



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA FINANZAS

**“PROYECTO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA
FRANQUICIA DE SWEET & COFFE EN LA CIUDAD DE
RIOBAMBA EN EL PERIODO 2019-2020”**

Trabajo de titulación

Tipo Proyecto de Investigación

Presentado para optar por el grado académico de

INGENIERA EN FINANZAS

AUTOR: DAYANA ABIGAIL CAJAMARCA SOTO

DIRECTOR: Ing. GEOVANNY ALARCÓN Mg.

Riobamba – Ecuador

2021

©2021, Dayana Abigail Cajamarca Soto

Se autoriza la reproducción total o parcial con fines académicos por cualquier medio o procedimiento incluyendo la cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho de Autor

Yo Dayana Abigaíl Cajamarca Soto, declaro que el presente trabajo de titulación es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autor asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este trabajo de titulación, el patrimonio intelectual pertenece a la escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba 26 de octubre 2021



Dayana Abigaíl Cajamarca Soto

CC: 060547144-0

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO

FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

CARRERA FINANZAS

El Tribunal del Trabajo de Titulación certifica que: El trabajo de titulación; tipo Proyecto de Investigación, **PROYECTO PARA EL ESTABLECIMIENTO DE UNA FRANQUICIA DE SWEET & COFFE EN LA CIUDAD DE RIOBAMBA EN EL PERIODO 2019-2020**, realizado por la señorita: **DAYANA ABIGAÍL CAJAMARCA SOTO**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Titulación, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. William Cevallos PRESIDENTE DEL TRIBUNAL	 <p>WILLIAM PATRICIO CEVALLOS SILVA</p> <p>Firmado digitalmente por WILLIAM PATRICIO CEVALLOS SILVA Fecha: 2022.03.08 08:52:26 -05'00'</p>	21-10-26
Ing. Geovanny Alarcón Mgs. DIRECTOR DE TRABAJO DE TITULACIÓN	 <p>GIOVANNY JAVIER ALARCON PARRA</p> <p>Firmado digitalmente por GIOVANNY JAVIER ALARCON PARRA DN: C=EC, L=RIOBAMBA, SERIALNUMBER=06031896 55, CN=GIOVANNY JAVIER ALARCON PARRA Razón: Soy el autor de este documento Ubicación:</p>	21-10-26
Ing. Gino Merino Mgs MIEMBRO DEL TRIBUNAL	 <p>GINO GEOVANN Y MERINO NARANJO</p> <p>Firmado digitalmente por GINO GEOVANNY MERINO NARANJO Fecha: 2022.03.09 16:24:06 -05'00'</p>	21-10-26

DEDICATORIA

A mi madre por ser ese pilar fundamental en mí, por enseñarme el mundo real, a defender mis ideales, por su apoyo y amor incondicional, por formarme como persona con cada consejo en el momento exacto de necesidad. A mis hermanas Ximena, Patricia y en especial a Paola por su ayuda, por su confianza por ser mi fortaleza.

Dayana

AGRADECIMIENTO

Agradezco a mi madre por haberme guiado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad, por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobre todo felicidad. A mis hermanos, por apoyarme en todo momento, por los valores que me ha inculcado, y por haberme dado junto a mi madre, la oportunidad de tener una excelente educación. Les agradezco la confianza, apoyo y dedicación de tiempo a mis profesores. A Isamar por todos los momentos compartidos y experiencias vividas en esta etapa de mi vida.

Dayana

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS	10
ÍNDICE DE GRAFICOS	12
ÍNDICE DE FIGURAS	13
ÍNDICE DE ANEXOS.....	14
RESUMEN.....	15
SUMMARY / ABSTRACT	16
INTRODUCCIÓN.....	17
 CAPITULO I	
1. MARCO TEÓRICO REFERENCIAL.....	18
1.1 Antecedentes de Investigación	18
1.2 Marco Teórico	19
1.2.1 Proyecto	19
1.2.1.1 Importancia de los Proyectos	19
1.2.1.2 Justificación de los Proyectos	20
1.2.2 Tipos de proyectos.....	21
1.2.3 Nivel o ciclo de los proyectos	22
1.2.4 Partes de un Proyecto.....	24
1.2.4.1 Estudio de Mercado	24
1.2.4.2 Estudio Técnico	26
1.2.4.3 Estudio Organizacional.....	27
1.2.4.5 Evaluación del Proyecto	30
1.2.5 Franquicia	32
1.2.5.1 Historia de las Franquicias.....	33
1.2.5.2 Ventajas y desventajas de las Franquicias	33

1.2.5.3	Etapas de la Franquicia	34
1.2.5.4	Tipos de franquicias	35
1.2.6	Franquiciador	36
1.2.7	Franquiciado	36
1.2.8	Aspectos Económicos del sistema de Franquicia	36
1.2.9	Las franquicias en el Ecuador	37

CAPITULO II

2.	MARCO METODOLÓGICO.....	38
2.1	Enfoque de Investigación.....	38
2.2	Nivel de Investigación	38
2.3	Diseño de Investigación.....	38
2.3.1.	Según la manipulación de la variable Independiente.....	39
2.3.2	Según las intervenciones en el trabajo de campo	39
2.4	Tipo de estudio	39
2.5	Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra.....	40
2.6	Métodos, técnicas e instrumentos de Investigación.....	41
2.6.1	Método.....	41
2.6.2	Técnicas	41
2.6.3	Instrumento	41
2.7	Idea a defender	41
2.7.1	Variable Independiente	42
2.7.2	Variable dependiente	42

CAPITULO III

3.	MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS.....	43
3.1	Resultados	44
3.2	Discusión de Resultados	72
3.3	Propuesta	74

3.3.1	Estudio de Mercado	74
3.3.1.1	El Producto.....	74
3.3.1.2	Análisis de la Oferta	80
3.3.1.3	Análisis de la Demanda	81
3.3.1.4	Análisis de la Demanda Insatisfecha	82
3.3.1.5	Análisis de los precios	83
3.3.1.6	Análisis de la Comercialización.....	83
3.3.2	Estudio Técnico.....	84
3.3.2.1	Tamaño del Proyecto	84
3.3.2.2	Localización del proyecto	84
3.3.2.3	Ingeniería del Proyecto.....	87
3.3.3	Estudio Administrativo Legal	98
3.3.3.1	Organigrama Estructural.....	98
3.3.3.2	Manual de funciones.....	98
3.3.3.3	Estudio Legal	102
3.3.4	Estudio Económico Financiero	104
3.3.4.1	Inversiones del Proyecto.....	104
3.3.4.2	Ingresos del Proyecto.....	105
3.3.4.3	Costos del Proyecto	107
3.3.4.4	Estado de Resultados	114
3.3.4.5	Balance General	115
3.3.4.6	Flujo de Caja	116
3.3.5	Evaluaciones del Proyecto	117
3.3.5.1	Valor Actual Neto (VAN).....	117
3.3.5.2	Tasa Interna de Retorno (TIR)	117
3.3.5.3.	Relación Beneficio / Costo (R B/C)	118
3.3.5.4	Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)	118
3.3.5.5	Resumen de las Evaluaciones del Proyecto (Suerte de Inversión)	118
3.3.5.6	Evaluación Social	119

CONCLUSIONES	120
RECOMENDACIONES	121
BIBLIOGRAFIA	
ANEXOS	

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-3: Género	44
Tabla 2-3: Estado Civil.....	45
Tabla 3-3: Edad de los encuestados.....	46
Tabla 4-3: Ocupación de los encuestados	47
Tabla 5-3: Frecuenta una cafetería	48
Tabla 6-3: Le gustaría que la cafetería Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba	49
Tabla 7-3: Frecuencia de visita a una cafetería	50
Tabla 8-3: Frecuencia de visita a una cafetería	51
Tabla 9-3: Rango de consumo en una cafetería.....	52
Tabla 10-3: Calificación Factor Precio que influye en visita a una cafetería.....	53
Tabla 11-3: Calificación Factor Ambiente que influye en visita a una cafetería.....	54
Tabla 12-3: Calificación Factor Variedad de Productos que influye en visita a una cafetería	55
Tabla 13-3: Calificación Factor Rapidez que influye en visita a una cafetería	56
Tabla 14-3: Calificación Factor Servicio que influye en visita a una cafetería	57
Tabla 15-3: Calificación Factor Temática del local que influye en visita a una cafetería.....	58
Tabla 16-3: Con que persona visita una cafetería	60
Tabla 17-3: Ubicación sugerida de la cafetería	61
Tabla 18-3: Preferencia de la competencia de la cafetería.....	62
Tabla 19-3: Califique el tipo de las bebidas de café (calientes) en una cafetería.....	63
Tabla 20-3: Califique el tipo de las Milkshakes y bebidas Sweet cocoa (frías) en una cafetería	64
Tabla 21-3: Califique el tipo de Té, Blends e infusiones en una cafetería	65
Tabla 22-3: Califique el tipo de porciones de postres en una cafetería.....	66
Tabla 23-3: Califique el tipo de Dulces enteros (tortas, cakes, etc.) en una cafetería.....	68
Tabla 24-3: Califique el tipo de Productos de Sal (Pociones, bites, sánduches) en una cafetería	69
Tabla 25-3: Califique el tipo de Productos de Jugos y bebidas embotelladas en una cafetería	70
Tabla 26-3: Sweet and Coffe mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba	71
Tabla 27-3: Oferta proyectada	80
Tabla 28-3: Cálculo de la Demanda Anual.....	82
Tabla 29-3: Demanda Proyectada.....	82
Tabla 30-3: Demanda Insatisfecha Proyectada.....	83

Tabla 31-3: Tamaño del Proyecto	84
Tabla 32-3: Determinación de la Micro localización.....	86
Tabla 33-3: Manual de funciones Administrador	99
Tabla 34-3: Manual de funciones Cajero	100
Tabla 35-3: Manual de funciones Cocinero.....	101
Tabla 36-3: Manual de funciones Cocinero.....	102
Tabla 37-3: Valores contrato Franquicia.....	103
Tabla 38-3: Inversión Inicial	104
Tabla 39-3: Promedio de ventas diarias	105
Tabla 40-3: Ingresos Proyectados	107
Tabla 41-3: Mano de Obra Directa MOD	107
Tabla 42-3: Mano de Obra Indirecta MOI	107
Tabla 43-3: Costos Indirectos de Fabricación CIF	108
Tabla 44-3: Gastos Administrativos y de Ventas.....	109
Tabla 45-3: Activos Fijos	109
Tabla 46-3: Activos Diferidos	110
Tabla 47-3: Derechos de Franquicia	111
Tabla 48-3: Depreciación Activos Fijos.....	111
Tabla 49-3: Amortización Activos Diferidos	112
Tabla 50-3: Amortización Activos Diferidos	112
Tabla 51-3: Estado de Resultados Proyectado.....	114
Tabla 52-3: Balance General Proyectado	115
Tabla 53-3: Flujo de caja	116
Tabla 54-3: Calculo del Valor Actual Neto.....	117
Tabla 55-3: Calculo de la Relación Beneficio Costo	118
Tabla 56-3: Cuadro resumen de los valores del proyecto.....	119

ÍNDICE DE GRAFICOS

Gráfico 1-3.	Género	44
Gráfico 2-3.	Estado Civil.....	45
Gráfico 3-3.	Edad de los encuestados.....	46
Gráfico 4-3.	Ocupación de los encuestados	47
Gráfico 5-3.	Frecuenta una cafetería	48
Gráfico 6-3.	Le gustaría que la franquicia Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba	49
Gráfico 7-3.	Frecuencia de visita a una cafetería	50
Gráfico 8-3.	Frecuencia de visita a una cafetería	51
Gráfico 9-3.	Rango de consumo en una cafetería.....	52
Gráfico 10-3.	Calificación Factor precio que influye en visita a una cafetería	53
Gráfico 11-3.	Calificación Factor Ambiente que influye en visita a una cafetería.....	54
Gráfico 12-3.	Calificación Factor Variedad de Productos que influye en visita a una cafetería.	55
Gráfico 13-3.	Calificación Factor Rapidez que influye en visita a una cafetería	57
Gráfico 14-3.	Calificación Factor Servicio que influye en visita a una cafetería	58
Gráfico 15-3.	Calificación Factor Temática del local que influye en visita a una cafetería	59
Gráfico 16-3.	Con que persona visita una cafetería.....	60
Gráfico 17-3.	Ubicación sugerida de la cafetería	61
Gráfico 18-3.	Preferencia de la competencia de la cafetería.....	62
Gráfico 19-3.	Califique el tipo de bebidas de café (calientes) en una cafetería.....	63
Gráfico 20-3.	Califique el tipo de Milkshakes y bebidas Sweet cocoa (frías) en una cafetería	64
Gráfico 21-3.	Califique el tipo de Té, Blends e infusiones en una cafetería	66
Gráfico 22-3.	Califique el tipo de porciones de postres en una cafetería.....	67
Gráfico 23-3.	Califique el tipo de Dulces enteros (tortas, cakes, etc.) en una cafetería	68
Gráfico 24-3.	Califique el tipo de Productos de Sal (Pociones, bites, sánduches) en una cafetería	69
Gráfico 25-3.	Califique el tipo de Productos de Jugos y bebidas embotelladas en una cafetería	70
Gráfico 26-3.	Sweet and Coffe mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba ...	71

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-3.	Dulces Clásicos, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)	75
Figura 2-3.	Dulces Chocolate, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020).....	75
Figura 3-3.	Dulces Frutales, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)	76
Figura 4-3.	Bites de dulce, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)	76
Figura 5-3.	Postre de sal Clásicos, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020).....	77
Figura 6-3.	Sanduches, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)	77
Figura 7-3.	Bites de Sal, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020).....	78
Figura 8-3.	Bebidas con café, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020).....	78
Figura 9-3.	Milshakes y bebidas Sweet Cocoa, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020).....	79
Figura 10-3.	Bebidas de té e infusiones, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)	79
Figura 11-3.	Jugos y bebidas embotelladas, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020).....	80
Figura 12-3.	Canal de distribución,.....	83
Figura 13-3.	Macro localización Mapa de la Ciudad de Riobamba	85
Figura 14-3.	Micro localización Mapa de la Ciudad de Riobamba.....	86
Figura 15-3.	Flujo grama de procesos Servicio al Cliente.....	88
Figura 16-3.	Flujo grama de procesos Preparación de bebidas calientes	90
Figura 17-3.	Flujo grama de procesos Preparación de bebidas Frías.....	92
Figura 18-3.	Flujo grama de procesos Preparación de Sánduches	94
Figura 19-3.	Flujo grama de procesos Preparación de Sánduches	96
Figura 20-3.	Distribución en planta de la cafetería Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba	97
Figura 21-3.	Organigrama estructural de la cafetería Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba	98

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A. LISTA DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE LA FRANQUICIA SWEET & COFFE

ANEXO B. FORMATO DE ENCUESTA

ANEXO C. SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN EL FLUJOGRAMA DE PROCESOS

RESUMEN

La presente investigación obtuvo un enfoque cuantitativo, ya que por medio de este método nos ayudo a tener una mejor estructuración en cuanto a la recopilación y análisis de datos de diferentes fuentes, para el establecimiento de una franquicia de Sweet & Coffe y por ende su demanda en el mercado. La Investigación fue descriptiva una vez dado con el problema y con ideas de cómo se abordó, describimos la situación y determinamos lo más relevante del problema. El analisis principal fue de los resultados de las preguntas más importantes de las encuestas que se realizo en la ciudad de Riobamba, en este acápite se logro determinar la idea a defender en la cual es El Proyecto para el establecimiento de una Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba mejorará la situación económica de la zona de afluencia, la misma se demostró que si es factible el proyecto. Al establecer la factibilidad técnica y financiera se observó que el proyecto de puesta en marcha de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba si es factible tanto en la parte técnica como en la parte financiera obteniendo un sin numeros de beneficios tanto para la poblacion como para la propia empresa.

Palabras clave: <INVESTIGACION>, <FRANQUICIA>, <MERCADO>, <AFLUENCIA>, <FACTIBLE>



Firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS**



16-02-2022

0296-DBRA-UTP-2022

SUMMARY/ ABSTRACT

The present study obtained a quantitative approach, as this method helped us to have a better structure in terms of the collection and analysis of information from different sources in order to create a Sweet & Coffee franchise along with its demand within the market. It was a descriptive study as once the problem and ideas were analyzed, we described the situation and determined the most relevant aspects of the problem. The main analysis was based on the results of the most important questions carried out in Riobamba city. In this section, it was possible to determine the idea to defend which refers to the project to create a Sweet & Coffee Franchise in Riobamba city, as it will improve the economic situation of the affluence area which shown the feasibility of the project. After establishing the technical and financial feasibility, it was observed the possibility to start with the Sweet & Coffee franchise in Riobamba city, as for its technical and financial aspects, obtaining a number of benefits for both the population and the company.

Keywords: <RESEARCH>, <FRANCHISE>, <MARKET>, <INFLOW>, <FEASIBILITY>

LUIS
FERNANDO
BARRIGA FRAY

Firmado digitalmente
por LUIS FERNANDO
BARRIGA FRAY
Fecha: 2022.02.22
15:39:17 -05'00'

INTRODUCCIÓN

De acuerdo con él (INEC, 2020) en el país la tasa de desempleo paso del 3,8% en diciembre del 2019 a 13,3% de la Población Económicamente Activa PEA entre mayo y junio del 2020, es decir existió un crecimiento del 9,5%. El principal motivo para este incremento en la tasa de desempleo son los efectos de la pandemia del COVID. La Ciudad de Riobamba en los últimos años ha existido muy poca inversión nacional y extranjera, al realizar este tipo de investigaciones se está fomentando a que los inversionistas tengan un instrumento para la toma de decisiones el ámbito local.

La Investigación del Proyecto para el establecimiento de una Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba en el periodo 2019- 2020 su justificación teórica se basará en los tratados y definiciones por los diferentes autores respecto al tema de las franquicias y su forma de ingresar en el mercado se realizara un análisis pormenorizado para determinar la importancia del estudio de las franquicias sus características, las formas de organizarse y administrarse, sus ventajas y desventajas en lo referente a las franquicias. La presente investigación se fundamenta metodológicamente ya que tendrá un enfoque mixto es decir será de enfoque cuantitativo a través de las encuestas se determinará la aceptación de los potenciales clientes y cualitativo ya que se analizará las cualidades de los clientes. Será de nivel descriptivo ya que se va a describir los pasos para su funcionamiento y se utilizará el método inductivo que va de lo particular a lo general para lo cual y se utilizará las técnicas de la encuesta.

En este trabajo el tema de las franquicias como medio de emprendimiento y la inversión en los negocios, analiza las características de funcionamiento los requisitos. El estudio de mercado es fundamental y va de la mano con el modelo de negocios de las franquicias, tambien se analiza al modelo de negocios de las franquicias en sus diferentes ámbitos mediante el estudio de un plan de negocios donde parten del análisis de la organización el plan organizativo, plan de comercialización plan de producción y plan financiero con sus diferentes evaluaciones.

CAPÍTULO I: MARCO TEÓRICO REFERENCIAL

1.1 Antecedentes de Investigación

Para realizar los antecedentes de la investigación se analizó los trabajos de investigación cuyo tema verse específicamente en el tema de franquicia.

En el trabajo de Investigación de (Martinez & Álvarez, 2015) cuyo tema es “La franquicia como plan de negocios alternativa para el emprendimiento en el Ecuador”

En este trabajo las autoras abordan al tema de las franquicias como medio de emprendimiento y la inversión en los negocios, analiza las características de funcionamiento los requisitos. El estudio de mercado es fundamental y va de la mano con el modelo de negocios de las franquicias.

Las autoras analizan al modelo de negocios de las franquicias en sus diferentes ámbitos mediante el estudio de un plan de negocios donde parten del análisis de la organización el plan organizativo, plan de comercialización plan de producción y plan financiero con sus diferentes evaluaciones.

En el trabajo de investigación de (Villacreses, 2014) cuyo tema es “la implementación de una franquicia como negocio propio en el Ecuador”. En este trabajo se analiza los factores para la implementación de las franquicias en el Ecuador estos son los que determinan el éxito o fracaso en el mercado.

