta universidad que en su totalidad asciende a los 3700 alumnos, puesto a esto se determina que la posesión de esta franquicia sea en el sector sur de la ciudad.

**Figura 20 Dirección de Corviches Elvita Express Sauces II**



**Fuente:** (Google Maps, 2014)

**Elaborado por:** Cristhian Rubio



Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

## Promoción

Referente a la promoción a continuación se realiza la presentación de los medios por los cuales Corviches Elvita Express se dará a conocer. El primero son los afiches que estarán ubicados en el negocio que se mantienen en los locales del norte de la ciudad y en la universidad Católica de Guayaquil.

Figura 23 Afiche



Elaborado por: Crithian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### Human banner

En lo que respecta a la elaboración de la estrategia de promoción se creará, el human banner que estarán en transición dentro de la ciudad en puntos estratégicos es decir en lugares de mayor movimiento como lo es la 9 de octubre, Cda la Garzota, Alborada y Rotonda. Con el fin de que se dé a conocer mucho más los productos que ofrece Corviches Elvita Express.

**Figura 24 Human banner**



**Elaborado por: Cristhian Rubio**

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Anuncio en el periódico**

Como una forma de comunicación Corviches Elvita Express utilizara la estrategia de anuncios mediante uno de los periódicos de mayor comercialización y este es Diario El Universo.

**Figura 25 Anuncio en periódico**



**Elaborado por: Cristhian Rubio**

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### Anuncio en revista

Se estableció como medio de comunicación estratégico darse a conocer mediante revistas una de ellas es Revista Hogar y Revista Vistazo.

Figura 26 Anuncio de revista



Elaborado por: Cristhian Rubio

### Vallas

En lo que respecta a vallas publicitarias se consideró como una alternativa de conocimiento para los habitantes del sector sur de la ciudad, pese a esto se considera estratégico ubicar una de ellas en el tramo de la vía 25 de julio frente al río centro sur.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Figura 27 valla**



**Elaborado por:** Cristhian Rubio

## Twitter

En la actualidad el surgimiento de las redes sociales ha iniciado una nueva manera de poder comunicar variedades de productos que satisfacen necesidades, puesto a esto Corviches Elvita Express no podía quedarse atrás. Se dará a conocer mediante Twitter, Facebook, Instagram y una página web. El cual indicara diariamente sus notificaciones impulsando de esta manera al público en general a degustar estas delicias.

**Figura 28 Twitter**



**Elaborado por:** Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”  
**Facebook**

**Figura 29 Facebook**



Elaborado por: Cristhian Rubio

**Instagram**

**Figura 30 Instagram**



Elaborado por: Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Web**

**Figura 31 Web**



**Elaborado por:** Cristhian Rubio

## **5.2. Justificación del Proyecto**

El desarrollo del presente proyecto se justifica debido a que existe la necesidad de expandir el negocio “Los Corviches de Elvita”, considerando que este negocio tiene varios años operando en el mercado y consecuentemente ha logrado obtener reconocimiento por parte de los consumidores del mercado guayaquileño, en la actualidad se ha podido evidenciar un incremento en la demanda del mercado, sin embargo, el negocio solo cuenta con su matriz y dos sucursales, las cuales no abastecen la demanda existente.

A través del sistema de franquicias, el negocio de “Los Corviches de Elvita” podrá cubrir una mayor cuota de mercado realizando una menor inversión a la que se requeriría en caso de que el negocio tuviera que abrir nuevas sucursales. Con el desarrollo del proyecto, se contribuye a dar

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”  
solución al problema con respecto a la capacidad de cubrir la demanda existente.

### **5.3. Objetivos**

#### **5.3.1. Objetivo General**

- Desarrollar un sistema de franquicia para el restaurante “Los Corviches de Elvita Express”.

#### **5.3.2. Objetivos Específicos**

- Determinar las herramientas mercadológicas del sistema de franquicia de “Los Corviches de Elvita Express”.
- Determinar el tipo de franquicia con el cual trabajará el restaurante.
- Diseñar las estrategias publicitarias para dar a conocer el negocio.

### **5.4. Beneficiarios del proyecto**

Como beneficiarios directos se considera al propietario del restaurante “Los Corviches de Elvita”, ya que se al establecer el sistema de franquicia podrá expandir su negocio y cubrir una mayor cuota de mercado guayaquileño. Se beneficiarán también los franquiciados, ya que el negocio posee una marca reconocida en el mercado y existe una gran demanda de los productos que los productos que comercializa.

Los beneficiarios indirectos del proyecto son los consumidores, ya que contarán con más opciones en cuanto a locales a dónde acudir, considerando que actualmente solo existen tres: la matriz en la Ciudadela La Garzota, y dos sucursales en Saucos y la Universidad Católica Santiago de Guayaquil.

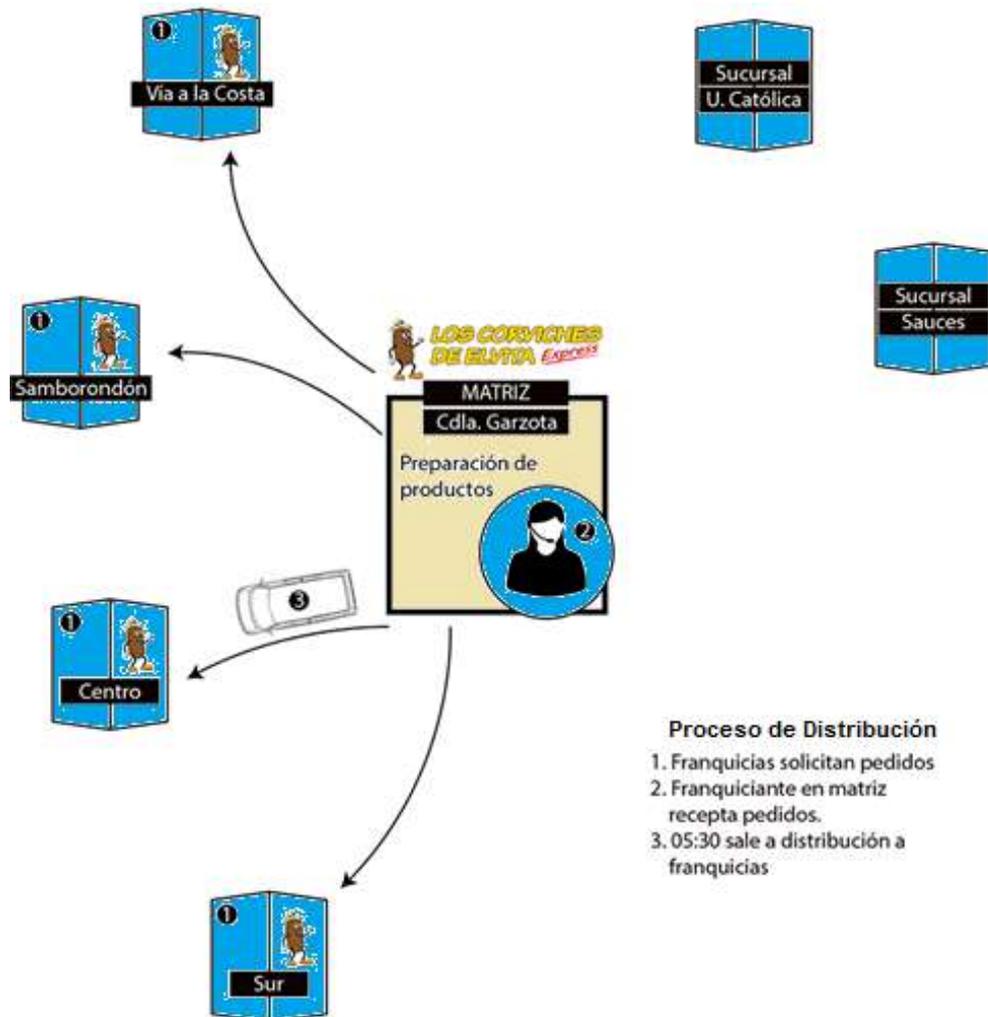
Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