Estos factores de análisis es la demanda y la oferta donde se desenvuelve el negocio de la franquicia sin conocer estos elementos puede llevar al fracaso del franquiciado no solo basta el análisis del éxito de la franquicia sino de otros factores como ubicación, local etc.

De la misma forma en el trabajo de (Cevallos & Ochoa, 2010) cuyo tema de su trabajo fue “Desarrollo e implementación de franquicias en el área de alimentos y restaurantes en el Ecuador.” Según los autores manifiestan que en negocio de franquicia garantiza un 80% de rentabilidad, los cuales para acceder a una franquicia deben cumplir con estándares y métodos establecidos en el contrato de franquicia, las personas que han aceptado cada una de estas normas han tenido éxito en sus franquicias especialmente en las extranjeras.

Las franquicias extranjeras de alimentos por las campañas publicitarias pueden atraer más clientes conforme pasa el tiempo, y dirigirse a una gran cantidad de nichos de mercado que garantizan su crecimiento en poco tiempo.

1.2 Marco Teórico

1.2.1 Proyecto

Un proyecto es una planificación, que consiste en un conjunto de actividades a realizar de manera articulada entre sí, con el fin de producir determinados bienes o servicios capaces de satisfacer necesidades o resolver problemas, dentro de los límites de un presupuesto y de un periodo de tiempo dados. Para que un proyecto esté bien diseñado y formulado se debe explicar cuál es su finalidad, sus objetivos, beneficiarios, productos, actividades, cronograma, presupuesto, etc. (PADID, 2014)

Para (Baca Urbina, 2018) un proyecto “es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema la cual tiende a resolver una necesidad humana.”

“Un proyecto es una iniciativa única con un principio y un fin, llevado a cabo por personas para alcanzar las metas establecidas dentro de los parámetros de costo, plazo y calidad.” (Pinto, 2015).

Según Sapag et al. (2014) un proyecto es la “búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema que tiende a resolver, entre tantos una necesidad humana o deseo.”

Un proyecto es un documento donde se plasma la idea de un negocio en las que están las características mínimas que se necesita para comenzar a producir o arrancar con el negocio, todo proyecto es multidisciplinario ya que intervienen diferentes personas con diferentes especializaciones.

1.2.1.1 Importancia de los Proyectos

La importancia que se ha dado a la formulación de proyectos en todos los países es el desarrollo que se logra localmente como regionalmente.

La importancia de los proyectos radica en el desarrollo de una región o de un país en general para (Cordova, 2017) establece que la importancia de los proyectos de inversión son las siguientes:

Los proyectos de inversión tienen su importancia por la asignación de los recursos en beneficio de una comunidad determinada se tiene en cuenta los siguientes factores:

- Condiciones puramente crediticias
- Operaciones factibles para el inversionista
- Operaciones adecuadas para la economía de un país

En el sector público es importante para:

- Incremento del Producto Interno bruto
- Creación de nuevos empleos
- El desarrollo social y equilibrado de una región
- La diversificación de la actividad económica de una región

En el sector privado la importancia de los proyectos radica en:

- Tasa de Rentabilidad
- La recuperación de la inversión (p. 7-8)

Todo proyecto no solo se debería quedar en proyecto, por eso es importante para el desarrollo social, económico de una región o del país en forma general, los gobiernos tanto central como local deberían impulsar los proyectos de inversión con disminución de tasas e impuestos.

1.2.1.2 Justificación de los Proyectos

Consiste en identificar las razones por las que se tiene que realizar o investigar en la formulación o evaluación de los proyectos, o que beneficios se obtienen al realizar un proyecto para lo cual (Cordova, 2017) manifiesta lo siguiente:

De acuerdo con el tipo de interés que se busca los proyectos son importantes de acuerdo con los intereses que persigue y puede ser los siguientes:

- Intereses personales.
- Intereses institucionales
- Intereses políticos

La formulación y evaluación de los proyectos se justifica por el aporte a la comunidad en la solución de sus problemas y pueden ser:

Aportes Sociales. Todo proyecto debe cumplir con la función social ya que reciben beneficios como la de solución de necesidades básicas insatisfechas, mejoramiento de los ingresos o elevar la calidad de vida entre otras.

Aportes Económicos. La rentabilidad que busca los proyectos está relacionada directamente con los ingresos netos obtenidos por la empresa y la inversión que se haya realizado, estos beneficios están relacionados directamente con los beneficios generados en la región, como la reactivación económica, la generación de empleo o el incremento del Producto interno bruto PIB.

Aportes tecnológicos. La puesta en marcha de un proyecto puede introducir nuevas tecnologías o técnicas de producción novedosas o nuevas en la región.

Aportes Ambientales. Todo proyecto debe considerar el impacto ambiental que tendrá en la región (p. 41-42)

Todo proyecto su justificación radica en el aporte social como la generación de empleo, aporte económico en la generación de riqueza en una zona o región, en lo tecnológico ya que en la zona de influencia puede traer la aplicación de nueva tecnología para la aplicación en el proyecto y este debe aportar un manejo ambiental responsable que no dañe el entorno.

1.2.2 Tipos de proyectos

Para Sapag et al. (2014) existe las siguientes tipologías de proyectos:

Según el objetivo o la finalidad de estudio lo que se espera medir con las evaluaciones del proyecto los mismos se pueden dividir en:

- a) Estudios para medir la rentabilidad del proyecto, se mide el total del proyecto sin importar la procedencia de los recursos.
- b) Estudios para medir la rentabilidad de los recursos propios o rentabilidad del inversionista que fueron invertidos en el proyecto.

- c) Estudios para medir la capacidad del propio proyecto, sirve para enfrentar el pago de las posibles deudas que se generen en el proyecto

Según la finalidad o el Objeto de la inversión, son los proyectos que estudian la posibilidad de invertir en nuevos negocios o los que evalúan cambios o mejoras en las empresas existentes este tipo de proyecto pueden ser:

- a) Creación de un nuevo negocio. Se enfoca a evaluar y a determinar los ingresos y costos asociados a la inversión
- b) Proyecto de mejora o modernización. Se considera los costos más relevantes para la toma de decisiones, estos pueden servir para Internacionalizar, Externalizar, Reemplazo, ampliación o Cierre del Negocio (p. 4-6).

De la misma manera (Meza, 2017) manifiesta que los proyectos de inversión se clasifican en tres tipos y son:

- a) Según la categoría los proyectos pueden ser producciones de bienes o de servicios, los primeros se ocupan de la transformación los segundos satisfacen las necesidades del ser humano.
- b) Según la actividad humana. Dependen al sector productivo que pertenecen pueden ser agrícolas, industriales, comerciales, de servicios, turísticos, etc.
- c) Según su carácter y entidad que los promueve. Se pueden clasificar en proyectos de índole privado o social los primeros se caracterizan cuando hay demandantes de los bienes y los segundos surgen cuando hay que mejorar el bienestar de la comunidad. (p. 16).

Como podemos evidencia el tipo de proyecto surge cuando son nuevas ideas de negocio o empresa o cuando se quiere realizar modificaciones o aumentos en la producción, o surgen de acuerdo con ciertas características que tiene la finalidad por la que fueron o se realizaron los estudios o al sector al cual van a ser aplicados como pueden ser públicos o privados.

1.2.3 Nivel o ciclo de los proyectos

De acuerdo con el autor (Meza, 2017) expone que todo proyecto es como un ser viviente y que tiene el siguiente ciclo:

- a) **Idea** en esta etapa se identifican los problemas a ser resueltos para lo cual se realiza un diagnostico completo al sector que está dirigido el proyecto y a todos sus involucrados.
- b) **Preinversión** en esta etapa se realizan todos los estudios necesarios antes de tomar la decisión de invertir en el negocio, se la conoce también como Formulación y Evaluación de Proyectos y dependiendo del nivel de profundidad de los estudios se denomina Perfil si el estudio no es tan profundo se basa en información secundaria y se determina los posibles costos e ingresos del proyecto, Prefactibilidad o anteproyecto se profundiza en la investigación de la información primaria y secundaria se realiza investigación de campo y factibilidad o proyecto definitivo en esta etapa las investigaciones se realizan a mayor profundidad que el anterior es decir el estudio de mercado, estudio técnico, estudio financiero y económico y las evaluaciones se los realiza a profundidad.
- c) **Inversión** en esta etapa se materializa el proyecto y comienza con la decisión de la producción de los bienes o servicios y termina cuando se comienza con la producción, las inversiones se realizan en un periodo de tiempo determinado y su inicio es cuando se decide en ejecutar el proyecto el mismo que entra en operación se ejecuta el estudio técnico con la compra de todos los activos fijos.
- d) **Operación.** Comienza con la producción de bienes o servicios, es la concreción o puesta en marcha de la idea (p. 17-20)

Para el autor (Baca Urbina, 2018) manifiesta que existen 3 niveles de profundidad de los proyectos que son:

- a) **Perfil.** Inicia con una idea basada en el juicio común en la que se presentan cálculos generales.
- b) **Anteproyecto.** Profundiza en el estudio de mercado se detalla la tecnología a utilizar, se determina los costos y su rentabilidad sirve de base para que los inversionistas tomen la decisión de invertir o no.
- c) **Proyecto definitivo.** Además de la información del anteproyecto contiene los canales de distribución, contratos de venta, actualización y cotizaciones de la inversión y se presenta los planos arquitectónicos (p.5)

En resumen, dependiendo de los estudios y la profundidad el proyecto puede denominarse perfil, anteproyecto o proyecto definitivo, en cada etapa se deberá cumplir con ciertas características o estudios para su aplicación o ejecución.

1.2.4 Partes de un Proyecto

Todo proyecto la mayoría de los autores determina que existen cuatro estudios principales que son: el Estudio de mercado, el estudio técnico, estudio financiero - Económico y las Evaluaciones, otros autores añaden el estudio organizacional de la futura organización. A continuación, se detalla cada uno de los estudios y sus partes principales.

1.2.4.1 Estudio de Mercado

Es la primera parte y la más importantes de todo proyecto ya que de esta se derivan los demás estudios si no existe un informe favorable en este estudio se niega el proyecto, en el estudio de mercados se determina la oferta, demanda, demanda insatisfecha, el precio los canales de comercialización

Para (Meza, 2017) manifiesta que el estudio de mercados “es el estudio de la demanda, oferta y precios de un bien o servicios.”

De la misma manera (Baca Urbina, 2018) menciona que un estudio de mercado es un “estudio que proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones de mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.”

En el estudio de mercado se debe considerar ciertas características como la descripción detallada del bien o servicio, se determina el segmento del mercado, el diagnóstico de la oferta, demanda, determinar la demanda insatisfecha, así como sus proyecciones, definir los posibles precios y los canales de distribución que se establezca para que el producto llegue al consumidor final.

En el estudio de mercado se debe determinar la demanda Insatisfecha para lo cual se debe analizar las partes principales con la que debe contener un estudio de mercado que son las siguientes:

1. Mercado. Para (Baca Urbina, 2018) manifiesta que es el “área en que confluyen las fuerzas de la oferta y de la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados.”

En este estudio se determina si existen demandantes para el proyecto, en que cantidad a qué precio están dispuestos a adquirir el producto, cuáles son los medios con los que llegamos o lo que se denomina canales de distribución.

2. Investigación de Mercados. según (Baca Urbina, 2018) “proporciona información que sirve de apoyo para la toma de decisiones, la cual está encaminada a determinar si las condiciones de mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.”

La investigación de mercado es el estudio que se realiza en el campo para obtener información directa de los clientes o potenciales clientes, esta información sirve como base para la toma de decisiones. Para realizar la investigación de mercado se debe cumplir con una serie de pasos como la determinación del problema, identificar el tamaño de la muestra o donde se va a realizar la investigación que preguntas se va a realizar, la tabulación y el análisis de datos.

3. Demanda. Para (Baca Urbina, 2018) es la cantidad de bienes de bienes o servicios que el mercado requiere en un tiempo determinado para la satisfacción de sus necesidades.

Son todas las personas que conforman el mercado actual, estas personas podrían estar interesadas en la adquisición de un bien o servicio para satisfacer sus necesidades o solo conocer el mismo.

4. Oferta. Es la cantidad de bienes y servicios que cierto productor está dispuesto poner a disposición del mercado a un precio determinado. (Baca Urbina, 2018).

Son todos los productores de bienes y servicios que ofrecen los mismos en un mercado a un precio determinado para satisfacer sus necesidades de la población o demandantes, en este acápite se debe analizar el número de productores, la localización, cantidad de productos entregados por cada producto.

5. Demanda Insatisfecha. Es la cantidad de bienes y servicios que es posible que el mercado consuma en los años futuros (Baca Urbina, 2018).

La demanda Insatisfecha es la diferencia entre la oferta y la demanda proyectada, son los potenciales compradores de bienes y servicios, es la demanda que ningún productor puede satisfacer de acuerdo con las condiciones actuales.

6. Precio. Es la cantidad monetaria que los productores están dispuestos a vender y los compradores a adquirir (Baca Urbina, 2018).

El precio es la unidad monetaria con la cual se intercambia un bien o servicio en el mercado, donde el productor está dispuesto a ofrecer sus bienes o servicios y el demandante está dispuesto a adquirir por ese bien o servicio para satisfacer sus necesidades.

7. Canal de Distribución. Según (Baca Urbina, 2018) es la ruta que toma un producto para la entrega desde el productor hasta el consumidor final.

El canal de distribución es el camino desde el productor hasta el consumidor final, existen canales cortos que es desde el productor al consumidor final, canal medio que es desde el productor, mayorista al consumidor final y canal largo productor, mayorista, distribuidor y consumidor final.

1.2.4.2 Estudio Técnico

En esta parte del proyecto se busca determinar la viabilidad técnica y para ello se debe realizar estudios como el de localización (macro y micro localización), y Tamaño del proyecto, ingeniería del proyecto, determinación de los procesos de producción entre otros estudios.

Para (Cordova, 2017) menciona que el estudio técnico “busca responder los interrogantes básicos: ¿Cuánto, dónde, cómo y con qué se producirá mi empresa?, así como diseñar la función de producción óptima que mejor utilice los recursos disponibles...”

(Sapag et al. (2014) manifiesta que el estudio técnico “provee información para cuantificar el monto de las inversiones y de los costos de inversión pertinentes en esta área”.

Para (Meza, 2017) el estudio técnico “pretende verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto o producción del servicio para lograr los objetivos del proyecto”.

El estudio técnico es tan importante como el estudio de mercado en este se determina la viabilidad técnica del proyecto, si no tenemos la capacidad técnica como la maquinaria o el espacio físico, en este estudio también se determina los principales requerimientos para las inversiones necesarias en el proyecto si el estudio determina la no factibilidad no se debe de seguir con la formulación del proyecto.

Todo estudio técnico debe contener los siguientes elementos como mínimo que se menciona a continuación:

1. Tamaño óptimo del proyecto. Es determinar el número de unidades a producir es decir su capacidad instalada, se considera óptimo si se maximiza la rentabilidad o se baja los costos (Baca Urbina, 2018).

El tamaño óptimo es el número mínimo que se puede producir de un bien, o servicio va a depender de lo que se determinó en el estudio de mercado a través de la determinación de la demanda insatisfecha la cual nos determina cuantas unidades podemos producir la cual está íntimamente ligada con el tipo de maquinaria y otros factores analizados posteriormente.

2. Localización. Es llegar a determinar el sitio óptimo donde se podrá instalar el proyecto (Baca Urbina, 2018).

La localización es determinar el lugar óptimo donde se instalará la organización este depende de muchos factores como espacio, vías de acceso, parqueaderos, mano de obra, materia prima cercana, etc. para realizar o determinar la localización existen diversas maneras para poder determinar la mejor localización.

3. Ingeniería del proyecto. “Resuelve todo lo concerniente a la instalación y funcionamiento de la planta.” (Baca Urbina, 2018).

En la parte concerniente a la Ingeniería del proyecto se realiza el estudio desde la maquinaria que se debe adquirir, la distribución en planta, determinar los procesos que se necesita para cada actividad mediante los flujos gramas de procesos.

4. Distribución en planta. Es la forma como va a estar distribuido las personas, la maquinaria y el flujo en si de los materiales requeridos para el proceso productivo dentro de una organización, en esta se establece el menor recorrido con la finalidad de optimizar sus recursos.

1.2.4.3 Estudio Organizacional.

El estudio Organizacional para (Sapag et al. (2014) “se encarga de los factores propios de la actividad ejecutiva de la administración del proyecto. Organización, procedimientos administrativos y normativas legales asociadas”.

(Meza, 2017) “Este Estudio tiene como propósito definir la forma de organización que requiere la unidad empresarial, con base en sus necesidades funcionales y presupuestales.

Comprende el marco análisis del marco jurídico en el cual va a funcionar la empresa, la determinación de la estructura organizacional más adecuada a las características y necesidades del proyecto y la descripción de los procedimientos y reglamentos que regularán las actividades durante el periodo de operación” (p.28)

En este estudio se determina la forma de organización estructural y funcional, así como los reglamentos, los procedimientos o estatutos y la forma jurídica de su organización

En este estudio se establece la forma organizativa de la empresa es decir formular un orgánico estructural y funcional de acuerdo con las necesidades de la empresa, también se debe incluir la forma como se va a crear si va a ser como persona natural o persona jurídica sus estatutos y reglamentos que van a regir a la organización.

1.2.4.4 Estudio Económico Financiero

En este apartado se determina los potenciales ingresos que puede tener el proyecto, así como los costos y gastos, la cantidad monetaria del total de las inversiones requeridas, los valores de las depreciaciones de los activos fijos, así como la amortización de la deuda si se la tuviera y por último se determina el capital de trabajo necesario para la empresa.

Según (Sapag et al. (2014) manifiesta que el estudio financiero “ordena y sistematiza la información de carácter monetario que proporcionaron las etapas anteriores, elabora los cuadros analíticos y datos adicionales para la evaluación del proyecto y estudia los antecedentes para determinar su rentabilidad”.

(Meza, 2017) menciona que el estudio financiero “recoge y cuantifica toda la información proveniente de los estudios de mercado, estudio técnico y estudio organizacional”.

Según (Cordova, 2017) el estudio o marco financieros “permite establecer los recursos que demanda el proyecto, los ingresos y egresos que generará y la manera como se financiará”.

En este estudio se determina todos los rubros de las inversiones en activos fijos y en otros activos los recursos o ingresos que se va a recaudar en el proyecto, así como los egresos en costos y gastos estos valores están representados en el flujo de efectivo en el número n de años de vida útil del proyecto, los valores de depreciación y amortización de la deuda si la hubiera, el capital de trabajo se lo determinara para un periodo mínimo de 3 meses.

El estudio financiero debe contener los siguientes aspectos básicos:

1. Ingreso. comprende el importe generado por las ventas menos los descuentos y las devoluciones en ventas (Morales & Morales, 2009).

2. Costo. es un desembolso en efectivo o en especie realizado en el pasado, presente, futuro o virtual (Baca Urbina, 2018).

Los costos son las erogaciones en unidades de dinero que se realice por el pago de Materia prima, Mano de Obra y de Costos Indirectos a los proveedores de estos servicios.

3. Gastos Administrativos. Para (Morales & Morales, 2009) son los gastos que se requieren para dirigir y operar la empresa.

Los gastos administrativos son las erogaciones que se debe realizar para el normal funcionamiento de la empresa, en este rubro se ubica las remuneraciones del personal administrativo, sus beneficios sociales, los materiales necesarios para el funcionamiento administrativo, así como la depreciación de los equipos ubicados en este departamento entre otros rubros

4. Gastos de Venta. Para (Morales & Morales, 2009) son los gastos derivados de la distribución y comercialización para generar las ventas.

Los gastos de venta son las erogaciones de dinero u otra especie monetaria que son necesarios para realizar la venta y distribución de los productos, dentro de este rubro puede estar las remuneraciones, beneficios legales, pago de viáticos al personal de ventas, gasto en publicidad, promoción, fletes, todos los egresos que se realicen en el departamento de comercialización

5. Gastos financieros. Son los intereses que se deben pagar en relación con capitales obtenidos en préstamos a instituciones financieras (Baca Urbina, 2018).

Los gastos financieros son las erogaciones que se debe realizar por concepto de interés si se realizó un préstamo a una entidad financiera para la puesta en marcha de la empresa, se debe incluir la tabla de amortización de la deuda en las condiciones que se va a contratar la misma.

6. Inversión Inicial. Comprende la adquisición de los activos fijos y diferidos necesarios para la iniciación de la empresa (Baca Urbina, 2018).

En el rubro de Inversión Inicial se debe colocar todas las adquisiciones de equipos, maquinarias, terrenos, edificios, vehículos y otros activos fijos o diferidos estas erogaciones se lo deben realizar antes de la puesta en marcha de la empresa y su cronograma de ejecución de las inversiones.

7. Capital de trabajo. Diferencia aritmética entre el activo y pasivo circulante (Baca Urbina, 2018).

El capital de trabajo es el dinero que se necesita para la puesta en marcha de la empresa en un lapso no menor de 3 meses hasta que la empresa pueda generar sus propios ingresos y se maneje con su propio flujo de fondos

8- Punto de Equilibrio. Es el nivel de producción en el que el nivel de los ingresos es igual al nivel de los egresos (Baca Urbina, 2018).

El punto de equilibrio es una técnica financiera donde se establece el mínimo de la producción donde la empresa no gana ni pierde dinero, en otras palabras, es el punto donde los ingresos son igual a los costos y gastos.

9. Estado de Resultados. Calcula la utilidad neta y los flujos netos de efectivo del proyecto (Baca Urbina, 2018).

En el estado de resultados se debe incluir los Ingresos, el costo de producción los gastos administrativos, de venta y financieros, así como la proyección del pago de participación en utilidades e Impuesto a la renta hasta determinar la Utilidad Neta del proyecto esta debe estar proyectada toda la vida del proyecto.

10. Estado Financiero Proforma. El balance general mostrará la aportación inicial que lo realizan los accionistas o propietarios del proyecto. (Baca Urbina, 2018)

El estado Financiero o también llamado balance general, es el estado donde se debe colocar todas las aportaciones que realizan los promotores del proyecto sean estos en activos corriente y no corriente, y si lo hubiese cuentas de pasivos y patrimonio se los registrará con lo que define el plan de cuentas.

1.2.4.5 Evaluación del Proyecto.

La evaluación del proyecto es determinar la factibilidad financiera económica del proyecto, es determinar si los recursos invertidos en él se podrán recuperar y en qué tiempo se lo hará.

Para (Cordova, 2017) la evaluación “se fundamenta en la necesidad de establecer las técnicas para determinar lo que está sucediendo y como ha ocurrido y apuntar hacia lo que encierra el futuro si no se interviene”.

(Graterol, 2010) menciona que la evaluación del proyecto “es la medición de factores concurrentes y coadyuvantes cuya naturaleza permite definir la factibilidad de ejecución del proyecto”.

Sapag et al. (2014) manifiesta que la evaluación del proyecto “se realiza sobre la estimación del flujo de caja de los costos y de los beneficios. La existencia de algunas diferencias en ciertas posiciones conceptuales si como también por la incidencia por el financiamiento, hace que la rentabilidad proyecto difiera de la del inversionista, el resultado de la evaluación se mide por distintos criterios.” (p.29)

La Evaluación del proyecto es el análisis mediante criterios, relaciones, razones o formulas como la Tasa interna de retorno TIR, Valor actual neto VAN, Relación beneficio costo RBC, Periodo de recuperación de la inversión PRI, que determinan valores que sirven para medir mediante rangos si el proyecto es factible o no, esto determina la ejecución o no del proyecto.

Los principales indicadores para realizar la evaluación financiera y económica son:

1. Valor Presente Neto. Es el valor monetario que resulta de restar la suma de los flujos descontados la inversión Inicial (Baca Urbina, 2018)

El Valor presente Neto o llamado también Valor Actual Neto es la sumatoria de los flujos de efectivo actualizados menos el valor de la Inversión Inicial, si el resultado es menor a 0 el proyecto se rechaza, pero si el resultado es mayor a 0 el proyecto se acepta ya que se considera que va a tener ganancia o utilidad descontando la tasa de retorno. La fórmula de cálculo es la siguiente:

$$VAN = \sum_{t=1}^n \frac{BN_t}{(1+i)^t} - I_0$$

2. Tasa Interna de Retorno. Es la tasa de descuento por la cual el VAN es igual a cero (Baca Urbina, 2018).

La tasa Interna de Retorno o también llamada según sus siglas TIR, es la tasa que hace el VAN sea igual a cero, las decisiones que se tiene que considerar es que si la TIR es < 0 el proyecto se rechaza, pero si la $TIR > 0$ el proyecto se acepta.

Existen diferentes fórmulas para el cálculo de la Tasa Interna de Retorno TIR o se puede aplicar las fórmulas existentes en Excel.

3. Periodo de Recuperación de la Inversión. Se puede determinar el tiempo que se requerirá para recuperar la Inversión Inicial (Morales & Morales, 2009).

El Periodo de Recuperación de la Inversión o PRI es el periodo en el cual se va a recuperar la inversión inicial el mismo debe estar dado en años meses o días su cálculo es de acuerdo con la siguiente formula:

$$PRI = \frac{I_0}{\sum BN}$$

4. Relación Costo Beneficio. Es otra forma de evaluar un proyecto de inversión cuyo cálculo se lo realiza de acuerdo con la formula siguiente:

$$RBC = \frac{\sum IA}{\sum EA}$$

Donde:

IA= Ingresos Actualizados

EA= Egresos actualizados incluidos la Inversión Inicial

1.2.5 Franquicia

Para Díez et al. (2016) “la franquicia es una relación comercial basada en una empresa o franquiciador que cede a otra, la venta en exclusiva para un determinado ámbito geográfico de sus productos o servicios a cambio de una contra prestación económica”.

Según (Guerrero & Galindo, 2014), Franquicia “es el derecho o privilegio recibido por una organización para realizar en exclusiva un negocio en un área geográfica determinada. Es un arreglo contractual por el cual el franquiciante otorga al franquiciado el derecho a vender ciertos productos o servicios, a usar ciertas marcas y nombres registrados, o a desarrollar algunas funciones usualmente dentro de un área específica acordada” (p.87).

Hellriegel et al. (2009) manifiesta que Franquicia “Implica que la organización matriz (el franquiciador o franquiciante) otorga a otras personas o empresas (los franquiciados o franquiciatarios) el derecho a usar el nombre de la marca registrada y a producir y vender sus bienes y servicios”.

En resumen, franquicia es un modelo o contrato de negocio en el cual el franquiciador le otorga el uso del nombre y de la marca bajo ciertas características que el franquiciado debe cumplir so pena de quitarle el uso de la marca y del nombre.

1.2.5.1 Historia de las Franquicias

El origen de las franquicias es del término francés en la edad media Franc cuyo significado es libre o se refiere al otorgamiento de un privilegio o de una autorización que el soberano concedía a alguno de sus súbditos, referidos a derechos de mercado, pesca o forestales. (Diez de Castro & Galán, 1998)

Según el texto de (Zamora & Martell, 2005) manifiesta que el término franquicia aparece en la edad media en Francia, el sistema de franquicia como se lo conoce hoy nace en el siglo XIX en el año 1862 en Estados Unidos de Norte América en la compañía I.M. Singer & Co, cuya actividad es la de la producción de máquinas de coser, la misma que comenzó a utilizar este sistema para la distribución y cobertura de sus productos.

Con el pasar del tiempo muchas empresas como la FORD, o general Motors también utilizaron este sistema para su expansión en el mercado.

1.2.5.2 Ventajas y desventajas de las Franquicias

Para (Northcote, 2020) enuncia las siguientes ventajas y desventajas:

Ventajas:

- Facilita la penetración del mercado
- Cuenta con conocimientos del mercado y el público objetivo.
- Utiliza las economías de alce para reducir los costos, incluidos los de publicidad.
- Disminuye el riesgo para el franquiciante
- Facilita el uso de un modelo de negocios al franquiciado, sin la necesidad de haber pasado por una curva de aprendizaje.

Desventajas

- Poca flexibilidad para adaptaciones en el negocio
- Exposición a malas prácticas realizadas por el franquiciado.

En conclusión, se tiene más ventajas ya que la idea de negocio ya fue aplicada en otros lugares y en con anticipación, las desventajas son pocas y una de ellas es que no se puede modificar el cambio de la imagen o de la presentación de los productos ya que estos guardan estándares de calidad para mantener su imagen ganada.

1.2.5.3 Etapas de la Franquicia

Muchos autores sostienen que existen 4 etapas para que un negocio sea convertido o se convierta en una franquicia para (Brenes, 2015).

Etapa I. En esta etapa se determina si la empresa tiene sólidas bases financieras, conocimientos del mercado, sólidos conocimientos en administración y gestión, una historia legal limpia, un plan de negocios bien fundamentado.

Etapa II y III. El segundo paso es eliminar las brechas encontradas en el estudio, una vez solucionadas las brechas el propietario debe redefinir su modelo de negocio para convertirlo en una franquicia, en este modelo se debe establecer la relación que debe tener el franquiciado con su franquiciador. En estas etapas se debe tener todo los reglamentos y contratos ya bien establecidos.

Etapa IV la última fase para establecer un negocio como franquicia es la de establecer las estrategias para la comercialización de la franquicia es decir cómo se van a hacer conocer para poder vender la franquicia (p.23).

Toda franquicia nace de una idea de poner algún negocio y esta debe cumplir con ciertas etapas partiendo de la idea, para luego realizar los estudios necesarios establecer la normativa que va a regir hasta la puesta en marcha del negocio.

1.2.5.4 Tipos de franquicias

Existen diversos tipos de franquicias las principales según (CEA Empresas, 2016) tenemos las siguientes:

- a) **Franquicia de Producción.** El franquiciador es el que fabrica e introduce los productos al mercado a través de una red de franquicias el sector textil es el la utiliza generalmente.
- b) **Franquicia Industrial.** Dos fabricantes el franquiciador y el franquiciado se unen el primero cede la tecnología, la marca o su nombre al franquiciado.
- c) **Franquicia de Distribución.** El franquiciador es el que selecciona, negocia y realiza las adquisiciones de los artículos, aporta su marca al franquiciado ejemplo en las franquicias de alimentos o farmacias.
- d) **Franquicia de Servicios.** El franquiciador cede a sus franquiciados un sistema, una metodología con un saber hacer original transmite su bien o servicio y una marca la característica es que se basa en la fórmula que han sido probadas, el franquiciador da asistencia y formación continua.
- e) **Franquicia Corner.** Son las denominadas islas en los centros comerciales tienen todas las características de una franquicia, pero no ocupa todo el espacio solo una parte.
- f) **Franquicia Asociativa.** Es aquella donde el franquiciado tiene parte del capital de la empresa.
- g) **Franquicia Financiera.** Es cuando el franquiciado solo aporta el capital o dinero y no su trabajo.
- h) **Multi franquicia.** Es cuando el franquiciador otorga más de una franquicia al mismo franquiciado.

- i) **Franquicia Regional.** Cuando el franquiciador cede el derecho a poner más de una franquicia en una región.

- j) **Master Franquicia.** Es la concesión que se otorga para poner la franquicia en un territorio o país le da la exclusividad para todo el territorio al franquiciado (p.16-18).

Al haber distintas formas de adquirir una franquicia, el franquiciado es el encargado de escoger la mejor opción que le convenga para poner una franquicia en un punto determinado.

1.2.6 Franquiciador.

(CEA Empresas, 2016) dice que es el “Empresario que, como persona física o jurídica, es propietario que ha decidido ceder, y que, después de haberlo experimentado con éxito la utiliza para distribuir sus productos o servicios, cediendo sus derechos de propiedad industrial o intelectual, su saber – hacer, imagen corporativa, sistemas de trabajo, tecnología y técnicas comerciales” (p. 5).

El franquiciador es la persona natural o jurídica que cede el uso de su marca, imagen corporativa, productos entre otros aspectos a otra persona de la misma manera sea persona natural o jurídica.

1.2.7 Franquiciado.

Para (CEA Empresas, 2016) franquiciado es “un empresario que, como persona física o jurídica ha decidido integrarse en una red de franquicia aceptando el concepto global de negocio que su franquiciador le ha transmitido, manteniendo una estrecha colaboración con el mismo y apostando a un proyecto en común”.

El franquiciado es la persona natural o jurídica que decidí invertir en un negocio ya establecido en algún otro lugar, es la persona que asume los riesgos y acepta las condiciones del franquiciador.

1.2.8 Aspectos Económicos del sistema de Franquicia.

El franquiciado debe asumir los siguientes pagos o erogaciones como lo explica (CEA Empresas, 2016):

Canon de Entrada. Es la cantidad de dinero o derecho de entrada que cada franquiciado está obligado a pagar al franquiciador para pertenecer a la franquicia, se lo realiza o se compromete en la firma del contrato para acceder al uso de la marca, acceder a capacitación y a los manuales operativos.

Canon de Publicidad. Es la cantidad de dinero que el franquiciado debe pagar por concepto de publicidad o promociones. Con la finalidad de ser conocidos, aumentar la facturación, consolidar la imagen corporativa entre otras.

Canon de Funcionamiento o Royalty. Es el pago que realiza el franquiciado regularmente por concepto de apoyo continuo es la garantía para la permanencia en el sistema de franquicia, estos pueden ser calculados sobre el monto de ventas, compras al franquiciador, o a través de un importe fijo que puede ser anual (p. 10).

1.2.9 Las franquicias en el Ecuador.

Las franquicias en el Ecuador han tomado fuerza desde el año 2000 aunque muchos tenían una rentabilidad, no les resultaba atractiva incursionar en una franquicia años atrás. En las ciudades de QUITO y GUAYAQUIL son las que tienen el mayor crecimiento de franquicias, y su ritmo de expansión va en aumento dentro de nuestro país. Hace algún tiempo las franquicias de nuestro país eran sólo extranjeras. Esto ha tomado un giro con los años y en la actualidad cada vez más empresas nacionales están abriendo sus propias franquicias en el territorio nacional. Ecuador ya consta con franquicias y cada vez son más atractivas para los emprendedores locales y muy solicitadas por tener un negocio exitoso, dotadas de toda la administración, documentación en regla, derechos de marcas que son inferiores a franquicias extranjeras. (Repositorio , 2015)

CAPÍTULO II: MARCO METODOLÓGICO

2.1 Enfoque de Investigación.

Existen dos enfoques de Investigación el cuantitativo y cualitativo, para (Bernal, 2010) dice que el enfoque cualitativo utiliza la recolección de datos para el análisis estadístico con el fin de establecer pautas de comportamiento de la información.

La presente investigación obtendrá un enfoque cuantitativo, ya que por medio este método nos ayuda a tener una mejor estructuración en cuanto a la recopilación y análisis de datos de diferentes fuentes, para el establecimiento de Sweet & Coffe y por ende su demanda en el mercado.

2.2 Nivel de Investigación.

Los niveles de investigación que se utilizaron en el trabajo investigativo fueron el exploratorio y descriptivo para Sapag et al. (2014) los estudios exploratorios se utilizan cuando el objetivo de estudio es poco estudiado o novedoso.

Los estudios descriptivos muestran, narran, reseñan o identifican hechos o situaciones, características de un de un objeto de estudio o se diseñan productos, modelos o prototipos, estos estudios se sustentan en encuestas y entrevistas (Bernal, 2010).

La investigación fue exploratoria, mediante este nivel trataremos de acercarnos a la problemática que se pretende solucionar, dándonos conocimiento de lo que se desconocía a darnos una idea clara hacia donde debemos apuntar y cuál de las investigaciones sería el siguiente paso.

La Investigación fue descriptiva una vez dado con el problema y con ideas de cómo se aborda, describiremos la situación y determinaremos lo más relevante del problema.

Juntamente con estos dos factores lograremos alcanzar nuestro objetivo como lo es el establecimiento de una franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba.

2.3 Diseño de Investigación.

El diseño de la investigación es el plan que se tiene que tomar en cuenta para obtener la información, el trabajo de investigación tuvo los siguientes diseños de investigación:

2.3.1 Según la manipulación de la variable Independiente

Para (Hernandez, Fernandez, & Baptista, 2014) el diseño no experimental son los estudios que se realizan sin la manipulación deliberada de variables y solo se observa el fenómeno para analizarlo.

Se utilizó el diseño No experimental ya que no se manipuló ninguna de las variables en estudio es decir el proyecto de la implementación de la franquicia y la situación socio económica del sector donde va a estar ubicado el negocio.

2.3.2 Según las intervenciones en el trabajo de campo

Existen dos tipos de intervenciones la longitudinal y la transversal se ocupó la intervención transversal.

Para (Bernal, 2010) manifiesta que son aquellas que se obtiene la información una única vez en un momento dado.

Solo se realizó una sola vez la encuesta para determinar cuál es el comportamiento, gustos y preferencias de los potenciales consumidores de la Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba

2.4 Tipo de estudio.

Los tipos de estudio pueden ser de campo y bibliográficos

De campo para Cid et al. (2007), la investigación de campo consiste en ir a las empresas o lugares donde se realizará la investigación

Las investigaciones bibliográficas para Ñaupas et al. (2014) son las que se llevan a cabo en bibliotecas públicas o privadas

El trabajo investigativo tuvo dos tipos de aplicación fue bibliográfica ya que se tomó definiciones y estudios de textos, que se encontró en la biblioteca de la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo, así como se tomó de textos, artículos y bibliografía en general que se encontró en Internet.

Fue de campo ya que las encuestas se lo realizo a la parte representativa de la población para lo cual se determinó una muestra a la que se le aplicó el instrumento de la encuesta.

2.5 Población y Planificación, selección y cálculo del tamaño de la muestra

La población según (Lerma, 2011) manifiesta que es el conjunto de todos los elementos de la misma especie que tienen una determinada característica en común

Para determinar la población a ser estudiada tomamos el total de la población de la ciudad de Riobamba para el año 2020 existen 174.609 habitantes, de los cuales se va a segmentar de la siguiente manera Primero se escoge a la Población Económicamente Activa PEA que corresponde a 76.113 habitantes, de los cuales solo se va a escoger a las personas de 20 a 65 años ya que son las personas que tienen trabajo y quieren compartir un café con la familia o los amigos, ellos corresponden al 81% de la PEA cuyo resultado de la población a ser estudiada son 61.652 habitantes según él (INEC, 2010).

Para determinar el tamaño de la muestra se aplicó la siguiente fórmula para su cálculo.

$$n = \frac{pqZ^2N}{e^2(N - 1) + Z^2pq}$$

Datos:

$$p = 50\%$$

$$q = 50\%$$

$$e = 5\%$$

$$Z = 1,96$$

$$N = 61.652$$

$$n = \frac{(0,5)(0,5)(1,96)^2(61.652)}{0,05^2(61.652 - 1) + (1,96)^2(0,5)(0,5)}$$

$$n = \frac{49.187,8464}{128,0375 + 0,9604}$$

$$n = \frac{59.210,58}{155,0879}$$

,

$$n = 381,31$$

n= 381 encuestas

2.6 Métodos, técnicas e instrumentos de Investigación

2.6.1 Método

El método son las reglas y normas para la solución de un problema para lo cual tenemos varios métodos de investigación en este trabajo investigativo se aplicó el método inductivo que para (Bernal, 2010) utiliza el razonamiento para obtener conclusiones que parten de hechos particulares hasta obtener conclusiones.

Se utilizo el método inductivo ya que va de lo particular a lo general es decir primero se observó el problema de investigación, una vez identificado se levantó la encuesta para estructurar el documento del proyecto de inversión de la Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba.

2.6.2 Técnicas

La técnica de la encuesta sería el “método de investigación capaz de dar respuestas a problemas tanto en términos descriptivos como de relación de variables, tras la recogida de información sistemática, según un diseño previamente establecido que asegure el rigor de la información obtenida” (Buendía y otros, 1998, p.120). De este modo, puede ser utilizada para entregar descripciones de los objetos de estudio, detectar patrones y relaciones entre las características descritas y establecer relaciones entre eventos específicos.

2.6.3 Instrumento

Para desarrollar la técnica de la encuesta se necesitó el instrumento del Cuestionario de la encuesta el mismo que sirvió para levantar información y características de los potenciales demandantes de la Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba. En este cuestionario se estableció preguntas cerradas dicotómicas, de elección múltiple y de escala.