### 5.5. Localización Física

Se determinó iniciar a trabajar con el sistema de franquicias en la Ciudad de Guayaquil, para lo cual se definieron cuatro puntos estratégicos a los cuales se realizará la distribución bajo pedido de los franquiciados de los productos, se consideran los siguientes sectores:

- Vía a la Costa.
- Samborondón.
- Sector Centro.
- Sector Sur.

Figura 32 Localización de las franquicias



Elaborado por: Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

## 5.6. Plan operativo de actividades

Figura 33 Plan operativo de actividades

PLAN OPERATIVO						
Acción	Programación	Meta	Unidad de medida	Fuente verificable	Responsables	Observaciones
Planificación estratégica	MES 1	Establecer objetivos organizacionales	%	Informe	Gerencia	Aplicación de estrategias en base a visión
<b>Detalles de semana</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Evaluación</b>	
Determinación de la visión					Cumplimiento de objetivos	
Perpectivas financieras						
Perpectivas del cliente						
Perpectivas de procesos internos						
Perpectivas de aprendizaje y crecimiento						
Mejoramiento de procesos para el desarrollo del nuevo local	MES 2	Mejorar la productividad y la eficiencia dentro de la franquicia	%	Informe	Empleados	Establecimiento de flujogramas en base a calidad total
<b>Detalles de semana</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Evaluación</b>	
Elaboración de flujogramas de procesos					Personal eficiente y buen servicio al cliente	
Proveedores						
Cobranzas						
Facturación						
Distribución						
Comercialización						
Marketing						
Empleo de estrategias publicitarias	MES 3	Persuadir a la compra y reconocimiento de la franquicia	%	Informe	Prestación de servicios	Desarrollo de estrategias publicitarias y de imagen
<b>Detalles de semana</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>Evaluación</b>	
Se establecen mejoras en las publicidades del almacén					Reconocimiento de franquicia "Los Corviches de Elbita"	
Se establecen mejoras de papelería institucional						
Publicidad						

Elaborado por: Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

## 5.7. Estudio de Factibilidad o viabilidad del Proyecto

**Tabla 15 Inversión en activos fijos**

INVERSIÓN EN ACTIVOS FIJOS						
Cantidad	ACTIVO	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total	Vida Útil	Depreciación Anual %	Depreciación Anual
MUEBLES Y EQUIPOS						
1	CAJA REGISTRADORA	400.00	400.00	3	33%	133.33
3	COMPUTADOR LAPTOP	550.00	1,650.00	3	33%	550.00
2	ESCRITORIO DE OFICINA	150.00	300.00	10	10%	30.00
1	LICENCIA DE FRANQUICIA	5,000.00	5,000.00	5	20%	1,000.00
1	ARCHIVADOR AÉREO	120.00	120.00	10	10%	12.00
3	SILLAS PARA ESCRITORIO MARCA ATU	129.00	387.00	10	10%	38.70
1	TELÉFONO PANASONIC CON CONTESTADOR	100.00	100.00	3	33%	33.33
10	MESAS PIKA EURO	80.00	800.00	10	10%	80.00
40	SILLAS PIKA EURO	30.00	1,200.00	10	10%	120.00
MAQUINARIA DE PRODUCCIÓN						
1	COCINA LWF6550S WHIRPOOL 30"	569.00	569.00	5	20%	113.80
1	CONGELADOR HORIZONTAL	1,200.00	1,200.00	5	20%	240.00
2	Cuisinart CMW-100 1-Cubic-Foot Stainless Steel Microwave Oven	376.00	752.00	5	20%	150.40
1	CONGELADOR HORIZONTAL WHIEPOOL XEH19CDXGW	900.00	900.00	5	20%	180.00
2	LICUADORA OSTER Oster BVCB07-Z 6-Cup Glass Jar 7-Speed Blender, Stainless Steel	112.77	225.54	5	20%	45.11
2	TANQUES DE GAS INDUSTRIAL	90.00	180.00	5	20%	36.00
TOTALES			<b>13,784</b>			<b>2,762.67</b>

**Elaborado por:** Cristhian Rubio

La inversión que se requiere es de \$13784, cuya depreciación anual es de \$2762.67, dentro de los activos fijos, están las maquinarias de producción, así como los muebles y equipos que se van a necesitar.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 16 Inversión en activos fijos**

Meses a empezar (antes de producir o vender)		Inversión en Capital de Trabajo	
1	Valor Mensual Costos Fijos	3,457.33	3,457.33
1	Valor Mensual Costos Variables		0.00
		TOTAL	3,457.33

**Elaborado por:** Cristhian Rubio

En cuanto a la inversión en activos fijos es necesario que se considere el valor mensual de los costos fijos, así como el valor mensual de los costos variables.

**Tabla 17 Inversión inicial**

Total de Inversión Inicial	
Inversión en Activos Fijos	13,783.54
Inversión en Capital de Trabajo	3,457.33
	<b>17,240.87</b>

**Elaborado por:** Cristhian Rubio

Para el franquiciado la inversión inicial sería de \$17240.87, como parte del inicio de sus operaciones.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 18 Detalles del financiamiento**

Financiamiento de la Inversión de:		17,240.87
Recursos Propios	3,448.17	20%
Recursos de Terceros	13,792.70	80%

**Elaborado por:** Cristhian Rubio

Se puede financiar el 80% de recursos de terceros y el 20% aportar con recursos propios.

**Tabla 19 Tabla de amortización**

Pago	Capital	Amortización	Interés	Pago
0	13,792.70	-	-	-
1	13,632.68	160.02	160.91	320.93
2	13,470.80	161.88	159.05	320.93
3	13,307.02	163.77	157.16	320.93
4	13,141.34	165.68	155.25	320.93
5	12,973.73	167.62	153.32	320.93
6	12,804.15	169.57	151.36	320.93
7	12,632.60	171.55	149.38	320.93
8	12,459.05	173.55	147.38	320.93
9	12,283.48	175.58	145.36	320.93
10	12,105.85	177.62	143.31	320.93
11	11,926.15	179.70	141.23	320.93
12	11,744.36	181.79	139.14	320.93
13	11,560.45	183.91	137.02	320.93
14	11,374.39	186.06	134.87	320.93
15	11,186.15	188.23	132.70	320.93
16	10,995.73	190.43	130.51	320.93
17	10,803.08	192.65	128.28	320.93
18	10,608.18	194.90	126.04	320.93
19	10,411.01	197.17	123.76	320.93
20	10,211.54	199.47	121.46	320.93
21	10,009.75	201.80	119.13	320.93
22	9,805.59	204.15	116.78	320.93
23	9,599.06	206.53	114.40	320.93
24	9,390.12	208.94	111.99	320.93
25	9,178.74	211.38	109.55	320.93
26	8,964.89	213.85	107.09	320.93
27	8,748.55	216.34	104.59	320.93
28	8,529.68	218.87	102.07	320.93
29	8,308.26	221.42	99.51	320.93
30	8,084.26	224.00	96.93	320.93
31	7,857.65	226.62	94.32	320.93
32	7,628.39	229.26	91.67	320.93
33	7,396.45	231.93	89.00	320.93
34	7,161.81	234.64	86.29	320.93
35	6,924.44	237.38	83.55	320.93
36	6,684.29	240.15	80.79	320.93
37	6,441.34	242.95	77.98	320.93
38	6,195.56	245.78	75.15	320.93
39	5,946.91	248.65	72.28	320.93
40	5,695.36	251.55	69.38	320.93
41	5,440.87	254.49	66.45	320.93
42	5,183.41	257.46	63.48	320.93
43	4,922.96	260.46	60.47	320.93
44	4,659.46	263.50	57.43	320.93
45	4,392.89	266.57	54.36	320.93
46	4,123.20	269.68	51.25	320.93
47	3,850.38	272.83	48.10	320.93
48	3,574.37	276.01	44.92	320.93
49	3,295.13	279.23	41.70	320.93
50	3,012.65	282.49	38.44	320.93
51	2,726.86	285.78	35.15	320.93
52	2,437.74	289.12	31.81	320.93
53	2,145.25	292.49	28.44	320.93
54	1,849.35	295.90	25.03	320.93
55	1,549.99	299.36	21.58	320.93
56	1,247.14	302.85	18.08	320.93
57	940.76	306.38	14.55	320.93
58	630.80	309.96	10.98	320.93
59	317.23	313.57	7.36	320.93
60	0.00	317.23	3.70	320.93

**Elaborado por:** Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 20 Gastos**

<b>ROLES DE PAGO / Gastos en Sueldos y Salarios</b>									
Cargo	Sueldo / mes	Sueldo / año	Comisiones / año	13ro Sueldo / año	14to Sueldo / año	Vacaciones / año	Fondo de Reserva / año	Aporte Patronal / año	Gasto / año
GERENTE	700.00	8,400.00	0.00	700.00	340.00	350.00	700.00	966.00	11,456.00
COCINERO	500.00	6,000.00	0.00	500.00	340.00	250.00	500.00	690.00	8,280.00
ASISTENTE 1	340.00	6,000.00	0.00	500.00	340.00	250.00	500.00	690.00	8,280.00
ASISTENTE 2	340.00	4,080.00	0.00	340.00	340.00	170.00	340.00	469.20	5,739.20
ASISTENTE 3	340.00	4,080.00	0.00	340.00	340.00	170.00	340.00	469.20	5,739.20
<b>Total</b>	<b>2,220.00</b>	<b>28,560.00</b>	<b>0.00</b>	<b>2,380.00</b>	<b>1,700.00</b>	<b>1,190.00</b>	<b>2,380.00</b>	<b>3,284.40</b>	<b>39,494.40</b>
<b>Gastos en Servicios Básicos</b>									
CONCEPTO	Gasto / mes	Gasto / año							
Arriendos	400.00	4,800.00							
Telefonía fija	25.00	300.00							
Internet WIFI	25.00	300.00							
Electricidad	300.00	3,600.00							
Agua potable	40.00	480.00							
<b>TOTAL</b>	<b>790.00</b>	<b>9,480.00</b>							
<b>Gastos Varios</b>									
Rubro	Gasto / mes	Gasto / año							
Agua Filtrada	14.00	168.00							
Servicio Contables	65.00	780.00							
Varios caja chica	10.00	120.00							
<b>TOTAL</b>	<b>89.00</b>	<b>1,068.00</b>							
<b>Presupuesto Publicitario / Gastos de Ventas</b>									
MEDIO	COSTO/PAUTA	# DE PAUTAS /MES	INVERSIÓN MENSUAL	MESES A INVERTIR	Gasto / año				
VOLANTEO DEL MENÚ	0.30	1,000.00	300.00	6.00	1,800.00				
INVITACIONES A PERSONAJES DEL MEDIO	5.00	10.00	50.00	12.00	600.00				
VOLANTES (FLYERS)	0.03	10,000.00	300.00	1.00	300.00				
PÁGINA WEB	400.00	1.00	400.00	1.00	400.00				
CAMPANA EN REDES SOCIALES	200.00	1.00	200.00	6.00	1,200.00				
<b>TOTAL</b>					<b>4,300.00</b>				

Elaborado por: Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 21 Proyección de ventas en el primer año**

CICLO DE PRODUCTO O ESTACIONALIDAD	6.0%	7.0%	8.0%	8.0%	8.0%	8.0%	9.0%	9.0%	9.0%	9.0%	9.0%	10.0%	100.0%
<b>PROYECCIÓN DE UNIDADES VENDIDAS DEL AÑO 1</b>													
UNIDADES PRODUCIDAS / MESES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	PROYECCIÓN DE UNIDADES VENDIDAS DEL AÑO 1
Tortilla de Verde	864.00	1,008.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,440.00	14,400.00
Bollos	864.00	1,008.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,440.00	14,400.00
Jugos Naturales	1,728.00	2,016.00	2,304.00	2,304.00	2,304.00	2,304.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,880.00	28,800.00
Corviche	864.00	1,008.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,440.00	14,400.00
Café Nestlé	864.00	1,008.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,440.00	14,400.00
<b>VENTAS TOTALES EN UNIDADES</b>	<b>5,184.00</b>	<b>6,048.00</b>	<b>6,912.00</b>	<b>6,912.00</b>	<b>6,912.00</b>	<b>6,912.00</b>	<b>7,776.00</b>	<b>7,776.00</b>	<b>7,776.00</b>	<b>7,776.00</b>	<b>7,776.00</b>	<b>8,640.00</b>	<b>86,400.00</b>
<b>PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 1</b>													
VENTAS EN DÓLARES	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICEMBRE	PRESUPUESTO DE VENTAS DEL AÑO 1
Tortilla de Verde	1,258.76	1,468.55	1,678.34	1,678.34	1,678.34	1,678.34	1,888.14	1,888.14	1,888.14	1,888.14	1,888.14	2,097.93	20,979.31
Bollos	1,065.60	1,243.20	1,420.80	1,420.80	1,420.80	1,420.80	1,598.40	1,598.40	1,598.40	1,598.40	1,598.40	1,776.00	17,760.00
Jugos Naturales	1,728.00	2,016.00	2,304.00	2,304.00	2,304.00	2,304.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,592.00	2,880.00	28,800.00
Corviche	864.00	1,008.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,152.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,296.00	1,440.00	14,400.00
Café Nestlé	734.40	856.80	979.20	979.20	979.20	979.20	1,101.60	1,101.60	1,101.60	1,101.60	1,101.60	1,224.00	12,240.00
<b>VENTAS TOTALES EN DÓLARES</b>	<b>5,650.76</b>	<b>6,592.55</b>	<b>7,534.34</b>	<b>7,534.34</b>	<b>7,534.34</b>	<b>7,534.34</b>	<b>8,476.14</b>	<b>8,476.14</b>	<b>8,476.14</b>	<b>8,476.14</b>	<b>8,476.14</b>	<b>9,417.93</b>	<b>94,179.31</b>