2.7 Idea a defender

La idea para defender fue la siguiente:

El Proyecto para el establecimiento de una Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba mejorará la situación económica de la zona de afluencia

2.7.1 Variable Independiente

Proyecto de una Franquicia

2.7.2 Variable dependiente

Situación Económica

La idea a defender los resultados se muestra en el capítulo III en la parte de Discusión de Resultados cuyo tratamiento se lo realiza más adelante.

CAPÍTULO III: MARCO DE RESULTADOS Y DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

En este capítulo se realiza el tratamiento sobre los resultados y propuesta, en la primera parte se analiza los resultados obtenidos en la encuesta, que se realizó a 381 personas que corresponden a la Población Económicamente Activa, pero solo el rango de 20 a 65 años de la PEA.

En la segunda parte se muestra la discusión de resultados en la cual se hace un análisis de los principales resultados de las preguntas más importantes de las encuestas que se realizado en la ciudad de Riobamba en este acápite se logra determinar la idea a defender en la cual es El Proyecto para el establecimiento de una Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba mejorará la situación económica de la zona de afluencia, la misma se demostró que si es factible el proyecto.

En la tercera parte de este capítulo corresponde a la propuesta, en la cual se formula un proyecto para el establecimiento de la franquicia Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba el mismo que tiene cinco partes principales la primera que es el Estudio de mercado en el cual se realiza un análisis de los principales productos ofertados, la oferta, demanda, demanda satisfecha análisis de los precios y la comercialización.

El Estudio técnico con sus componentes del tamaño del proyecto, localización e Ingeniería del proyecto.

El estudio administrativo legal en el cual tiene los siguientes componentes, como va a estar organizado la franquicia, su manual de funciones para cada funcionario y el estudio legal que no es otra cosa que el contrato de franquicia.

El estudio económico financiero que consta de las inversiones, los ingresos los costos y el estado de resultados del proyecto.

Por último, esta las Evaluaciones económicas financieras dentro de estas tenemos el Valor actual neto, la tasa interna de retorno, la relación beneficio costo, el periodo de recuperación de la inversión y por ultimo l evaluación social.

3.1 Resultados

Pregunta: Género

En la pregunta sobre género el resultado se muestra en la tabla 1-3

Tabla 1-3: Género

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Masculino	205	53,81	53,81
Femenino	176	46,19	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

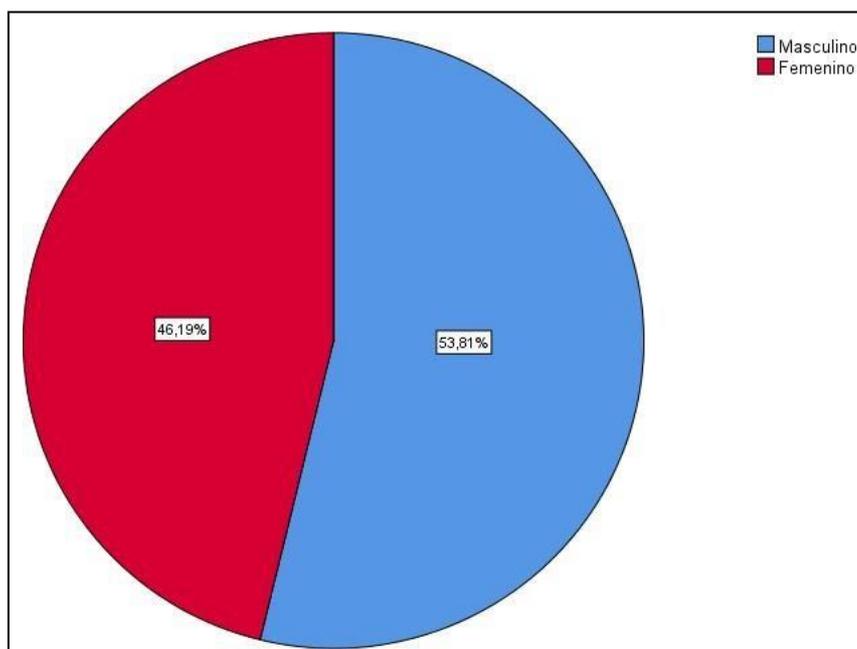


Gráfico 1-3. Género

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 53,81% de los encuestados son de género masculino, el 46,19 de los encuestados son de género femenino.

Pregunta: Estado Civil

En la pregunta sobre el estado civil de los encuestados los resultados se muestra en la tabla 2-3 que se muestra a continuación:

Tabla 2-3: Estado Civil

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Soltero	244	64,04	64,04
Casado	110	28,87	92,9
Divorciado	14	3,67	96,6
Unión Libre	13	3,41	100,0
Total	342	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

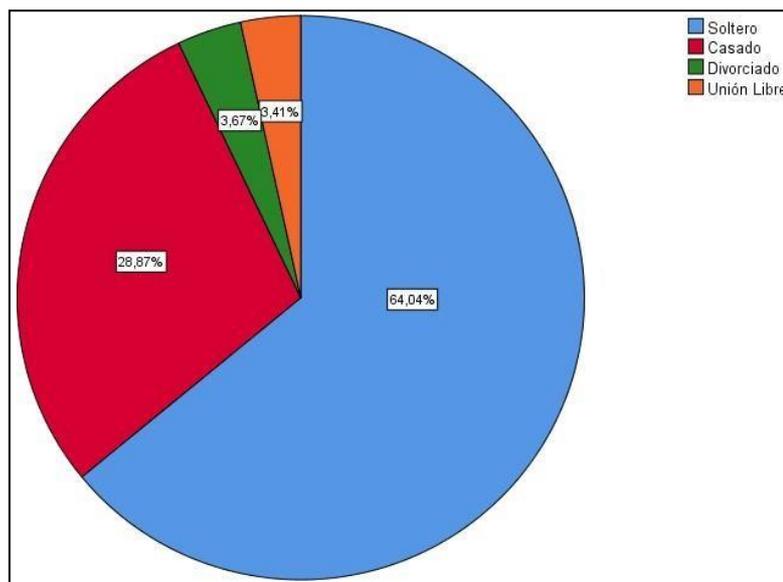


Gráfico 2-3. Estado Civil

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados en un 64,04% son de estado civil solteros, seguidos con el 28,87% son de estado civil casados, el 3,67% de los encuestados son de estado civil divorciados y el 3,41% de los encuestados son de estado civil unión libre.

Pregunta 1: Por favor señale en qué edad se encuentra

En la pregunta 1 se consulta que señale la edad de los encuestados, los resultados se muestran en la tabla 3-3 que se muestra a continuación:

Tabla 3-3: Edad de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
< 20 años	101	26,5	26,5
21 -30 años	179	47,0	73,5
31-40 años	40	10,5	84,0
41-50 años	43	11,3	95,3
51-60 años	14	3,7	99,0
> 60 años	4	1,0	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

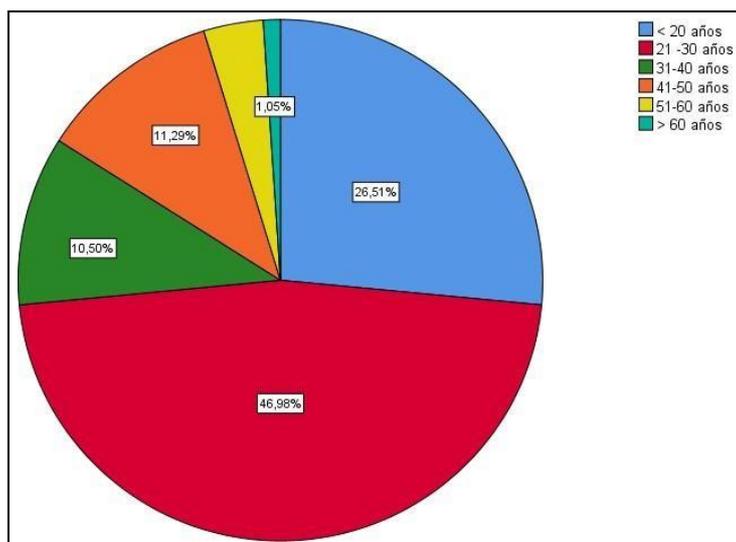


Gráfico 3-3. Edad de los encuestados

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados con el 46,98% corresponden a la edad de 21 hasta los 30 años, seguido por la menos de 20 años que corresponden al 26,51%, seguido por la edad comprendida entre los 41 hasta los 50 años que corresponden al 11,29%, seguido por la edad comprendida entre los 31 hasta los 40 años con el 10,5%, la minoría corresponde la edad comprendida entre más de 61 años con el 4,7% en total

Pregunta 2: ¿Qué ocupación tiene?

En la pregunta 2 se consulta que ocupación tienen los encuestados, los resultados se muestran en la tabla 4-3 que se muestra a continuación:

Tabla 4-3: Ocupación de los encuestados

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Estudiante	222	58,3	58,3
Empleado Público	53	13,9	72,2
Empleado Privado	30	7,9	80,1
Ama de casa	32	8,4	88,5
Trabajo Propio	44	11,5	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

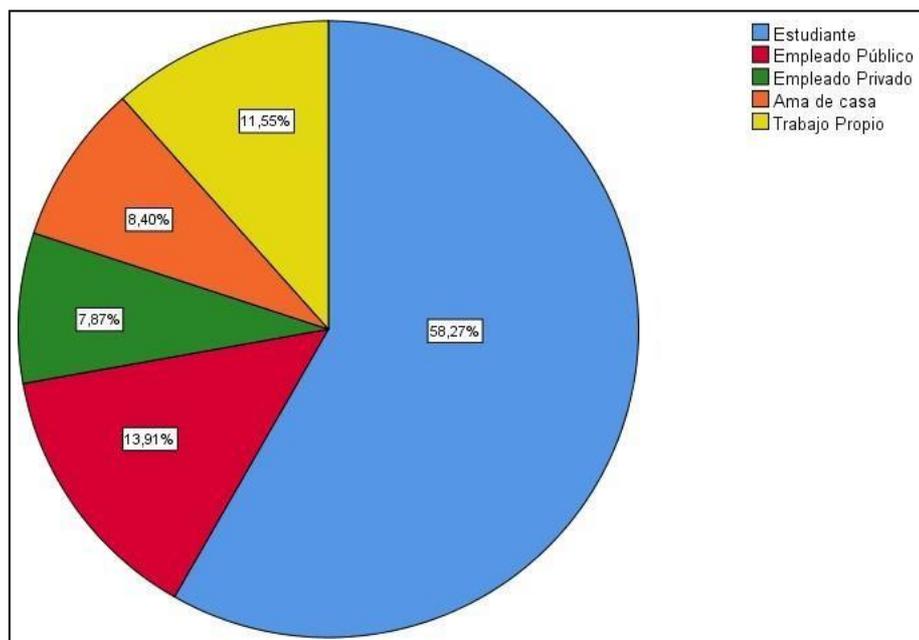


Gráfico 4-3. Ocupación de los encuestados

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados con el 58,27% corresponden a ocupación de estudiantes, seguido por los empleados públicos que son el 13,91%, seguido por las personas que tienen sus propios negocios que corresponden al 11,55%, seguido por la profesión de amas de casa con el 8,40% y por último tenemos la profesión de empleado privado con el 7,87% de los encuestados.

Pregunta 3: ¿ Frecuenta una cafetería

En la pregunta 3 se consulta si frecuenta una cafetería a los encuestados, los resultados se muestran en la tabla 5-3 que se muestra a continuación:

Tabla 5-3: Frecuenta una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	215	56,4	56,4
No	166	43,6	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

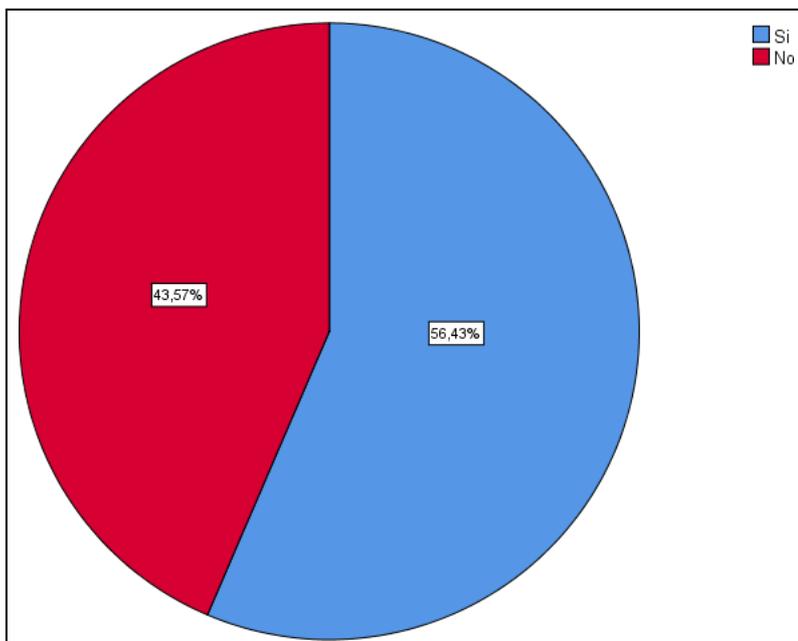


Gráfico 5-3. Frecuenta una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 58,43% de los encuestados manifiestan que, si frecuentan una cafetería, el 43,57% de los encuestados manifiestan que no frecuentan una cafetería.

Pregunta 4: Le gustaría que la Franquicia Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba

En la pregunta 4 se consulta si le gustaría que la franquicia Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba, los resultados se muestran en la tabla 6-3 que a continuación se observa:

Tabla 6-3: Le gustaría que la cafetería Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	353	92,7	92,7
No	28	7,3	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

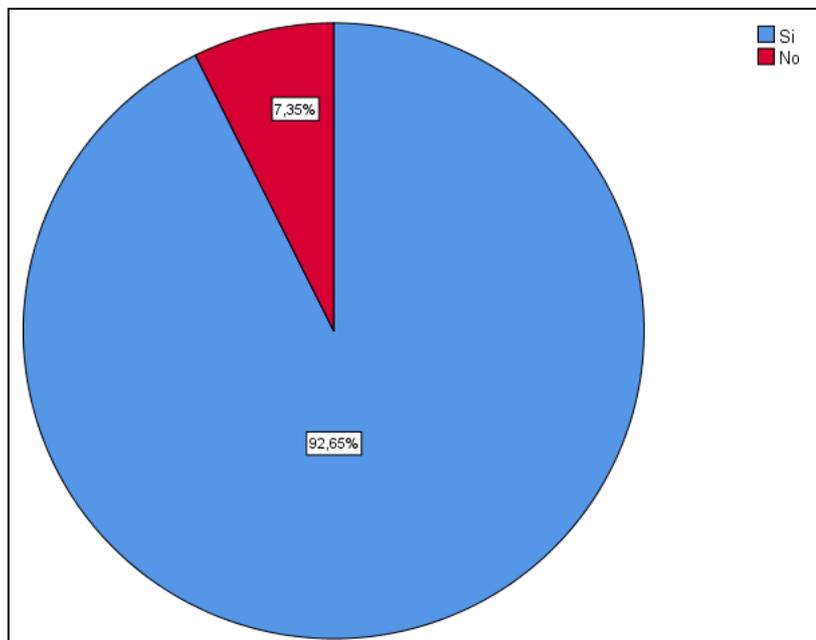


Gráfico 6-3. Le gustaría que la franquicia Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 92,65% de los encuestados manifiestan que, si están de acuerdo que se instale la franquicia de Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba, tan solo el 7,35% de los encuestados manifiestan que no desearían que se instale la franquicia de Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba.

Pregunta 5: Con qué frecuencia visita una cafetería

En la pregunta 5 se consulta la frecuencia de visita a una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 7-3 que a continuación se observa:

Tabla 7-3: Frecuencia de visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Diariamente	10	2,6	2,6
1 vez a la semana	74	19,4	22,0
Más de 2 veces a la semana	53	13,9	36,0
Quincenal	69	18,1	54,1
1 vez al mes	175	45,9	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

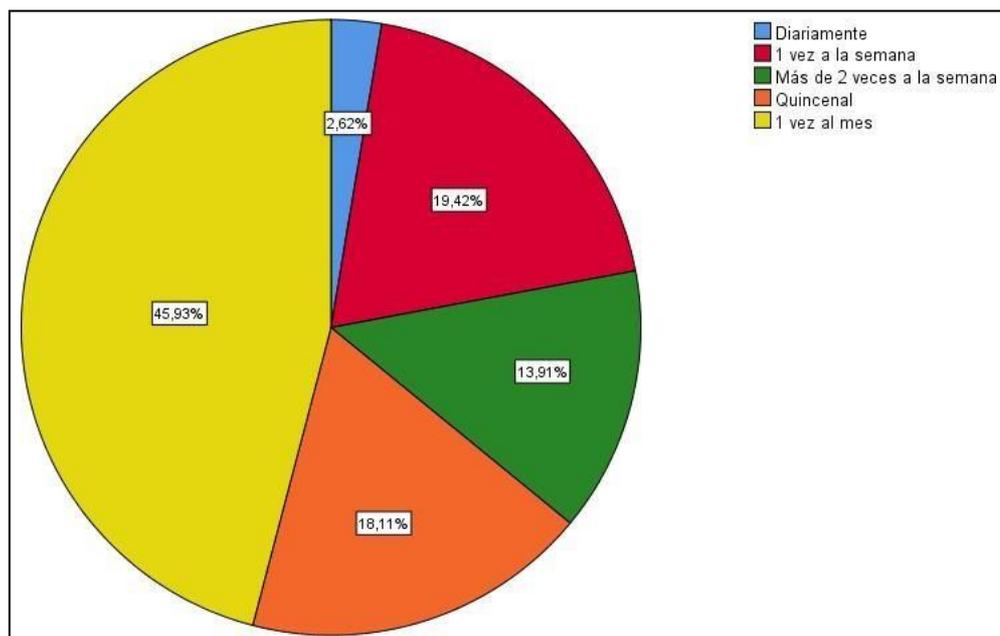


Gráfico 7-3. Frecuencia de visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 45,93% de los encuestados manifiestan que visitan una cafetería 1 vez al mes, el 19,42% visitan 1 vez a la semana, el 18,11% de los encuestados lo realizan quincenalmente, seguido por el 13,91% que lo realizan 2 veces a la semana, solo el 2,6% de los encuestados lo hacen diariamente.

Pregunta 6: Escoja un día que con más frecuencia visita una cafetería

En la pregunta 6 se consulta el día con más frecuencia visita una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 8-3 que a continuación se observa:

Tabla 8-3: Frecuencia de visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Lunes	17	4,5	4,5
Martes	16	4,2	8,7
Miércoles	25	6,6	15,2
Jueves	30	7,9	23,1
Viernes	109	28,6	51,7
Sábado	126	33,1	84,8
Domingo	58	15,2	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

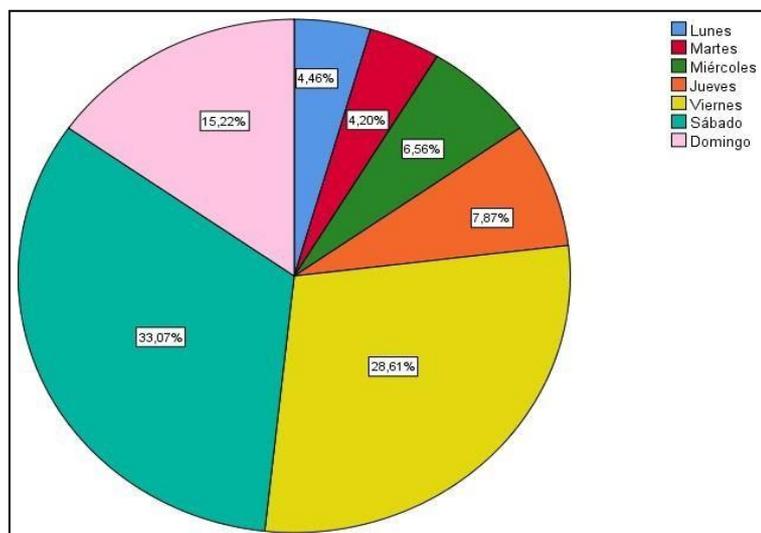


Gráfico 8-3. Frecuencia de visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

Entre el viernes, sábado y domingo se registra la mayor visita a una cafetería con el 76,9% de los encuestados manifiestan que visitan una cafetería, solo el 23,10% visitan los lunes, martes, miércoles y jueves.