**Elaborado por: Cristhian Rubio**

Para el año 1 se prevé un total de ventas de \$94179.31, lo que representaría 86400 unidades al año, considerado los ciclos de estacionalidad del producto.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 22 Proyección de ventas en los 5 años**

UNIDADES PROYECTADAS A VENDER EN 5 AÑOS					
Incremento en ventas proyectado		3%	3%	3%	3%
	2014	2015	2016	2017	2018
Tortilla de Verde	14,400	14,832	15,277	15,735	16,207
Bollos	14,400	14,832	15,277	15,735	16,207
Jugos Naturales	28,800	29,664	30,554	31,471	32,415
Corviche	14,400	14,832	15,277	15,735	16,207
Café Nestlé	14,400	14,832	15,277	15,735	16,207
<b>VENTAS TOTALES EN UNIDADES</b>	<b>86,400</b>	<b>88,992</b>	<b>91,662</b>	<b>94,412</b>	<b>97,244</b>
PRECIO DE VENTA PROYECTADO EN 5 AÑOS					
Precios / Años	2014	2015	2016	2017	2018
Tortilla de Verde	1.46	1.52	1.58	1.64	1.70
Bollos	1.23	1.28	1.33	1.39	1.44
Jugos Naturales	1.00	1.04	1.08	1.12	1.17
Corviche	0.85	0.88	0.92	0.96	0.99
Café Nestlé	1.12	1.16	1.21	1.26	1.31
VENTAS PROYECTADAS EN 5 AÑOS					
UNIDADES X PRECIOS	2014	2015	2016	2017	2018
Tortilla de Verde	\$ 20,979.31	\$ 22,473.04	\$ 24,073.12	\$ 25,787.12	\$ 27,623.17
Bollos	\$ 17,760.00	\$ 19,024.51	\$ 20,379.06	\$ 21,830.05	\$ 23,384.35
Jugos Naturales	\$ 28,800.00	\$ 30,850.56	\$ 33,047.12	\$ 35,400.07	\$ 37,920.56
Corviche	\$ 12,240.00	\$ 13,111.49	\$ 14,045.03	\$ 15,045.03	\$ 16,116.24
Café Nestlé	\$ 16,128.00	\$ 17,276.31	\$ 18,506.39	\$ 19,824.04	\$ 21,235.51
<b>VENTAS TOTALES</b>	<b>\$ 95,907.31</b>	<b>\$ 102,735.91</b>	<b>\$ 110,050.71</b>	<b>\$ 117,886.32</b>	<b>\$ 126,279.82</b>

**Elaborado por: Cristhian Rubio**

En la tabla anterior se especifica la cantidad de unidades que se venderán por cada uno de los cinco años proyectos, además que está el precio de los determinados productos considerando los diferentes márgenes de contribución que se detallan a continuación:

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 23 Margen de utilidad**

CÁLCULO DE EL PRECIO DE VENTA		
Producto	Costo Unitario Año 1	% de margen de contribución
Tortilla de Verde	0.42	71.0%
Bollos	0.56	55.0%
Jugos Naturales	0.40	60.0%
Corviche	0.51	40.0%
Café Nestlé	0.28	75.0%

**Elaborado por: Cristhian Rubio**

**Tabla 24 TIR Y VAN**

CÁLCULO DE TIR Y VAN							
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		15%	15%	15%	15%	15%	
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%	
Año	0	1	2	3	4	5	5
Ventas	0	95,907	102,736	110,051	117,886	126,280	
Costos Variables	0	36,972	39,665	42,555	45,655	48,981	
Regalías por ventas (2.5%)		2,398	2,398	2,398	2,398	2,398	
Asesoría de mercados (2.5%)		2,398	2,398	2,398	2,398	2,398	
Costos Fijos	0	54,342	55,301	56,283	57,291	58,323	
Flujo de Explotación	0	4,593	7,770	11,212	14,941	18,976	
Repart. Util	0	689	1,165	1,682	2,241	2,846	
Flujo antes de Imp Rta	0	3,904	6,604	9,530	12,700	16,130	
Imppto Rta	0	859	1,453	2,097	2,794	3,549	
Flujo después de Impuestos	0	3,045	5,151	7,434	9,906	12,581	
Inversiones	-17,241						
Flujo del Proyecto Puro	-17,241	3,045	151	2,434	4,906	7,581	Perpetuidad 48,919
TMAR	9.85%						
% TASA PASIVA BCE+ INFLACIÓN 2012							
Valor Actual	-17,241	2,772	125	1,836	3,369	4,740	30,583
VAN	26,184						
TIR	30.30%						

**Elaborado por: Cristhian Rubio**

Para el desarrollo del trabajo, el VAN (Valor actual neto), es mayor a la inversión por lo que existe un viabilidad económica, mientras que la TIR (Tasa interna de retorno) al ser mayor que la TMAR (Tasa mínima aceptable de rendimiento), se demuestra una viabilidad financiera.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 25 Estados financieros**

<b>Balance General</b>						
	Año 0	2014	2015	2016	2017	2018
<b>Activos</b>						
Disponible	3,457.33	4,199.06	8,108.26	14,286.55	22,914.65	33,955.15
Ctas por Cobrar	0	0	0	0	0	0
Inventarios	0	0	0	0	0	0
Activo Corriente	3,457.33	4,199.06	8,108.26	14,286.55	22,914.65	33,955.15
Activos Fijos	13,783.54	13,783.54	13,783.54	13,783.54	13,783.54	13,783.54
Dep Acumulada	0	2,762.67	5,525.35	8,288.02	10,367.37	12,446.71
Activos Fijos Netos	13,783.54	11,020.87	8,258.19	5,495.52	3,416.17	1,336.83
<b>Total de Activos</b>	<b>17,240.87</b>	<b>15,219.93</b>	<b>16,366.45</b>	<b>19,782.07</b>	<b>26,330.82</b>	<b>35,291.98</b>
<b>Pasivos</b>						
Ctas por Pagar	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Impuestos por Pagar	0.00	9.23	1,182.87	2,461.56	4,084.52	5,600.96
Pasivo Corriente	0.00	9.23	1,182.87	2,461.56	4,084.52	5,600.96
Deuda LP	13,792.70	11,744.36	9,390.12	6,684.29	3,574.37	0.00
<b>Total de Pasivos</b>	<b>13,792.70</b>	<b>11,753.59</b>	<b>10,572.99</b>	<b>9,145.84</b>	<b>7,658.88</b>	<b>5,600.96</b>
<b>Patrimonio</b>						
Capital Social	3,448.17	3,448.17	3,448.17	3,448.17	3,448.17	3,448.17
Utilidad del Ejercicio	0	18.16	2,327.13	4,842.76	8,035.71	11,019.09
Utilidades Retenidas	0	0.00	18.16	2,345.29	7,188.05	15,223.76
<b>Total de Patrimonio</b>	<b>3,448.17</b>	<b>3,466.33</b>	<b>5,793.46</b>	<b>10,636.23</b>	<b>18,671.94</b>	<b>29,691.03</b>
<b>Pasivo más Patrimonio</b>	<b>17,240.87</b>	<b>15,219.93</b>	<b>16,366.45</b>	<b>19,782.07</b>	<b>26,330.82</b>	<b>35,291.98</b>
CUADRE	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
<b>Estado de Resultado</b>						
% de Repartición Utilidades a Trabajadores		15%	15%	15%	15%	15%
% de Impuesto a la Renta		22%	22%	22%	22%	22%
		2014	2015	2016	2017	2018
Ventas		95,907.31	102,735.91	110,050.71	117,886.32	126,279.82
Costo de Venta		36,972.00	39,665.34	42,554.88	45,654.91	48,980.78
<b>Utilidad Bruta en Venta</b>		<b>58,935.31</b>	<b>63,070.57</b>	<b>67,495.83</b>	<b>72,231.40</b>	<b>77,299.04</b>
Gastos Sueldos y Salarios		39,494.40	40,481.76	41,493.80	42,531.15	43,594.43
Gastos Generales		14,848.00	14,819.20	14,789.68	14,759.42	14,728.41
Gastos de Depreciación		2,762.67	2,762.67	2,762.67	2,079.34	2,079.34
<b>Utilidad Operativa</b>		<b>1,830.24</b>	<b>5,006.94</b>	<b>8,449.67</b>	<b>12,861.49</b>	<b>16,896.86</b>
Gastos Financieros		1,802.84	1,496.94	1,145.35	741.26	276.82
<b>Utilidad Neta (Utilidad antes de Imptos)</b>		<b>27.39</b>	<b>3,510.00</b>	<b>7,304.32</b>	<b>12,120.23</b>	<b>16,620.05</b>
Repartición Trabajadores		4.11	526.50	1,095.65	1,818.03	2,493.01
Utilidad antes Imptos Renta		23.28	2,983.50	6,208.67	10,302.20	14,127.04
Impto a la Renta		5.12	656.37	1,365.91	2,266.48	3,107.95
<b>Utilidad Disponible</b>		<b>18.16</b>	<b>2,327.13</b>	<b>4,842.76</b>	<b>8,035.71</b>	<b>11,019.09</b>
<b>Flujo de Efectivo</b>						
		2014	2015	2016	2017	2018
Utilidad antes Imptos Renta		27.39	3,510.00	7,304.32	12,120.23	16,620.05
(+) Gastos de Depreciación		2,762.67	2,762.67	2,762.67	2,079.34	2,079.34
(-) Inversiones en Activos		0	0	0	0	0
(-) Amortizaciones de Deuda		2,048.34	2,354.24	2,705.83	3,109.92	3,574.37
(-) Pagos de Impuestos		0.00	9.23	1,182.87	2,461.56	4,084.52
<b>Flujo Anual</b>		<b>741.73</b>	<b>3,909.20</b>	<b>6,178.29</b>	<b>8,628.09</b>	<b>11,040.50</b>
<b>Flujo Acumulado</b>		<b>741.73</b>	<b>4,650.93</b>	<b>10,829.22</b>	<b>19,457.31</b>	<b>30,497.82</b>
<b>Pay Back del flujo</b>		<b>-16,499.15</b>	<b>-12,589.95</b>	<b>-6,411.65</b>	<b>2,216.44</b>	<b>13,256.94</b>

Elaborado por: Cristhian Rubio

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 26 Retorno de la inversión**