Pregunta 7: Que rango consume por persona en su visita en una cafetería

En la pregunta 7 se consulta el rango de consumo en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 9-3 que a continuación se observa:

Tabla 9-3: Rango de consumo en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Hasta 5 Dólares	234	61,4	61,4
entre \$5,01 hasta \$ 10,00	114	29,9	91,3
Entre 10,01 – 20 dólares	29	7,6	99,0
Mas de 20 dólares	4	1,0	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

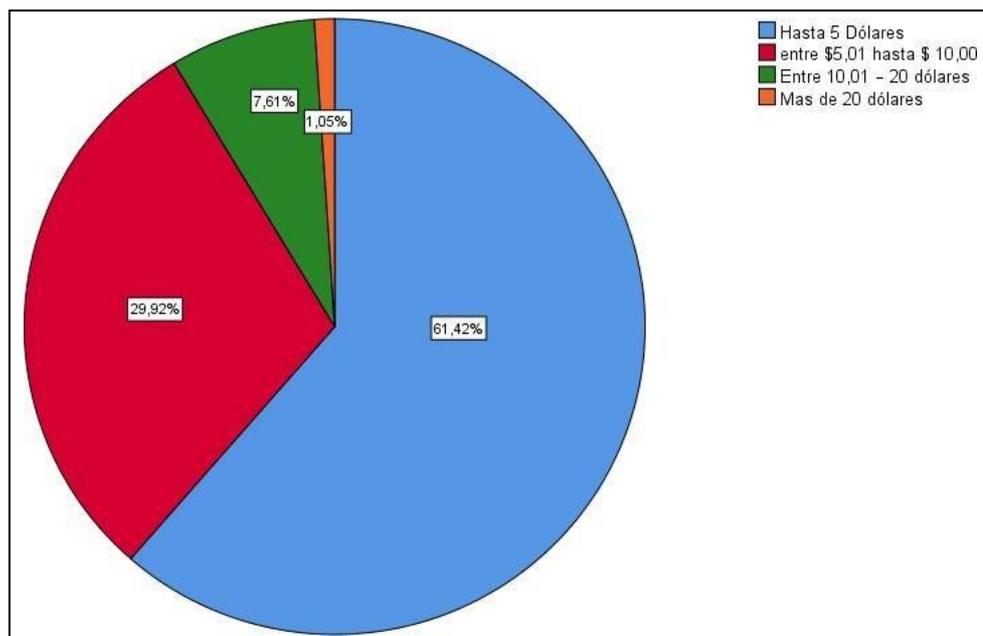


Gráfico 9-3. Rango de consumo en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

Hasta 5 dólares gastan el 61,42% de los encuestados por persona cuando visitan una cafetería, el 29,92% de los encuestados consumen o gastan desde 5,01 hasta 10 dólares por persona, tan solo el 8,66% gastan o consumen más de 10,01 dólares en adelante por persona.

Pregunta 8a: Califique cada uno de los siguientes factores que influyen en la visita a una cafetería
Precio

En la pregunta 8a se consulta el factor Precio que influye en la visita a una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 10-3 que a continuación se observa:

Tabla 10-3: Calificación Factor Precio que influye en visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	21	5,5	5,5
Poco Importante	45	11,8	17,3
Ni Poco Ni Importante	92	24,1	41,5
Importante	78	20,5	61,9
Muy Importante	145	38,1	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

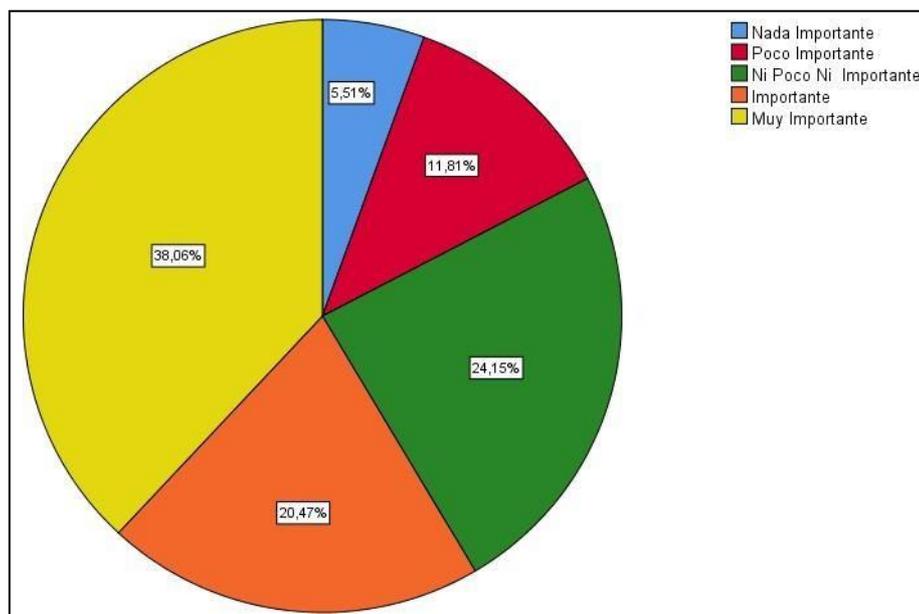


Gráfico 10-3. Calificación Factor precio que influye en visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 82,68% consideran al precio una variable desde el término medio hasta Muy importante cuando visitan una cafetería, tan solo el 17,32% de los encuestados califican al precio como una variable de nada o poco Importante cuando visitan una cafetería.

Pregunta 8b: Califique cada uno de los siguientes factores que influyen en la visita a una cafetería Ambiente

En la pregunta 8b se consulta el factor Ambiente que influye en la visita a una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 11-3 que a continuación se observa:

Tabla 11-3: Calificación Factor Ambiente que influye en visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	12	3,1	3,1
Poco Importante	12	3,1	6,3
Ni Poco Ni Importante	44	11,5	17,8
Importante	129	33,9	51,7
Muy Importante	184	48,3	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

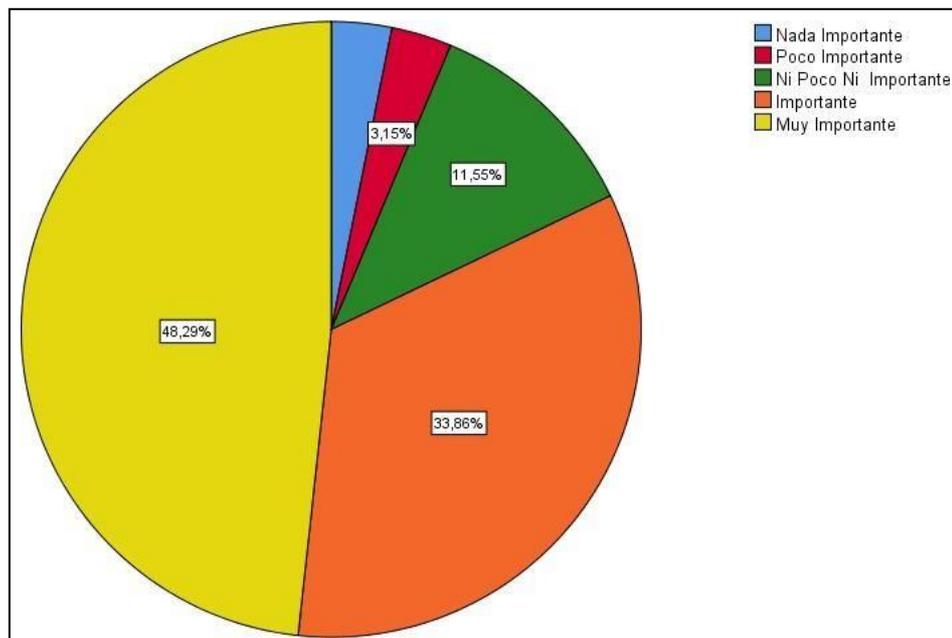


Gráfico 11-3. Calificación Factor Ambiente que influye en visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 93,70% consideran al Ambiente una variable desde el término medio hasta Muy importante cuando visitan una cafetería, tan solo el 6,3% de los encuestados califican al Ambiente como una variable de nada o poco Importante cuando visitan una cafetería.

Pregunta 8c: Califique cada uno de los siguientes factores que influyen en la visita a una cafetería Variedad de Productos

En la pregunta 8c se consulta el factor Variedad de Productos que influye en la visita a una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 12-3 que a continuación se observa:

Tabla 12-3: Calificación Factor Variedad de Productos que influye en visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	2	,5	,5
Poco Importante	16	4,2	4,7
Ni Poco Ni Importante	61	16,0	20,7
Importante	125	32,8	53,5
Muy Importante	177	46,5	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

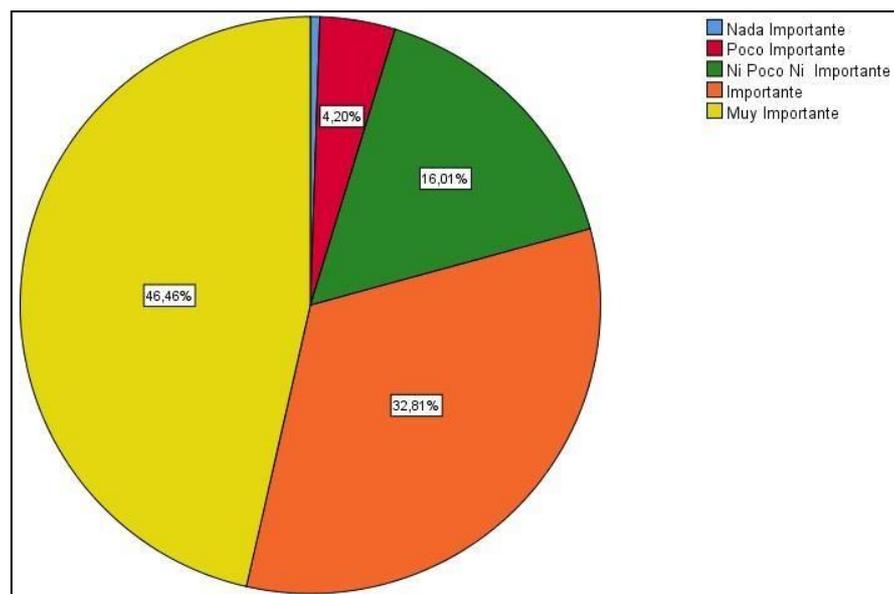


Gráfico 12-3. Calificación Factor Variedad de Productos que influye en visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 95,28% consideran a la Variedad de Productos una variable desde el término medio hasta Muy importante cuando visitan una cafetería, tan solo el 4,72% de los encuestados califican al Variedad de Productos como una variable de nada o poco Importante cuando visitan una cafetería.

Pregunta 8d: Califique cada uno de los siguientes factores que influyen en la visita a una cafetería Rapidez

En la pregunta 8d se consulta el factor Rapidez que influye en la visita a una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 13-3 que a continuación se observa:

Tabla 13-3: Calificación Factor Rapidez que influye en visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	3	,8	,8
Poco Importante	24	6,3	7,1
Ni Poco Ni Importante	69	18,1	25,2
Importante	116	30,4	55,6
Muy Importante	169	44,4	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

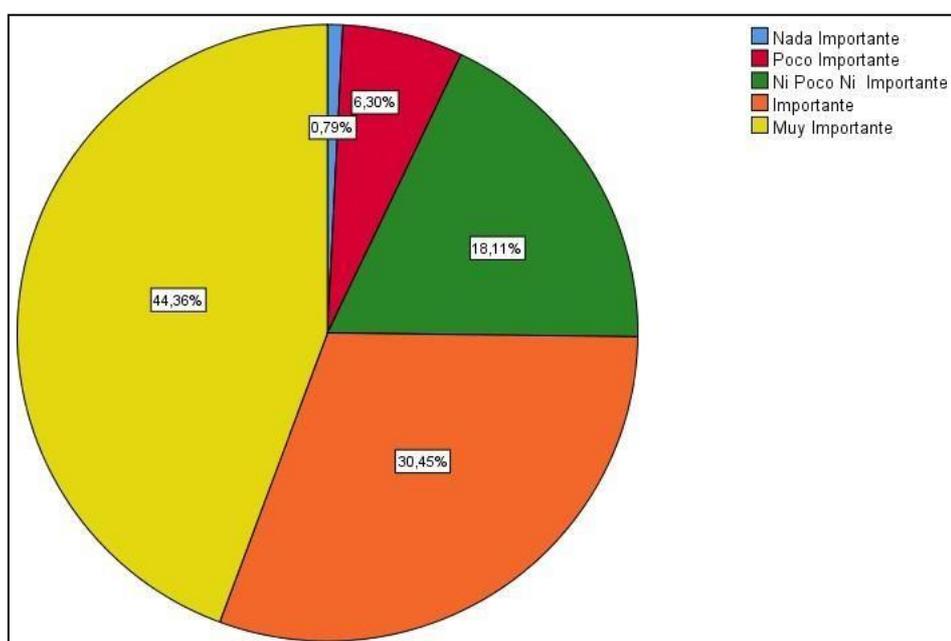


Gráfico 13-3. Calificación Factor Rapidez que influye en visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 92,91% consideran a la Rapidez una variable desde el término medio hasta Muy importante cuando visitan una cafetería, tan solo el 7,09% de los encuestados califican a la Rapidez como una variable de nada o poco Importante cuando visitan una cafetería.

Pregunta 8e: Califique cada uno de los siguientes factores que influyen en la visita a una cafetería Servicio

En la pregunta 8e se consulta el factor Servicio que influye en la visita a una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 14-3 que a continuación se observa:

Tabla 14-3: Calificación Factor Servicio que influye en visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	3	,8	,8
Poco Importante	5	1,3	2,1
Ni Poco Ni Importante	32	8,4	10,5
Importante	88	23,1	33,6
Muy Importante	253	66,4	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

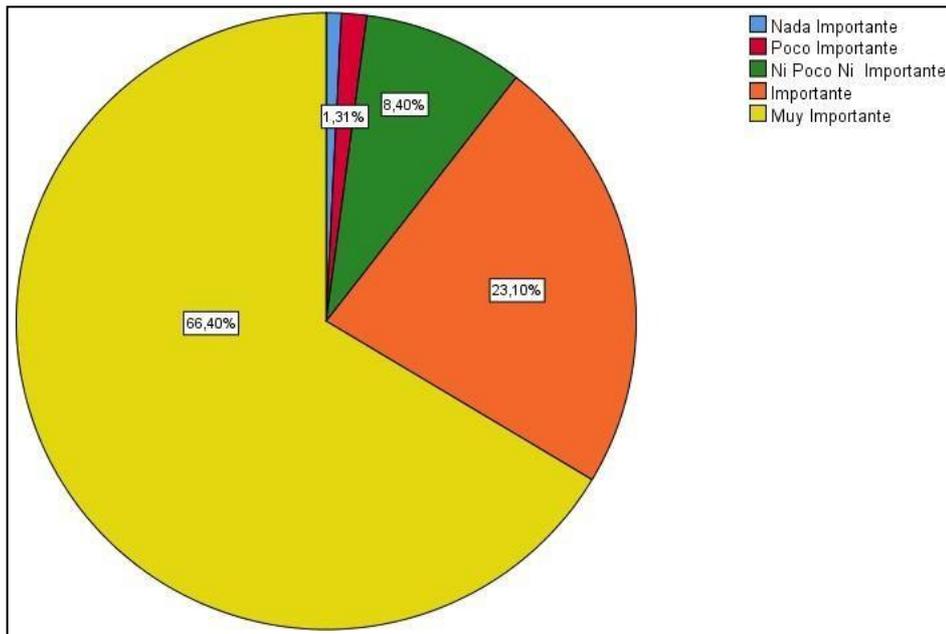


Gráfico 14-3. Calificación Factor Servicio que influye en visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 97,90% consideran al Servicio una variable desde el término medio hasta Muy importante cuando visitan una cafetería, tan solo el 2,10% de los encuestados califican al Servicio como una variable de nada o poco Importante cuando visitan una cafetería.

Pregunta 8f: Califique cada uno de los siguientes factores que influyen en la visita a una cafetería Temática del local

En la pregunta 8f se consulta el factor Temática del local que influye en la visita a una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 15-3 que a continuación se observa:

Tabla 15-3: Calificación Factor Temática del local que influye en visita a una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	11	2,9	2,9
Poco Importante	27	7,1	10,0
Ni Poco Ni Importante	76	19,9	29,9
Importante	124	32,5	62,5
Muy Importante	143	37,5	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

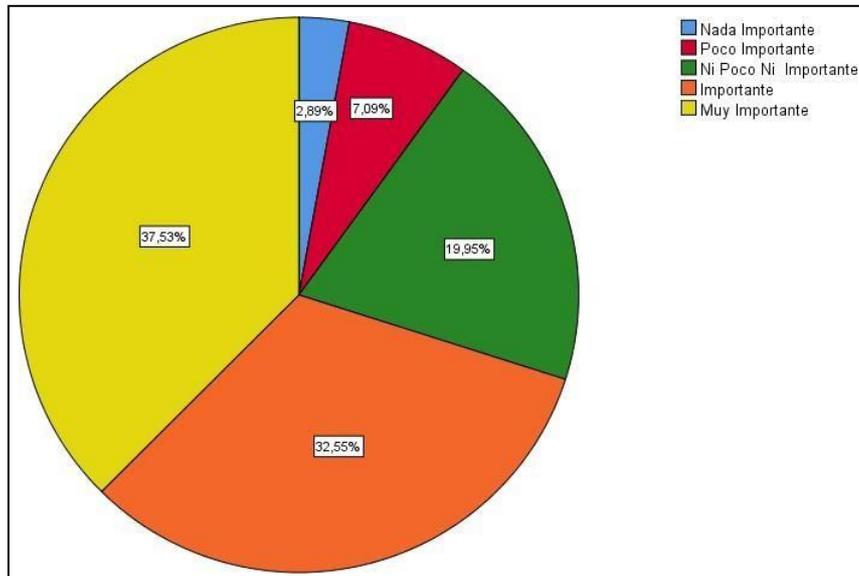


Gráfico 15-3. Calificación Factor Temática del local que influye en visita a una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 90,02% consideran a la Temática del local una variable desde el término medio hasta Muy importante cuando visitan una cafetería, tan solo el 9,98% de los encuestados califican a la Temática del local como una variable de nada o poco Importante cuando visitan una cafetería.

Pregunta 9: Con qué tipo de persona frecuenta una cafetería escoja 1 sola opción

En la pregunta 9 se consulta Con que tipo de persona visita una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 16-3 que a continuación se observa:

Tabla 16-3: Con que persona visita una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Pareja	91	23,9	23,9
Amigos	161	42,3	66,1
Familia	119	31,2	97,4
Otros	10	2,6	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

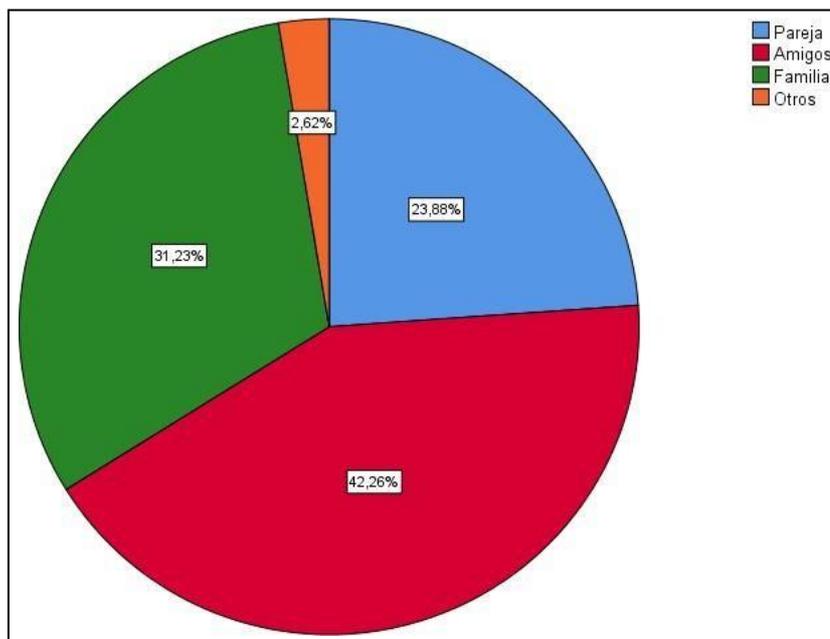


Gráfico 16-3. Con que persona visita una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 42,26% de los encuestados manifiestan que salen a una cafetería con los amigos, el 31,23% visita una cafetería con miembros de la familia, el 23,88% lo hacen con la pareja y tan solo el 2,62% de los encuestados manifiestan que visitan una cafetería con otro tipo de personas que puede ser por negocios o por otra razón.

Pregunta 10: En que sector debería estar ubicado la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba

En la pregunta 10 se consulta el sector donde se ubicaría la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba, los resultados se muestran en la tabla 17-3 que a continuación se observa:

Tabla 17-3: Ubicación sugerida de la cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Centro de la ciudad	222	58,3	58,3
Norte de la Ciudad	81	21,3	79,5
Paseo Shopping	78	20,5	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

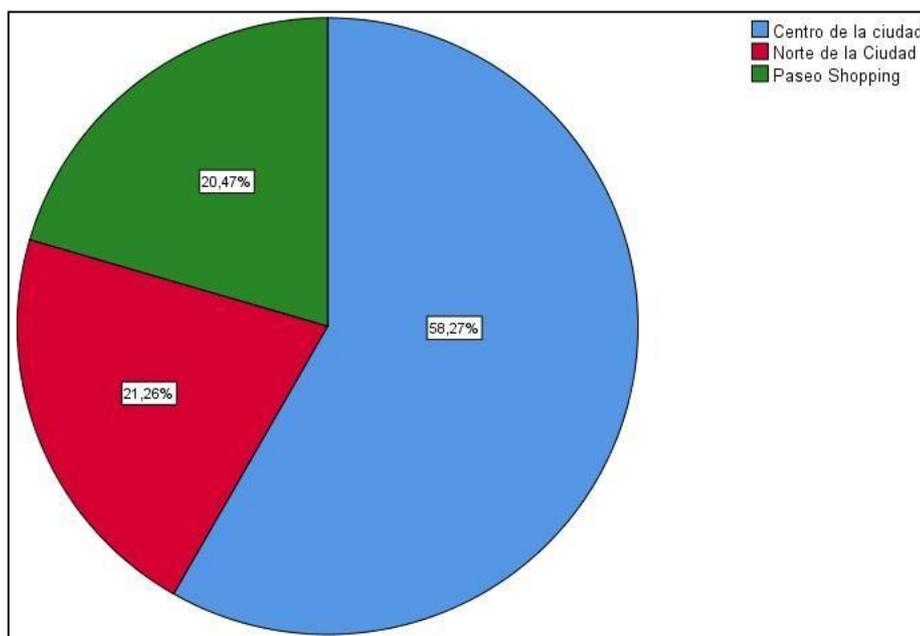


Gráfico 17-3. Ubicación sugerida de la cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 58,27% de los encuestados manifiestan que le gustaría que la cafetería Sweet and Coffe este ubicado en el centro de la ciudad, el 21,26% de los encuestados manifiestan que le gustaría que la cafetería Sweet and Coffe este ubicado en el norte de la ciudad y el 20,47% de los encuestados

les gustaría que la cafetería Sweet and Coffe este ubicado en el centro comercial paseo Shopping de la ciudad de Riobamba.

Pregunta 11: Entre las siguientes opciones escoja (1) cual es la Cafeterías más preferida

En la pregunta 11 se consulta Preferencia de la competencia en la ciudad de Riobamba, los resultados se muestran en la tabla 18-3 que a continuación se observa:

Tabla 18-3: Preferencia de la competencia de la cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Café Ejecutivo	48	12,6	12,6
Kafecito	22	5,8	18,4
Café del tren	12	3,1	21,5
Café Paola	37	9,7	31,2
Brothers Café	27	7,1	38,3
Verde Limón	24	6,3	44,6
Gelatto Café	35	9,2	53,8
Cafeteate	18	4,7	58,5
Donut Express	49	12,9	71,4
Crepe & Company	53	13,9	85,3
Otros	56	14,7	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

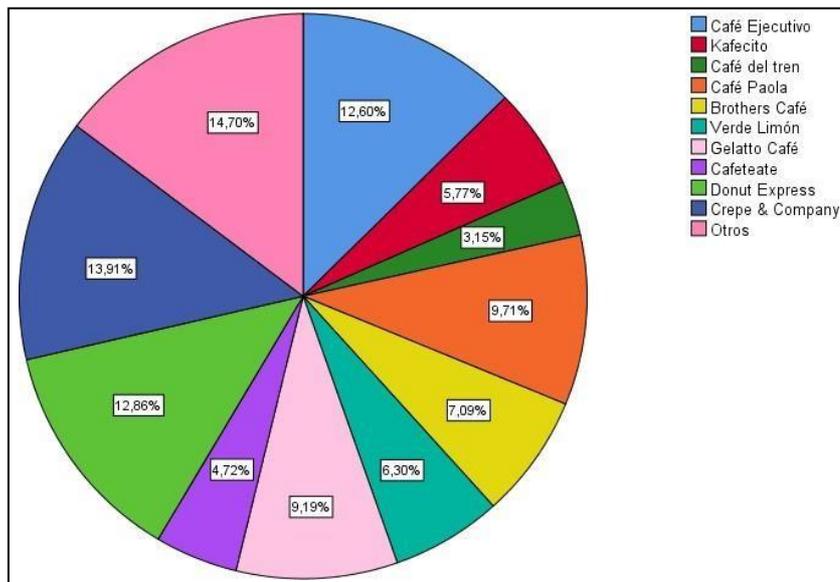


Gráfico 18-3. Preferencia de la competencia de la cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 14,70% de los encuestados manifiestan que del listado enunciado no visitan esas cafeterías, luego sigue la cafetería Crepe and Compañy, sigue Donut Express, sigue Café Ejecutivo, luego Café Paola y Gelatto Café están entra las principales cafeterías de la ciudad de Riobamba.

Pregunta 12a: Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita Bebidas Con Café (Calientes)

En la pregunta 12a se consulta que califique el tipo de bebidas con café (calientes) en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 19-3 que a continuación se observa:

Tabla 19-3: Califique el tipo de las bebidas de café (calientes) en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	14	3,7	3,7
Poco Importante	32	8,4	12,1
Ni Poco Ni Importante	68	17,8	29,9
Importante	94	24,7	54,6
Muy Importante	173	45,4	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

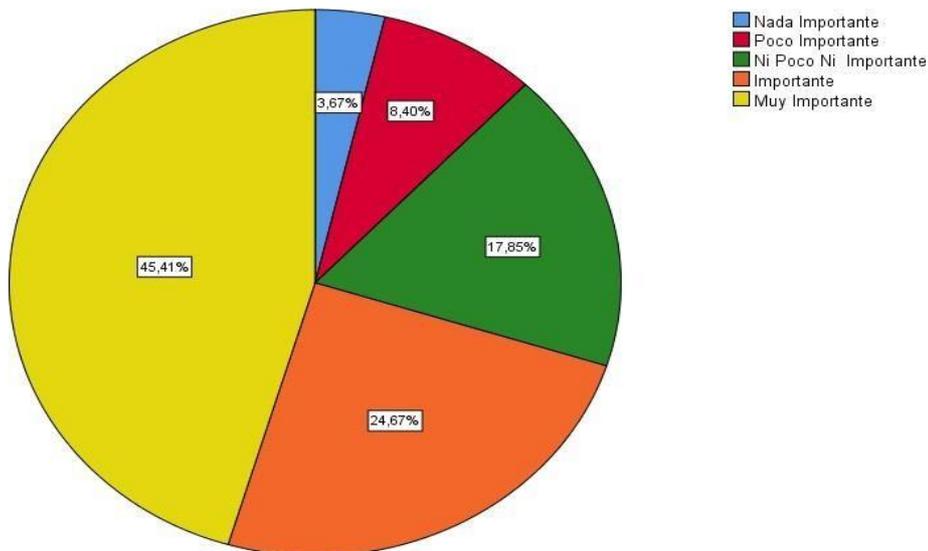


Gráfico 19-3. Califique el tipo de bebidas de café (calientes) en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 87,93% consideran a las bebidas con café (calientes), desde el término medio hasta Muy importante su consumo cuando visitan una cafetería es decir se puede decir que consumen esta bebida bastante, tan solo el 12,07% de los encuestados califican a las bebidas con café (calientes) como una bebida de nada o poco Importante su consumo cuando visitan una cafetería.

Pregunta 12b: Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita Milkshakes y bebidas Sweet cocoa (frías)

En la pregunta 12b se consulta que califique el tipo de bebidas Milkshakes y bebidas sweet cocoa (frías) en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 20-3 que a continuación se observa:

Tabla 20-3: Califique el tipo de las Milkshakes y bebidas Sweet cocoa (frías) en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	23	6,0	6,0
Poco Importante	55	14,4	20,5
Ni Poco Ni Importante	65	17,1	37,5
Importante	115	30,2	67,7
Muy Importante	123	32,3	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

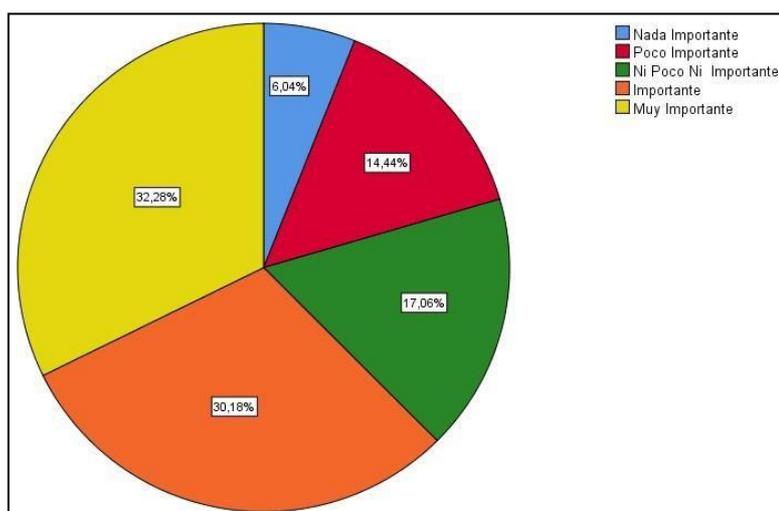


Gráfico 20-3. Califique el tipo de Milkshakes y bebidas Sweet cocoa (frías) en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados el 79,52% consideran a los Milkshakes y bebidas Sweet cocoa (frías) desde el término medio hasta Muy importante su consumo cuando visitan una cafetería es decir que el consumo de esta bebida es bastante, tan solo el 20,48% de los encuestados califican a la Milkshakes y bebidas Sweet cocoa (frías) como una bebida de nada o poco Importante su consumo cuando visitan una cafetería un poco más el porcentaje de las bebidas calientes.

Pregunta 12c: Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita Té, Blends e infusiones

En la pregunta 12c se consulta que califique el tipo de bebidas Té, Blends e infusiones en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 21-3 que a continuación se observa:

Tabla 21-3: Califique el tipo de Té, Blends e infusiones en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	32	8,4	8,4
Poco Importante	60	15,7	24,1
Ni Poco Ni Importante	116	30,4	54,6
Importante	106	27,8	82,4
Muy Importante	67	17,6	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

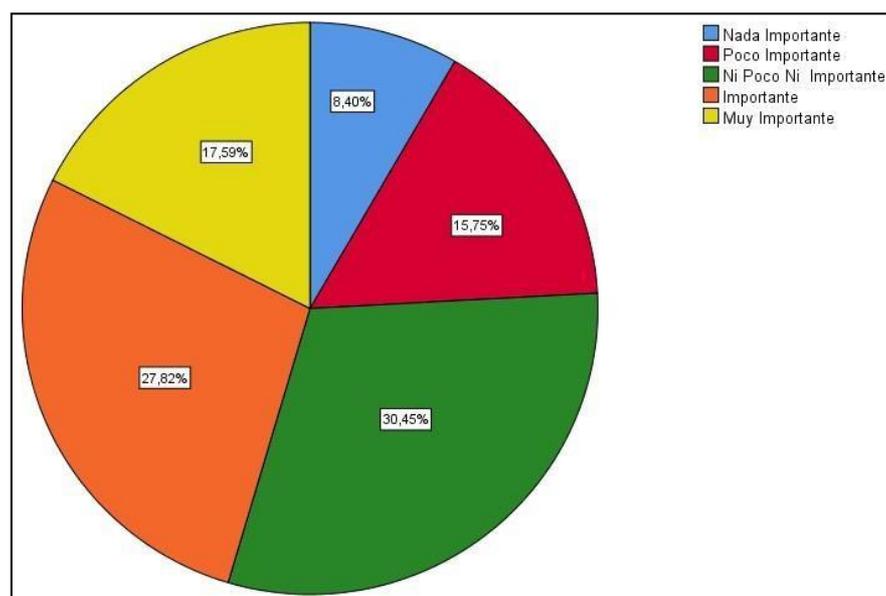


Gráfico 21-3. Califique el tipo de Té, Blends e infusiones en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados en un 75,86% consideran a los Té, Blends e infusiones desde el término medio hasta Muy importante su consumo cuando visitan una cafetería es decir que el consumo de esta bebida es bastante alto, tan solo el 24,14% de los encuestados califican a la Té, Blends e infusiones como una bebida de nada o poco Importante su consumo cuando visitan una cafetería.

Pregunta 12d: Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita Porciones de Postres (Cheesecake, Brownie, etc.)

En la pregunta 12d se consulta que califique el tipo de porciones de postres en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 22-3 que a continuación se observa:

Tabla 22-3: Califique el tipo de porciones de postres en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	8	2,1	2,1
Poco Importante	14	3,7	5,8
Ni Poco Ni Importante	78	20,5	26,2
Importante	129	33,9	60,1
Muy Importante	152	39,9	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

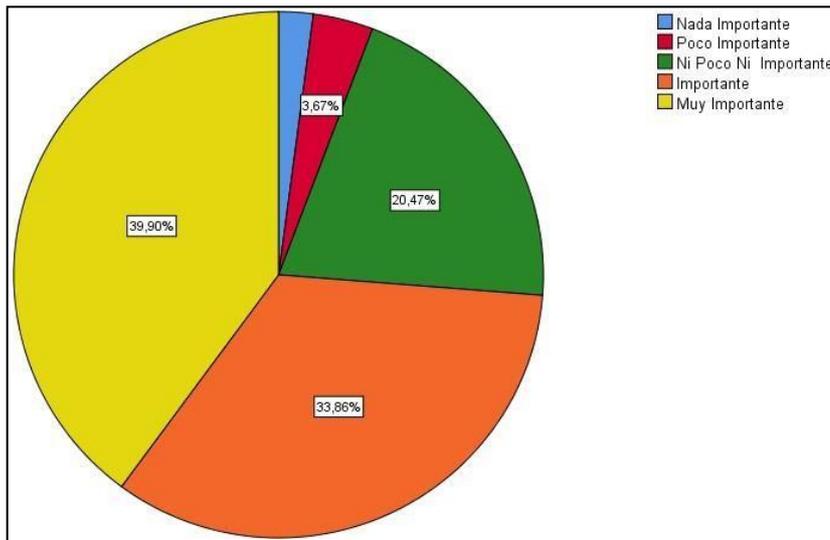


Gráfico 22-3. Califique el tipo de porciones de postres en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados en un 94,26% consideran a los Porciones de Postres (Cheesecake, Brownie, etc.) desde el término medio hasta Muy importante su consumo cuando visitan una cafetería es decir que el consumo de estos postres es bastante alto, tan solo el 5,74% de los encuestados califican a la Porciones de Postres (Cheesecake, Brownie, etc.) como un postre de nada o poco Importante su consumo cuando visitan una cafetería.

Pregunta 12e: Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita Dulces enteros (tortas, cakes, etc.)

En la pregunta 12e se consulta que califique el tipo Dulces enteros (tortas, cakes, etc.) en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 23-3 que a continuación se observa:

Tabla 23-3: Califque el tipo de Dulces enteros (tortas, cakes, etc.) en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	13	3,4	3,4
Poco Importante	24	6,3	9,7
Ni Poco Ni Importante	92	24,1	33,9
Importante	120	31,5	65,4
Muy Importante	132	34,6	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

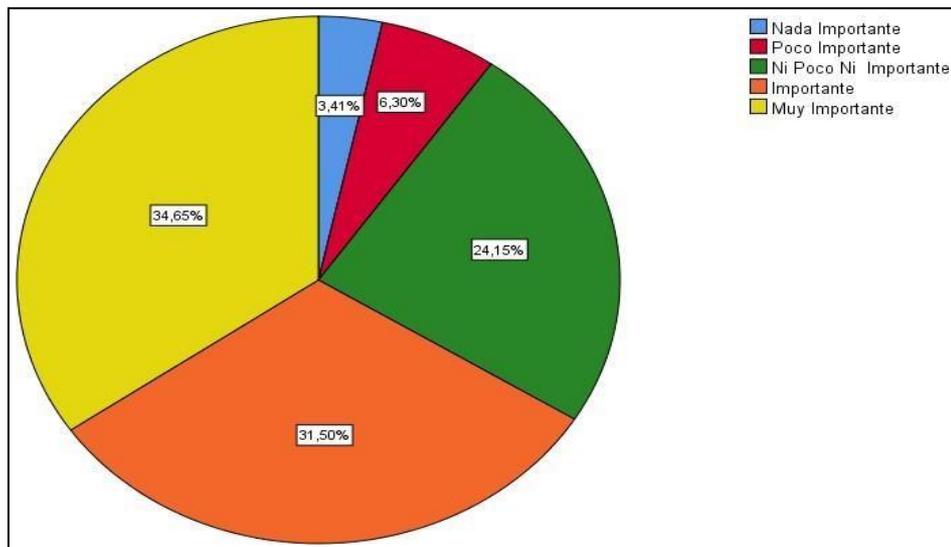


Gráfico 23-3. Califque el tipo de Dulces enteros (tortas, cakes, etc.) en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados en un 90,29% consideran a los Dulces enteros (tortas, cakes, etc.) desde el término medio hasta Muy importante su consumo cuando visitan una cafetería es decir que el consumo de estos postres es bastante alto, tan solo el 9,71% de los encuestados califican a la Dulces enteros (tortas, cakes, etc.) como un postre de nada o poco Importante su consumo cuando visitan una cafetería.

Pregunta 12f: Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita Productos de Sal (Pociones, bites, sánduches)

En la pregunta 12f se consulta que califique el tipo Productos de Sal (Pociones, bites, sánduches) en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 24-3 que a continuación se observa:

Tabla 24-3: Califique el tipo de Productos de Sal (Pociones, bites, sánduches) en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	14	3,7	3,7
Poco Importante	38	10,0	13,6
Ni Poco Ni Importante	91	23,9	37,5
Importante	119	31,2	68,8
Muy Importante	119	31,2	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

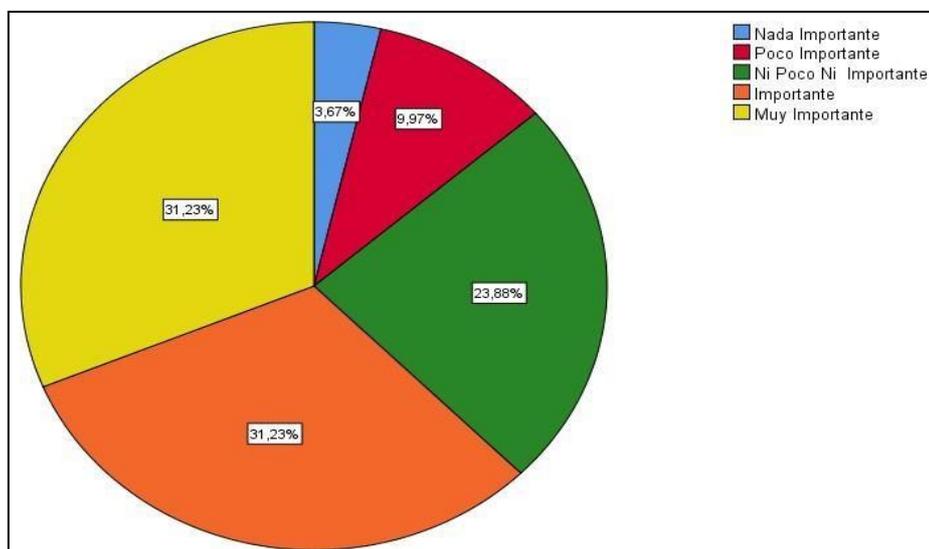


Gráfico 24-3. Califique el tipo de Productos de Sal (Pociones, bites, sánduches) en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados en un 86,36% consideran a los productos de Sal (Pociones, bites, sánduches) desde el término medio hasta Muy importante su consumo cuando visitan una cafetería es decir que el consumo de estos postres es bastante alto, tan solo el 13,54% de los encuestados califican a la Productos de Sal (Pociones, bites, sánduches) como un producto de nada o poco Importante su consumo cuando visitan una cafetería.