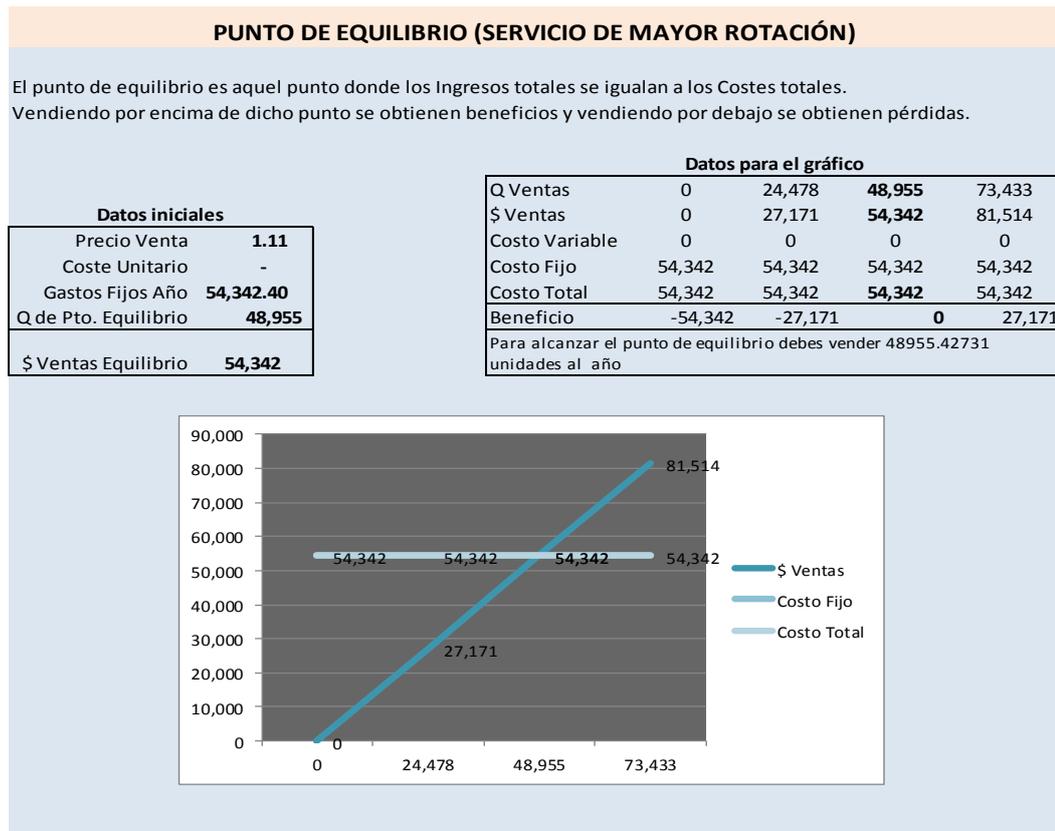
<b>PAYBACK</b>	<b>45</b>	<b>meses</b>				
MESES	0	-17,241				
1	1	62	62	-17,241	(17,179)	
2	2	62	124	-17,241	(17,117)	
3	3	62	185	-17,241	(17,055)	
4	4	62	247	-17,241	(16,994)	
5	5	62	309	-17,241	(16,932)	
6	6	62	371	-17,241	(16,870)	
7	7	62	433	-17,241	(16,808)	
8	8	62	494	-17,241	(16,746)	
9	9	62	556	-17,241	(16,685)	
10	10	62	618	-17,241	(16,623)	
11	11	62	680	-17,241	(16,561)	
12	12	62	742	-17,241	(16,499)	
13	1	326	1,067	-17,241	(16,173)	
14	2	326	1,393	-17,241	(15,848)	
15	3	326	1,719	-17,241	(15,522)	
16	4	326	2,045	-17,241	(15,196)	
17	5	326	2,371	-17,241	(14,870)	
18	6	326	2,696	-17,241	(14,545)	
19	7	326	3,022	-17,241	(14,219)	
20	8	326	3,348	-17,241	(13,893)	
21	9	326	3,674	-17,241	(13,567)	
22	10	326	3,999	-17,241	(13,241)	
23	11	326	4,325	-17,241	(12,916)	
24	12	326	4,651	-17,241	(12,590)	
25	1	515	5,166	-17,241	(12,075)	
26	2	515	5,681	-17,241	(11,560)	
27	3	515	6,196	-17,241	(11,045)	
28	4	515	6,710	-17,241	(10,531)	
29	5	515	7,225	-17,241	(10,016)	
30	6	515	7,740	-17,241	(9,501)	
31	7	515	8,255	-17,241	(8,986)	
32	8	515	8,770	-17,241	(8,471)	
33	9	515	9,285	-17,241	(7,956)	
34	10	515	9,800	-17,241	(7,441)	
35	11	515	10,314	-17,241	(6,927)	
36	12	515	10,829	-17,241	(6,412)	
37	1	719	11,548	-17,241	(5,693)	
38	2	719	12,267	-17,241	(4,974)	
39	3	719	12,986	-17,241	(4,255)	
40	4	719	13,705	-17,241	(3,536)	
41	5	719	14,424	-17,241	(2,817)	
42	6	719	15,143	-17,241	(2,098)	
43	7	719	15,862	-17,241	(1,379)	
44	8	719	16,581	-17,241	(660)	
45	9	719	17,300	-17,241	<b>59.42</b>	

**Elaborado por: Cristhian Rubio**

El retorno de la inversión se realizará en el mes 45 después de haber dado inicio las actividades de la franquicia.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**Tabla 27 Punto de equilibrio**



**Elaborado por: Cristhian Rubio**

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

## **5.8. Seguimiento y evaluación**

Considerando que se trata de un sistema de franquicias el seguimiento deberá ser permanente, el franquiciador deberá gestionar que las actividades desarrolladas por los franquiciados sean las estipuladas en el contrato de franquicia. El franquiciador deberá acudir a cada una de las franquicias por lo menos una vez al mes, para evaluar que no se hayan realizado cambios en la imagen de la franquicia. Con respecto al servicio, será necesario que se realice un estudio de mercado una vez transcurrido el primer año de funcionamiento de las franquicias para determinar la satisfacción de los clientes.

## **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

### **Conclusiones**

- Se pudo desarrollar un estudio de mercado para el diagnóstico de la propuesta de desarrollo de franquicia para el negocio “Los corviches de Elvita express” de la ciudad de Guayaquil.
- Se tomaron las decisiones de la propuesta, debido a la interpretación de los resultados del estudio.
- Dentro de la prouesta se especificaron las condiciones del negocio así como las variables que requieren ser consideradas para su desarrollo basado en franquicia para “Los corviches de Elvita express”, en la ciudad de Guayaquil.
- Con el estudio financiero, se determinó la existencia de la viabilidad económica y financiera del trabajo.

### **Recomendaciones**

- Es necesario que se investiguen otros mercados en los que las franquicias de “Los Corviches de Elvita”, puedan estar y captar más clientes.
- El desarrollo publicitario siempre debe de prevalecer para la difusión de la naturaleza del negocio.
- Brindar constantes capacitaciones para los franquiciados con la finalidad de lograr una estandarización en los procesos a desarrollar.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

## BIBLIOGRAFÍA

Aguilera, P., & Morante, M. (2011). *Aplicaciones informáticas*. México, D.F.: Editex.

Alba, M. (2010). *Franquicias: Una Perspectiva Mundial*. México D.F.: FCA.

Asociación Ecuatoriana de Franquicias. (2010). *Microfranquicias*. Quito: Asociación Ecuatoriana de Franquicias.

Banco Central del Ecuador. (2013). *Resumen de la Inflacion en Ecuador*. Quito : Banco Central del Ecuador.

Bernal, B. (2009). *Negocio o franquicia: El camino para ser independiente*. México, D.F.: PPB Consultores.

Cabrera, F. (04 de Abril de 2012). *Franquicia directa*. Obtenido de Glosario de términos sobre franquicias: <http://www.franquiciadirecta.com/informacion/glosariodeterminossobrefranquicias/terminossobrefranquiciasdelaaalad/180/809/>

Crece Negocios. (05 de 03 de 2010). *CN Crece Negocios.com*. Recuperado el 15 de 08 de 2013, de <http://www.crecenegocios.com/definicion-de-franquicia/>

Del Castillo, Á. (2008). *18 Axiomas Fundamentales de la Investigación de Mercados*. La Coruña: Netbiblo.

Diario El Universo. (18 de 04 de 2013). Guayaquil. *Soledad sigue el legado*, pág. 54.

Federación Iberoamericana de Franquicias. (2013). *Franquicias en América* . Buenos Aires: Federación Iberoamericana de Franquicias.

Feher, F., & Gallastegui, J. M. (04 de Junio de 2008). *Entrepreneur*. Obtenido de Glosario de términos de franquicias: <http://www.soyentrepreneur.com/glosario-de-terminos.html>

Ferré, J., & Ferré, J. (2010). *Nuevos producto*. Madrid: Díaz de Santos.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

García, B., & Songel, G. (2009). *Factores de innovación para el diseño de nuevos productos en el sector juguetero*. Valencia : Universidad Politécnica de Valencia.

Google Maps. (30 de 06 de 2014). *Google Maps*. Obtenido de <https://www.google.com.ec/maps/dir//Mz+172,+Guayaquil/@-2.1316305,-79.9275426,17z/data=!4m13!1m4!3m3!1s0x902d729875dd82c9:0x7b0bc6859a0028ca!2sMz+172!3b1!4m7!1m0!1m5!1m1!1s0x902d729875dd82c9:0x7b0bc6859a0028ca!2m2!1d-79.9288287!2d-2.131483?hl=es>

Hernández, b. (2011). *Técnicas estadísticas de investigación social*. Madrid: Ediciones Díaz de Santos.

Instituto Nacional de Estadísticas . (24 de 08 de 2012). *Instituto Nacional de Estadísticas* . Obtenido de <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Manu-lateral/Resultados-provinciales/guayas.pdf>

L.T. Latin Trade. (2013). *Franquicias a nivel mundial*. Florida: L.T. Latin Trade.

Mas, F. (2010). *Temas de investigación comercial*. Alicante: Editorial Club Universitario.

Metzger, M. (2009). *Gerencia estratégica de mercadeo*. México, D.F.: Cengage Learning Editores.

Natera, R. (2008). *Fiscalidad de los contratos civiles y mercantiles: fundamentos y formularios*. Bilbao: CISS.

Urquijo, J. (2009). *Teorías de las relaciones sindicato-gerenciales*. Caracas: Universidad Católica Andrés Bello .

Vásquez, A. (2008). *Las nuevas fuerzas del desarrollo* . Madrid: Norma.

## ANEXOS

### Anexo 1.- Modelo de cuestionario

1. ¿En qué sector de la ciudad de Guayaquil vive Ud.?

- Norte
- Centro
- Sur
- Vía a la Costa
- Vía a Samborondón

2. ¿Ud. desayuna fuera de su casa seguido?

- Nunca
- Pasando 1 día
- Dos veces a la semana
- Todos los días

3. ¿Por el sector donde vive hay locales que se dediquen a vender desayunos variados?

- Si
- No

4. En caso de que su respuesta anterior fuera no, ¿le gustaría que por el sector donde vive hubieran locales que vendan desayunos variados?

- Si
- No

5. ¿Con qué frecuencia desayuna fuera de su casa?

- 2 veces al mes
- 4 veces al mes
- 6 veces al mes
- Todos los fines de semana
- Todos los días

6. Al momento de elegir donde desayunar lo hace por:

- La infraestructura del lugar
- Variedad de productos
- Limpieza del establecimiento
- Le inspira confianza
- Por el costo de cada producto

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

**7. Cuando busca que desayunar entre sus opciones hay:**

- Corviches
- Bolones
- Muchines
- Tortilla de verde
- Jugos naturales
- Otros

**8. ¿Ud. ha desayunado en “Los Corviches de Elvita”?**

- Si
- No
- A veces
- Siempre
- No conozco

**9. La sazón de los productos que ofrece “Los Corviches de Elvita” es:**

- Muy Buena
- Buena
- Regular
- Mala
- Pésima

**10. Ud. desayuna en “Los Corviches de Elvita” por:**

- Variedad de producto
- Costo
- Buena atención al cliente
- La sazón
- Es un lugar aseado

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

## **Anexo 2.- Guion de preguntas**

- 1. ¿Cree Ud. conveniente que se desarrolle una franquicia de esta naturaleza en Ecuador?**
- 2. ¿Qué beneficios se obtendría con la creación de la franquicia de “Los Corviches de Elvita” en el país?**
- 3. ¿Cuáles son las desventajas que produce crear una franquicia?**
- 4. ¿Cuál es el monto inicial para obtener el permiso de franquicia de “Los Corviches de Elvita”?**
- 5. ¿El local donde se ubicaría la franquicia debe ser propio o puede ser rentado?**

### **Anexo 3.- Políticas de la empresa**

#### Calidad

La importancia de los servicios de alimentos es por la salud y razones financieras. La contaminación es la presencia de algo dañino en los alimentos tales como las bacterias, un virus, un pedazo de vidrio, de metal o de pelo o cualquier cuerpo extraño.

Las enfermedades transmitidas por los alimentos son causadas por bacterias o infecciones que resultan de muchos factores: carnes infectadas, refrigeración inadecuada, mala higiene de los trabajadores de servicios de alimentos, la preparación de forma inadecuada, alimentos en latas perforadas, o alimentos contaminados.

Deben cocinar los alimentos adecuadamente, deben cocinarse a temperatura lo suficientemente alta, no se deben servir alimentos preparados de un día o más de antelación, no se debe mezclar alimentos crudos con cocinados.

Se deben lavar y desinfectar los instrumentos de cocina antes de su uso, se debe hacer lo mismo luego de su uso y al cambiar a otro alimento. Nunca use el mismo cuchillo, utensilio, o tabla de cortar para preparar diferentes tipos de alimentos.

Alimento Cocción deben cocinarse a una temperatura mínima recomendada para matar bacterias dañinas. No toque ninguna parte de un vaso, plato, o utensilio que también puede tocar la boca de una persona. Mantenga cubiertos por el tallo. Mantenga tazas por el mango, en los platillos o usar una bandeja. Nunca apile tazas. Quite el hielo de una máquina de hielo usando pinzas o una cuchara.

No se debe volver a congelar alimentos que han sido descongelados. Mantenga los productos químicos y detergentes en un armario o en los estantes lejos de alimentos. Publique medidas de emergencia en caso de

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

intoxicación accidental. La limpieza requiere el uso de agua caliente, detergente y enjuague limpia y agua potable. Los cortes, quemaduras y abrasiones deben ser vendadas y se cubren con guantes desechables, por el contrario se dañarían los alimentos.

Las uñas deben estar limpias y recortadas. No está permitido en el trabajo esmalte de uñas o uñas postizas, debido a que los gérmenes atrapados debajo de las uñas pueden llegar a los alimentos que se están preparando. Lavarse las manos en un fregadero de preparación de alimentos no está permitido. Los guantes deben ser cambiados con frecuencia ya que también pueden causar contaminación. Es necesario lavarse las manos después de cualquier acción que pueda causar contaminación. Esto incluye después de ir al baño, fumar, comer, tos y estornudar, tocar el pelo o la cara, o recoger objetos del suelo y coger platos sucios.

Si usa lavavajillas compruebe el tanque contenga agua clara y los pulverizadores para lavado y enjuague. Los empleados deben de tener cuidado de tocar objetos como ropa engrasada o infectados, tampoco pueden gotear sudor en equipos o productos alimenticios, no puede limpiar el sudor con trapos que tienen contacto con alimentos.