Pregunta 12g: Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita
 Productos Jugos y bebidas embotelladas

En la pregunta 12g se consulta que califique el tipo Productos de Jugos y bebidas embotelladas en una cafetería, los resultados se muestran en la tabla 25-3 que a continuación se observa:

Tabla 25-3: Califique el tipo de Productos de Jugos y bebidas embotelladas en una cafetería

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Nada Importante	40	10,5	10,5
Poco Importante	49	12,9	23,4
Ni Poco Ni Importante	101	26,5	49,9
Importante	76	19,9	69,8
Muy Importante	115	30,2	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

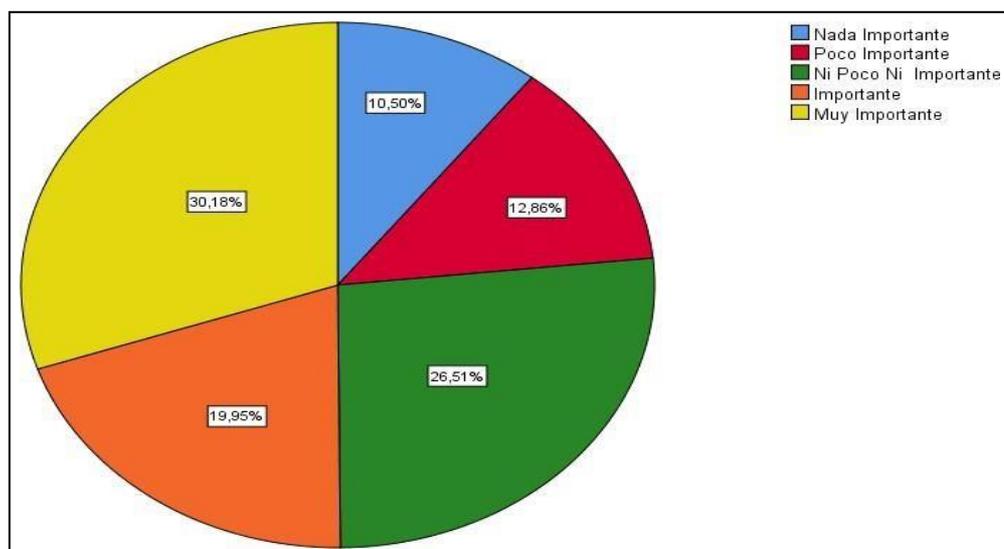


Gráfico 25-3. Califique el tipo de Productos de Jugos y bebidas embotelladas en una cafetería

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

La mayoría de los encuestados en un 76,64% consideran a los productos de Jugos y bebidas embotelladas desde el término medio hasta Muy importante su consumo cuando visitan una cafetería es decir que el consumo de estos postres es bastante alto, tan solo el 23,36% de los

encuestados califican a la Productos de Jugos y bebidas embotelladas como un producto de nada o poco Importante su consumo cuando visitan una cafetería.

Pregunta 13: Piensa Usted que proyecto de puesta en marcha de la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba

En la pregunta 13 se consulta que la puesta en marcha de la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba, los resultados se muestran en la tabla 26-3 que a continuación se observa:

Tabla 26-3: Sweet and Coffe mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba.

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Si	299	78,5	78,5
No	82	21,5	100,0
Total	381	100,0	

Fuente: Encuestas

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

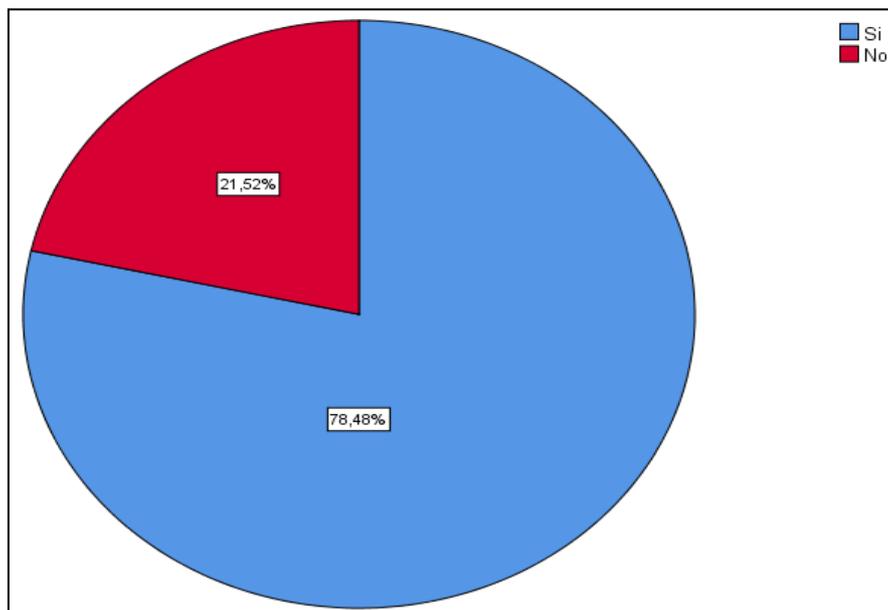


Gráfico 26-3. Sweet and Coffe mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Dayana A., Cajamarca S. 2021

Interpretación.

El 78,48% de los encuestados piensan que la puesta en marcha de la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba Si mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba, tan solo

el 21,52 de los encuestados manifiestan que la puesta en marcha de la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba No mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba.

3.2 Discusión de Resultados

Los principales hallazgos de la investigación se los muestra en las principales preguntas de la encuesta que se aplicó a la muestra tomada en la ciudad de Riobamba cuyos resultados son los siguientes:

En la pregunta N° 3 que es Frecuenta una cafetería, el 56,40% de los encuestados manifiestan que Si frecuentan una cafetería.

En la pregunta N° 4 de la encuesta que es Le gustaría que la Franquicia Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba, el 92,65 de los encuestados les gustaría que si se instale la franquicia en la ciudad de Riobamba.

Los principales días que visitan una cafetería son los viernes, sábado y domingo con un total del 76,9% del total de encuestados que fue la respuesta en la pregunta N° 6 de la encuesta.

La mayoría de los encuestados tienen un gasto cuando visitan una cafetería desde 0 hasta los \$ 10,00; como se muestra en los resultados de la pregunta N° 7 de la encuesta.

El Servicio, el ambiente, la rapidez, la variedad de los productos, la temática y los precios en ese orden son los principales factores Muy importantes que influyen cuando una persona visita una cafetería se visita una cafetería como lo demuestra los resultados a la pregunta N° 8 de la encuesta realizado a la muestra de la población de la ciudad de Riobamba.

Las personas que visitan una cafetería en su mayoría lo hacen con amigos, seguidos con algún familiar y por la pareja como lo demuestra la pregunta 9 de la encuesta realizado a la muestra de la población de la ciudad de Riobamba.

El mejor sector que los encuestados mencionan para que se ubique o localice la Franquicia Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba es el centro de la ciudad seguido por el norte de la ciudad y por último en el paseo shopping de la ciudad de Riobamba.

Las bebidas calientes de café son las más consumidas o preferidas de los encuestados cuando visitan una cafetería en la ciudad de Riobamba, seguido por las porciones de postres, las bebidas frías entre los productos más importantes y consumidos cuando visitan una cafetería son las respuestas de los encuestados en la pregunta N° 12.

Para verificar la Idea a defender que es: El Proyecto para el establecimiento de una Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba en el periodo 2020 mejorará la situación económica de la zona, se realizó la pregunta N° 13 de la encuesta para lo cual se tienen los siguiente resultado el 78,46% de los encuestados piensan que la instalación de la Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba Si mejorará la situación económica de la zona de afluencia, por lo que se comprueba la idea a defender del presente trabajo de Investigación.

3.3 Propuesta

La propuesta para el trabajo de investigación para el Proyecto para el establecimiento de una Franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba consta de 4 apartados principales que son el estudio de mercado, el estudio técnico, estudio económico – financiero y las evaluaciones para lo cual se detalla cada uno a continuación

3.3.1 Estudio de Mercado

El estudio de mercado es la parte medular de todo proyecto de inversión ya que en ella se determina la oferta, la demanda, la demanda insatisfecha, los precios sugeridos, los canales de distribución entre otros aspectos y de este estudio parte o se derivan los otros estudios del proyecto de inversión.

En este estudio a partir de la encuesta a la muestra de la población económicamente activa y a la muestra que representa 81 personas hombres o mujeres de los cuales se obtuvo los datos para determinar la demanda.

3.3.1.1 El Producto

El producto es el bien o el servicio que se ofrece al mercado con el fin de poder satisfacer las necesidades de los consumidores,

La cafetería Sweet and Coffe inicia sus actividades en la ciudad de Guayaquil como un emprendimiento los novios en ese entonces los señores Richard Peet y Soledad Hanna por el año de 1997 inician con su primer local en el mall del Sol, los dulces que preparaba la Señora Hanna sirvió de inspiración para crear un lugar especializado en cafetería y postres que se convirtió en la base de la franquicia se conoce el día de hoy, no solo a nivel nacional sino a nivel internacional, inicialmente la oferta de productos se definió en un 50% de variedades de café y 50% de variedad de postres.

Uno de los factores importantes para el crecimiento de la franquicia es el crecimiento de los centros comerciales, lo que conllevó a abrir más locales en la ciudad de Guayaquil y Quito.

Actualmente cuenta con 48 locales en la ciudad de Guayaquil, en el cantón Samborondón 8 locales, en el cantón Durán 2, en la ciudad de Quito la capital de los ecuatorianos cuenta con 27 locales y por último 1 local en la ciudad de Ambato

Dentro de los productos principales están: las Bebidas y los productos de vitrina clasificados en de dulce y de sal.

Dulces Clásicos. Son hechos con recetas tradicionales al estilo de Sweet & Coffe entre4 los cuales tenemos los siguientes productos: Avena Bircher, Dulce de tres Leches, Dulce de Cuatro leches, Holiday Rum Cake, Pan de Banano, Pan de blueberries y Yogurt, Pan de Zapallo, Pie de limón, Red Velvet Muffin, Parfait de Yogurt Griego.



Figura 1-3. Dulces Clásicos, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Chocolate. Son realizados con las mejores recetas cuya principal materia prima es un fino chocolate, existe gran variedad de productos como la torta mojada de chocolate hasta la combinación con manjar y chispas de chocolate. Entre los cuales tenemos: Brownie, Christmas Dark Chocolate Muffin, Love Tart, Mojada de Chocolate, Muffin de Chocolate, Ponqué de Chispas de Chocolates semiamargo, Sweet & Coffe Yogurt Griego, Parfait de Yogurt Griego.



Figura 2-3. Dulces Chocolate, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Frutales. Estos postres son elaborados con la mejor selección de frutas frescas para todos los paladares. Entre los cuales tenemos Cake de Zanahoria, Cheesecake clásico de frutilla, Queso de Coco, Torta de Naranja, Torta de manzana y nuez, Torta de naranja entre otros.



Figura 3-3. Dulces Frutales, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Bites. Es la selección de productos en porciones pequeñas para combinar entre sí o con una taza de café. Se tiene los siguientes productos: Croissant de Chocolate, Masitas de Nuez, Mini Amaretto Cake, Mini Cheesecake Brownie Caramel, Palitos de canela y nuez, Rollitos de membrillo,



Figura 4-3. Bites de dulce, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Postres de Sal

Dentro de esta variedad están los clásicos, los sánduches y los bites

Clásicos. La mejor selección de postres de sal con ingredientes típico y características de nuestro país. Dentro de este grupo existen productos como Humitas, palitos de queso, Tarta de espinaca,

Tarta de jamón y queso, Tarta de Choclo, Bolón Pintón, Tarta de acelga, Muffin de queso. Paste de pollo y Camote,



Figura 5-3. Postre de sal Clásicos, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Sánduches. Son elaborados en la planta situada en la ciudad de guayaquil bajo los más altos estándares de calidad, de igual manera el pan se produce en la planta, dentro de los cuales encontramos productos como: Croissant de Jamón y Queso, Croissant de Queso, Sánduche de Capresse con Chía, Sánduche de pavo, Sánduche de Pollo con aderezo light, Sánduche de pernil, Tostada de Jamón y Queso, Tostada de Queso, entre otros.



Figura 6-3. Sanduches, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Bites. Son ideales para acompañar con una variedad de café son porciones pequeñas de los productos de sal anteriormente mencionados dentro de los cuales podemos tener: Avena Bircher, Masitas de Nuez, palitos de queso, entre otros productos.



Figura 7-3. Bites de Sal, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Dentro de las bebidas tenemos bebidas con café; Milkshakes y bebidas Sweet Cocoa: las bebidas de te blends e infusiones y Jugos y bebidas embotelladas.

Bebidas con café dentro de este grupo de bebidas se dispone de los siguientes productos: Christmas Cappuccino, Espresso, Espresso Cappuccino, Espresso Mocaccino, Machiato, Machiato dulce de leche, Cortado, americano, americano con leche, Café Latte, Café bombón, Cappuccino, Cappuccino dulce de leche, Cappuccino caliente de la casa, Mocaccino, Cappuccino frio de la casa, Latte frio, Iced Coffe, Frappelatte, Frappelatte dulce de leche, Mocca Frappelatte, Power latte frio, Moca Power latte frio,



Figura 8-3. Bebidas con café, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Milkshakes y bebidas Sweet Cocoa. dentro de este subgrupo de bebidas tenemos productos como: Chocolate Sweet Cocoa caliente, Chocolate Sweet Cocoa frío, Cocoa Fit, Milkshake clásico de vainilla, Milkshake clásico de frutilla, Milkshake clásico de chocolate, Cappuccino Shake, Mocca milkshake, Oreo cookie shake, Cookies & Carmel Milkshake, Tango cookie shake.



Figura 9-3. Milkshakes y bebidas Sweet Cocoa, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Bebidas de té blends e infusiones dentro de este subgrupo de bebidas tenemos productos como: Té helado, Chai Tea Latte caliente, Chai Tea Latte frío, Infusión de frutas deshidratadas – frutos tropicales, Infusión de frutas deshidratadas – frutos rojos, Infusión de frutas deshidratadas – jengibre, Agua aromática, Blend de lemon ginger caliente, Blend de Jamaica and berries caliente, blend de Lemmon ginger frío.



Figura 10-3. Bebidas de té e infusiones, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Jugos y bebidas embotelladas dentro de este subgrupo de bebidas tenemos productos como: Frappelatte embotellado, Jugo cold pressed JUCY naranja, Jugo cold pressed JUCY sandía, Agua de coco cold pressed JUCY, Jugo natural Frozen de guanábana, Jugo natural Frozen de Maracuyá, Jugo natural Frozen de Mango, y gaseosas.



Figura 11-3. Jugos y bebidas embotelladas, Fuente, (Sweet & Coffe, 2020)

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Todos estos productos van a depender del lugar de ubicación de la franquicia ya que va a depender de qué tipo de cliente llega al local de Sweet & Coffe.

3.3.1.2 Análisis de la Oferta

El objetivo de realizar el estudio de la Oferta es determinar los negocios similares es decir los que ofertan productos de cafetería y que se encuentran actualmente funcionando en la ciudad de Riobamba es decir la competencia que se va a tener.

Según el (MITUR, 2020) Ministerio de Turismo del total de registros en la provincia de Chimborazo cuya actividad principal es la cafetería existen 54 cafeterías en toda la provincia de Chimborazo de los cuales en el cantón Riobamba existen 49 cafeterías cuya capacidad en cada negocio es de 6 mesas de 4 sillas en promedio en cada negocio dando una capacidad total de 24 personas por negocio dando una capacidad total de 1176 personas.

De esta capacidad diaria que es 1176 personas se multiplico por 6 que son los días promedio que atiende una cafetería en la ciudad de Riobamba y por 52 semanas en promedio que hay en un año calendario

En la siguiente tabla 27-3. se establece la oferta proyectada en la ciudad de Riobamba

Tabla 27-3: Oferta proyectada

Detalle	2021	2022	2023	2024	2025
Oferta Proyectada	366.912	372.528	378.144	383.760	389.688

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Para la proyección de los datos de la oferta se tomó el crecimiento poblacional que tiene la ciudad de Riobamba que es del 1,5% anual según datos del (INEC, 2010).

3.3.1.3 Análisis de la Demanda

Se considera a la demanda a la cantidad de personas que pueden o quieren adquirir un bien o servicio, estos datos se obtuvo en el estudio de mercado que se realizó a la muestra de la población de Riobamba.

La franquicia de cafetería de Sweet & Coffe se integra verticalmente hacia atrás porque tiene su propia planta de producción que se encuentra en la ciudad de Guayaquil y se integra verticalmente hacia adelante ya que la franquicia crea sus propia puntos de venta para la distribución donde expenden sus productos a los consumidores,

a.- Segmentación del mercado

Los productos de la cafetería de Sweet & Coffe son principalmente desde estudiantes, empleados público o privado y ejecutivos que en sus tiempos libres buscan un lugar tranquilo donde puedan ir a charlar y a compartir con sus amistades un café o un postre dulce o de sal.

Se segmento la demanda de la siguiente manera del total de la Población de Riobamba que son 174.609 habitantes, se tomó la Población Económicamente Activa de la ciudad de Riobamba PEA que son 76.113 habitantes, de los cuales solo se toma como referencia a la población comprendida entre los 20 años hasta los 65 años que representan el 81% de la PEA que son 61.652 habitantes en la ciudad de Riobamba según las proyecciones del (INEC, 2010).

De los 61.652 habitantes que corresponden a los potenciales compradores o adquirientes de los productos de la franquicia de Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba en la encuesta en la pregunta 4 se determino los potenciales compradores de los productos de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba que son el 92,65% que corresponde a 57.121 habitantes de la ciudad de Riobamba. En la tabla 28-3 se muestra el cálculo de la determinación de la demanda anual según los porcentajes que se obtuvo en la encuesta en la pregunta 4

Tabla 28-3: Cálculo de la Demanda Anual

Frecuencia	% participación	Sub total	Calculo Anual
Diariamente	2,62%	1.497	546.405
1 vez semana	19,43%	11.099	577.148
(+)2 veces semana	13,91%	7.945	826.280
Quincenal	18,11%	10.345	248.280
1 vez mes	45,93%	26.235	314.820
TOTAL	100,00%	57.121	2.512.933

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Se obtiene la cantidad de 2.512.933 potenciales consumidores para la franquicia de Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba la misma se determinó en función de la frecuencia si es diaria se multiplico por 365 días en promedio de un año de la misma manera si es el consumo semanal se multiplico por 52 semanas que son las semanas en promedio que hay en 1 año, si es quincenal se multiplico por 2 quincenas que hay en un mes y por 12 meses que hay en 1 año

En la siguiente tabla 29-3. se establece la demanda proyectada o los potenciales consumidores de franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba

Tabla 29-3: Demanda Proyectada

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda Proyectada	2512933	2550627	2588886	2627720	2667135

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Para la proyección de los datos de la demanda se tomó el crecimiento poblacional que tiene la ciudad de Riobamba que es del 1,5% anual según datos del (INEC, 2010).

3.3.1.4 Análisis de la Demanda Insatisfecha

La demanda Insatisfecha es aquella que demanda que no ha sido satisfecha por los negocios actuales de cafetería en la ciudad de Riobamba y que se puede cubrir con otros negocios similares en la tabla 30-3 se muestra el cálculo de la demanda Insatisfecha.