Debe de atender a los clientes con buena aptitud y no mascar chicle, los empleados deben de llegar con ropa limpia y mantenerse así mediante el uso de ropa de protección. Gorras, redes y otros sujetadores de cabello deben ser usados para prevenir la contaminación desde el pelo suelto. Joyerías y decoraciones se deben de dejar en casa.

Los utensilios y cubiertos para servir deben ser manejados con cuidado y mucha higiene antes, durante y después de servir la comida.

Comience por la compra de materias primas de calidad, para garantizar una alta calidad de sus productos finales. Calidad no significa el más caro!, aprender a reconocer los signos de los productos de calidad inferior, tales como:

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante “Los Corviches - Elvita Express”

- a. Productos magullado o podrido.
- b. Incorrectamente procesados o mal refrigerados.
- c. Los daños causados por el manejo que requiere su uso inmediato en resultados.

Uno de los peores delitos en la manipulación de alimentos no se ha adherido a las condiciones sanitarias adecuadas en la preparación de alimentos y servir.

Otro problema es la falta de entusiasmo de los empleados debido a que se fatigan, son indiferente o descuidados. El resultado es una disminución en la apariencia general de la tienda y la falta resultante de una buena actitud. Si esto ocurre, tomar medidas correctivas inmediatamente.

La preparación adecuada de los alimentos para cocinar es extremadamente importante, asegurar la receta es reproducible. Formación de la ayuda de la cocina debe centrarse en la importancia de preparar verduras cortadas de tamaño estándar, y todos los demás procedimientos preparatorios.

La rotación es parte del control de calidad necesaria antes de la preparación de la comida. Es extremadamente importante para la eliminación de problemas de deterioro y los ingredientes de calidad inferior en la preparación de su receta.

Procedimientos de cocción deben ser observados cuidadosamente, sobre todo porque los cocineros individuales tienden a hacer las cosas un poco diferentes.

Toda la comida se debe probar antes de permitir que se sirva si no cumple con los parámetros de calidad es necesario que se vuelva a cocinar para corregir el error.

Todas las franquicias deben de tener cuidado con estos aspectos ya que si no cumplen con esto, la marca va a tener una mala imagen.

### Servicio al cliente

Los franquiciados de “Los Corviches de Elvita” y el personal deben prestar un servicio al cliente eficiente, eficaz, excelente y equitativo. Un enfoque en el principio orientado al cliente desempeña sólo un papel tan importante para las pequeñas unidades de franquicia como lo haría para la matriz y para las sucursales de la misma.

La excelencia en el servicio al cliente se ha desarrollado de una forma que debe ser aplicada por todas las unidades franquiciadas, el servicio al cliente se considerará como una herramienta práctica para fidelizar clientes y lograr una mayor satisfacción por parte de los mismos.

El fundamento de esta herramienta es el Servicio al Cliente Estándar de excelencia, que es una mezcla de la investigación, gestión y modelos operativos y, lo más importante, la experiencia práctica de la prestación de servicios. La norma tiene un enfoque particular en la entrega, puntualidad, la información, la profesionalidad y la actitud del personal. También hay énfasis puesto en el desarrollo de conocimiento del cliente, la comprensión de la experiencia del usuario y la medición de la satisfacción del servicio proporcionado por los responsables de la franquicia.

Entender a los clientes de esta manera es esencial para los franquiciados, lo que les permite elevar sus estándares y niveles de servicio y seguir construyendo sobre este éxito. Identificar eficazmente a los clientes, consultando en una manera significativa y medir eficazmente los resultados de su servicio es una parte vital de este enfoque. No es sólo de ser capaz de recoger la información, se trata de tener la capacidad de utilizar esa información, y el desarrollo de una cultura dentro de la unidad franquiciada que valora este tipo de comprensión y constantemente se preocupa por mejorar.

### **Atención personal**

- Tan pronto como un cliente entra en el negocio, el personal deberá sonreír, establecer contacto visual y le preguntar en qué le puede ayudar.
- Es importante tratar de establecer mayor confianza con el cliente, presentándose y utilizar un buen trato con él o ella.
- El personal contará con una identificación acreditada que se encuentre visible. Si un cliente solicita ver los detalles de la tarjeta de identificación, el funcionario deberá mostrarle su identificación.
- Escuchar atentamente al cliente, al momento de que éste realice su pedido, realizar preguntas o requisitos si es necesario y responder de manera oportuna y eficiente las inquietudes de los clientes.

Una vez que el personal ha establecido contacto con un cliente, tomar la responsabilidad de la acción tomada. Si se refiere a una tercera persona, un seguimiento para asegurarse de la satisfacción ha sido alcanzado, o si su promesa de prestación de servicios no se puede cumplir, contacte a su cliente para pedir disculpas y explicar.

### **Atención telefónica**

Conteste cualquier llamada telefónica y tome el pedido o inquietudes del cliente, es importante tomar nota de la hora de la llamada, el nombre de la persona que llama, el propósito de la llamada, la dirección y un número de teléfono de contacto para el destinatario.

Sugerencias en atención telefónica:

- Escuche con atención para identificar las necesidades del cliente.
- Antes de transferir una llamada a otra persona, anunciar el cliente y la naturaleza de su petición.
- Pida permiso antes de poner a un cliente en espera (de ser necesario), y esperar una respuesta por parte del cliente.

Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Propuesta: Modelo de negocio basado en el sistema de franquicias para restaurante "Los Corviches - Elvita Express"

- Volver a atender al cliente "en espera" lo más rápido posible para asesorar al cliente en el estado de la llamada. Agradezca al cliente por esperar.
- Antes de cerrar la conversación, pregunte si hay algo más en que puede ayudar al cliente, a continuación, utilizar un cierre positivo, como "Gracias" o "Gracias por el llamando" y despedirse de forma cordial.
- Cada uno del personal de los negocios franquiciados son responsables de gestionar la cobertura telefónica en sus áreas de 9:00 am - 5:00 pm.
- La función del altavoz por lo general no es adecuada para un entorno de negocio, sin embargo si hay una necesidad de una conversación a tres bandas por favor asegúrese de que la persona en el otro extremo es consciente de que van a ser colocados en el altavoz del teléfono.

### **Compromiso con el cliente**

En todo contacto con los clientes el personal debe escuchar con atención, ser respetuoso, justo, cortés y consciente de que representa al negocio "Los Corviches de Elvita".

- Escuchar cuidadosamente y hacer todo lo posible por comprender los clientes y dirección sus necesidades haciendo preguntas y confirmando detalles.
- Respetar la confidencialidad de la información de los clientes y ser discreto cuando sea posible.

### **Manejo de quejas**

Se debe hacer todo lo posible para resolver una queja y responder al cliente en un plazo tres (3) días hábiles, aunque la resolución anterior es preferible.

Un cliente puede presentar una queja por escrito o verbalmente. Si la queja requiere una revisión interna o está en contra de un miembro del personal, la queja debe ser presentada por escrito, y una pista de auditoría documentada en su caso.