Tabla 30-3: Demanda Insatisfecha Proyectada

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Demanda	2.512.933	2.550.627	2.588.886	2.627.720	2.667.135
Oferta	366.912	372.528	378.144	383.760	389.688
Demanda Insatisfecha	2.881.866	2.925.177	2.969.053	3.013.504	3.058.848

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

La demanda Insatisfecha son los potenciales clientes que se tiene luego de restar la demanda proyectada menos la oferta proyectada nos da como resultado la demanda insatisfecha para el primer año son de 2.881.886 personas que si lo dividimos para los 365 días del año nos da una demanda insatisfecha diaria de 7.986 clientes diarios para lo cual solo se va a poder escoger el 5% de este valor para el establecimiento de la franquicia de Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba.

3.3.1.5 Análisis de los precios

Para determinar los precios de los productos de la cafetería Sweet & Coffe al ser una franquicia se debe respetar los precios fijados para cada producto determinado por el Franquiciador en este caso de la Marca Sweet & Coffe, se adjunta el listado de precios de los diferentes productos que tienen la franquicia (Ver anexo 1)

3.3.1.6 Análisis de la Comercialización

Para acercar los productos de la franquicia Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba se utilizará un canal corto que es del productor en este caso la franquicia Sweet & Coffe al consumidor final como se muestra en la figura siguiente:

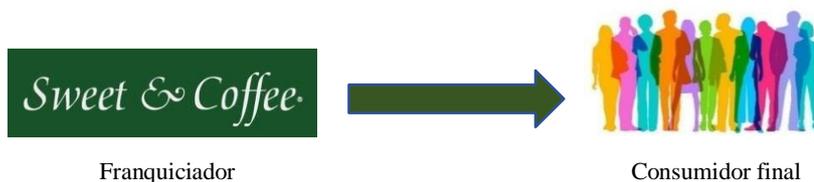


Figura 12-3. Canal de distribución,

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

3.3.2 Estudio Técnico

El estudio técnico pretende verificar si el proyecto es viable en el aspecto técnico como la capacidad o tamaño de la planta, localización, distribución en planta, aspectos de ingeniería como los procesos de producción o de prestación de los servicios entre otros lo cual se detalla a continuación:

3.3.2.1 Tamaño del Proyecto.

El tamaño del proyecto es la capacidad que va a tener el proyecto en este caso la capacidad instalada que tendrá o que pueda cubrir con la demanda insatisfecha del proyecto de franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba.

El tamaño del proyecto va a depender directamente de la demanda insatisfecha que se va a cubrir con el proyecto de la misma manera va a depender de los suministros, el tipo de organización, el financiamiento con que se cuente o los recursos y la superficie que va a tener o donde va a funcionar la franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba.

Existiendo una amplia demanda insatisfecha como se mostró anteriormente para determinar el tamaño del proyecto se va a abarcar solo el 5% de la demanda insatisfecha determinada en el estudio de mercado, para lo cual se muestra en el cuadro siguiente cual puede ser la capacidad máxima de la franquicia Sweet & Coffe.

Tabla 31-3: Tamaño del Proyecto

Años	2021	2022	2023	2024	2025
Tamaño del Proyecto	144.094	146.259	148.452	150.675	152.942

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Al escoger solo el 5% de la demanda insatisfecha se tiene que para el primer año una afluencia de público de 144.094 personas que en promedio diario es de 395 personas diarias.

3.3.2.2 Localización del proyecto.

La localización del proyecto para (Baca Urbina, 2018) “es lo que contribuye en mayor medida a que se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital” (p. 86).

La localización es el lugar óptimo donde va a estar ubicado la franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba para ello existen 2 tipos de localización la Macro y la Micro localización:

Macro Localización.

La franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba su Macro localización será:

País: Ecuador.

Región: Sierra Centro.

Provincia: de Chimborazo

Cantón: Riobamba

Parroquia Urbana:



Figura 13-3. Macro localización Mapa de la Ciudad de Riobamba

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Micro localización.

La localización donde va a estar ubicado el local de la franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba va a depender de muchos factores como parqueadero superficie entre otros de la misma manera existe varios modelos para determinar dónde va a estar ubicado el local, también va a depender de lo que dijeron los futuros clientes en la encuesta realizada a la ciudadanía de la ciudad de Riobamba.

Para determinar la localización óptima donde va a funcionar la franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba se lo realizo mediante el método cualitativo o calificación por factores en la cual se asigna un valor o ponderación a los factores determinantes para cada posible localización luego se asigna una clasificación a cada factor entre un valor de 1 a 10 puntos dependiendo del

grado de importancia para lo cual tenemos en la tabla N° 32-3 los resultados de la determinación de la localización de la planta.

Tabla 32-3: Determinación de la Micro localización

Factor clave	Peso Asignado	Centro Ciudad		Norte Ciudad		Paseo Shopping	
		Calif.	Calif. ponderada	Calif.	Calif. ponderada	Calif.	Calif. ponderada
Costo Arriendo	0,30	7	2,1	7	2,1	4	1,2
Parqueadero	0,30	4	1,2	4	1,2	9	2,7
Transporte Público	0,10	7	0,7	7	0,7	5	0,5
Servicios Básicos	0,20	9	1,8	7	1,4	7	1,4
Infraestructura	0,10	8	0,8	6	0,6	8	0,8
TOTAL	1,00		6,6		6,0		6,6

Fuente: Elaboración Propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El mejor lugar para poner la franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba esta entre el centro de la ciudad posible ubicación en la Avenida Daniel León Borja y Av. Miguel Ángel León Frente al Centro Agrícola de la ciudad de Riobamba, la otra posible ubicación puede ser en el centro comercial Paseo Shopping dentro del patio de comidas y de acuerdo con las encuestas que desean que este en el centro de la ciudad se escoge la zona centro como punto para ubicar la franquicia Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba.

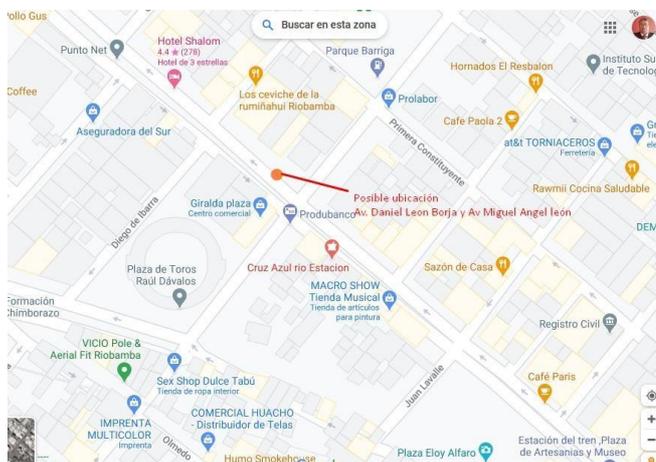


Figura 14-3. Micro localización Mapa de la Ciudad de Riobamba

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

3.3.2.3 Ingeniería del Proyecto

1.- Diagrama de Procesos

Para los principales procesos tenemos los siguientes flujogramas de procesos, en el Anexo 3 se muestra la simbología utilizada en los flujogramas de los procesos, en la figura 15-3 se muestra el proceso de atención al cliente:

a.- Proceso de Atención al cliente

Actividades del Proceso de Atención al cliente

1. Saludar al cliente
2. Presentarle la carta del menú
3. Espera de decisión del cliente
4. Tomar la orden al cliente
5. Calcular el valor total
6. ¿Desea factura?
7. Tomar los datos del cliente
8. Imprimir factura
9. Entregar factura
10. Entregar recibo
11. ¿Va a pagar en efectivo?
12. Cobrar
13. Darle vuelto
14. Pedir cédula del propietario
15. Pasar la tarjeta por la maquina
16. Imprimir boucher
17. Hacer firmar al cliente
18. Entregar el Boucher
19. Dirigirse a la cocina
20. Explicar el pedido del cliente
21. Preparación del pedido
22. ¿El pedido es para llevar?
23. Empacar el pedido
24. Entregar el pedido
25. Agradecer por la compra
26. Emplatar la comida

- 27. Servir al cliente
- 28. Agradecer por la compra

Flujograma de procesos Servicio al Cliente

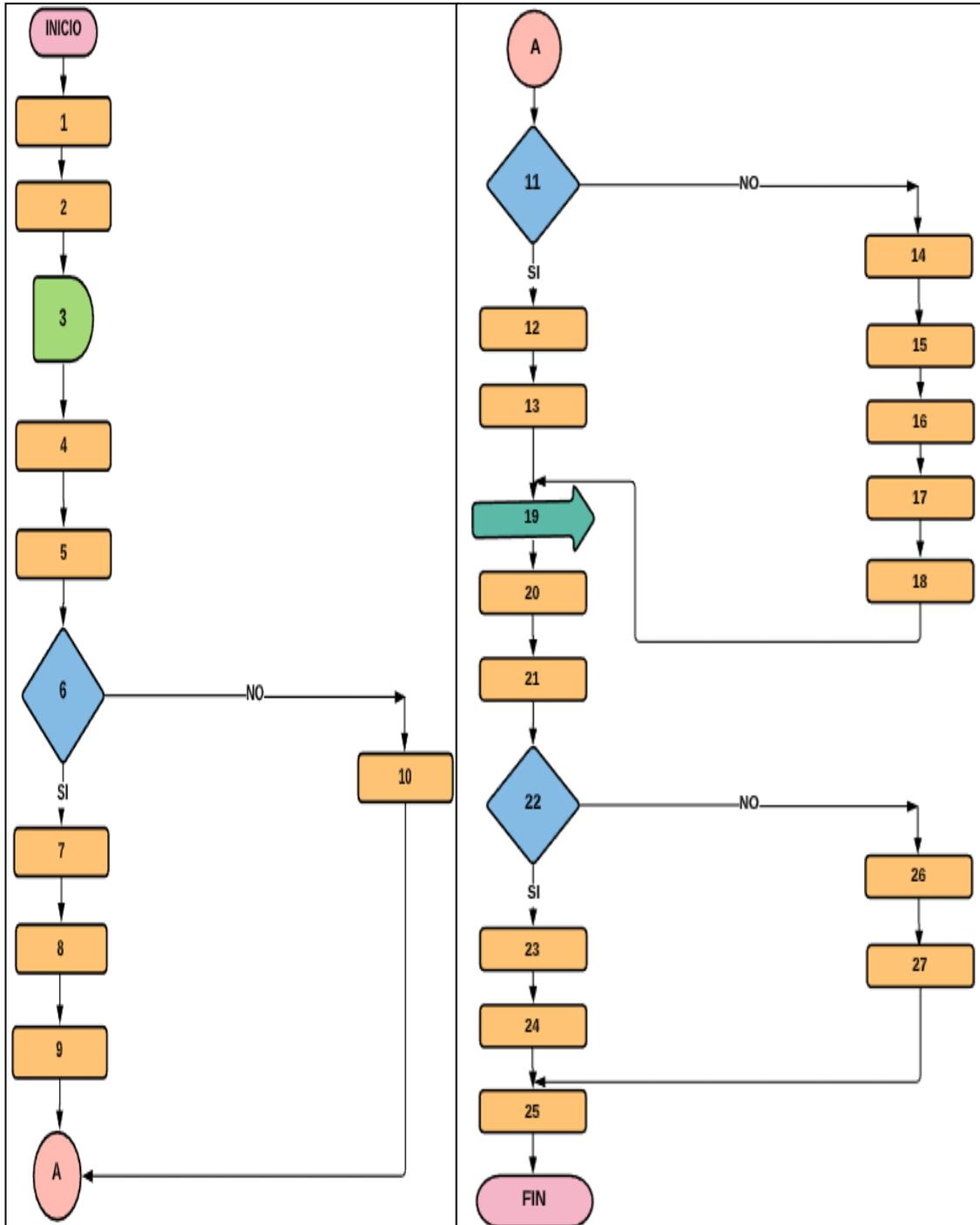


Figura 15-3. Flujo grama de procesos Servicio al Cliente

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

b.- Proceso de preparación de bebidas calientes

Actividades para el proceso de preparación de bebidas calientes

1. Revisar pedidos.
2. Aplicar la receta de la Sede
3. ¿La bebida es Mocachino?
4. Dirigirse al almacenamiento y seleccionar el café
5. Hervir la leche
6. Poner los gramos de café en la licuadora
7. Poner los gramos de azúcar en la licuadora
8. Poner la leche en la licuadora
9. Licuar todos los ingredientes
10. Colocar el producto en el envase
11. Poner crema chantilly encima de la bebida
12. Poner aderezo
13. Colocar sorbete
14. Dirigirse al almacenamiento y seleccionar el café
15. Preparar la cafetera
16. Colocar agua
17. Poner los gramos de café
18. Poner los gramos de azúcar
19. Envasar el producto

Flujograma de Procesos de Preparación de bebidas calientes

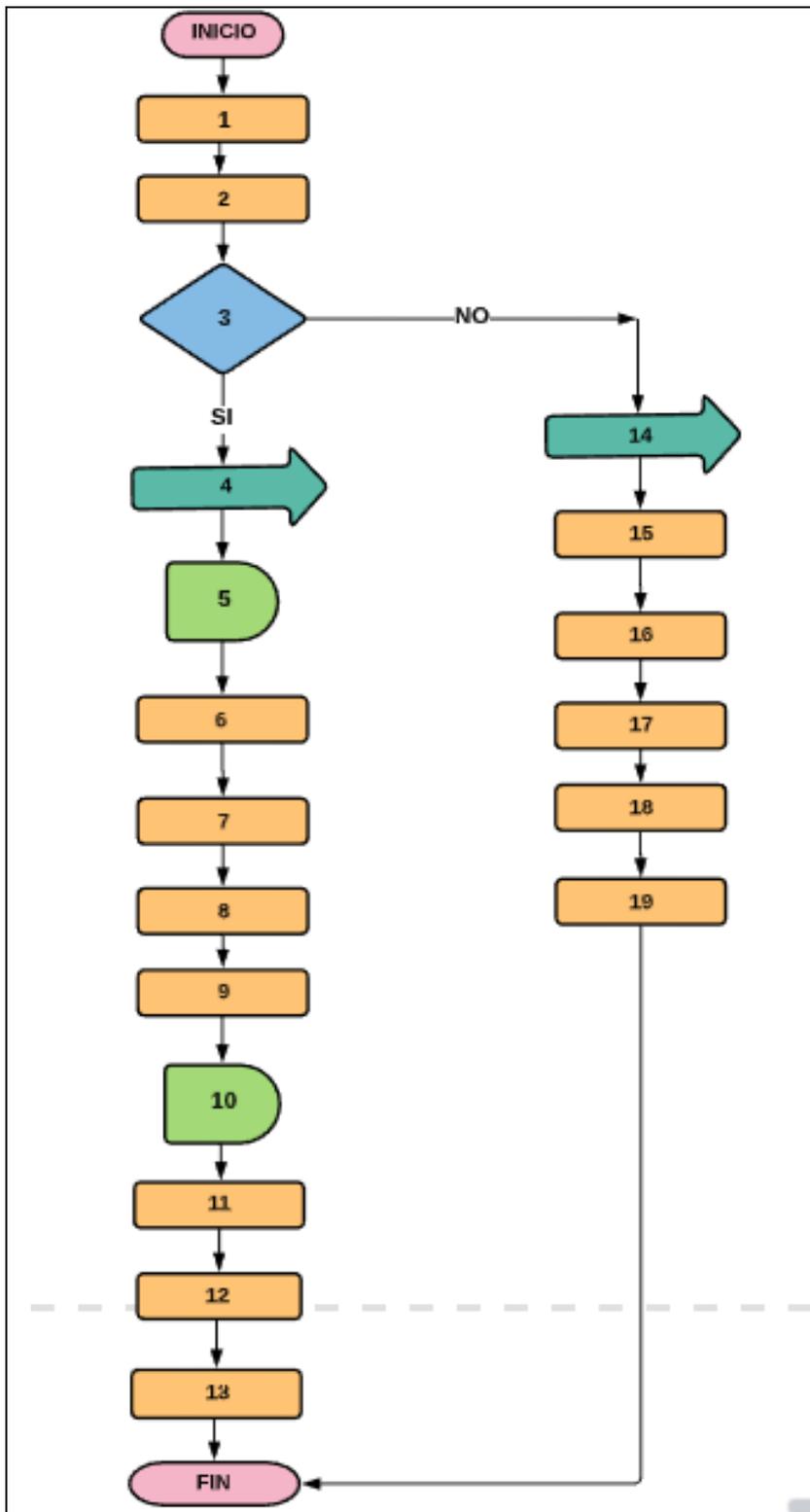


Figura 16-3. Flujo grama de procesos Preparación de bebidas calientes

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

c.- Proceso de preparación de bebidas frías

Actividades para el proceso de preparación de bebidas frías

1. Revisar pedidos
 2. Aplicar la receta de la SEDE
 3. Dirigirse al almacenamiento y seleccionar las frutas necesarias
 4. Lavar las frutas
 5. Cortar las frutas
 6. Poner agua en la licuadora
 7. Poner las frutas en la licuadora
 8. Poner azúcar
 9. Licuar todos los ingredientes
 10. Cernir el jugo
 11. Envasar el producto
 12. Servir
- Fin proceso

Flujograma de procesos para la preparación de bebidas Frías

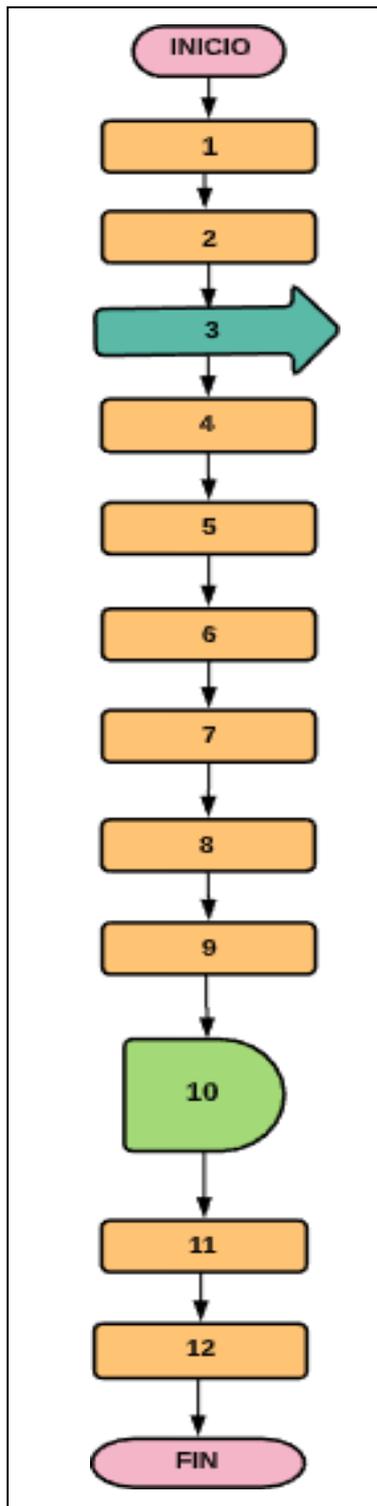


Figura 17-3. Flujo grama de procesos Preparación de bebidas Frías

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

d.- Proceso de preparación de bebidas frías

Actividades para el proceso de preparación de bebidas frías

1. Revisar el pedido
2. Aplicar la receta de la SEDE
3. ¿Desea sándwich de jamón?
4. Dirigirse al almacenamiento
5. Seleccionar los ingredientes necesarios.
6. Lavar lechuga y tomate
7. Cortar la lechuga y tomate
8. Abrir el empaque del jamón
9. Cortar el pan
10. Poner la lechuga y tomate en el pan y jamón
11. Empacar el sándwich
12. Dirigirse al almacenamiento
13. Seleccionar los ingredientes necesarios
14. Lavar lechuga y tomate
15. Cortar la lechuga y tomate
16. Abrir el empaque del queso
17. Lavar el queso
18. Cortar el queso y pan
20. Poner la lechuga, tomate y queso en el pan
21. Empacar el sándwich

Flujograma de procesos para preparar Los Sánduches

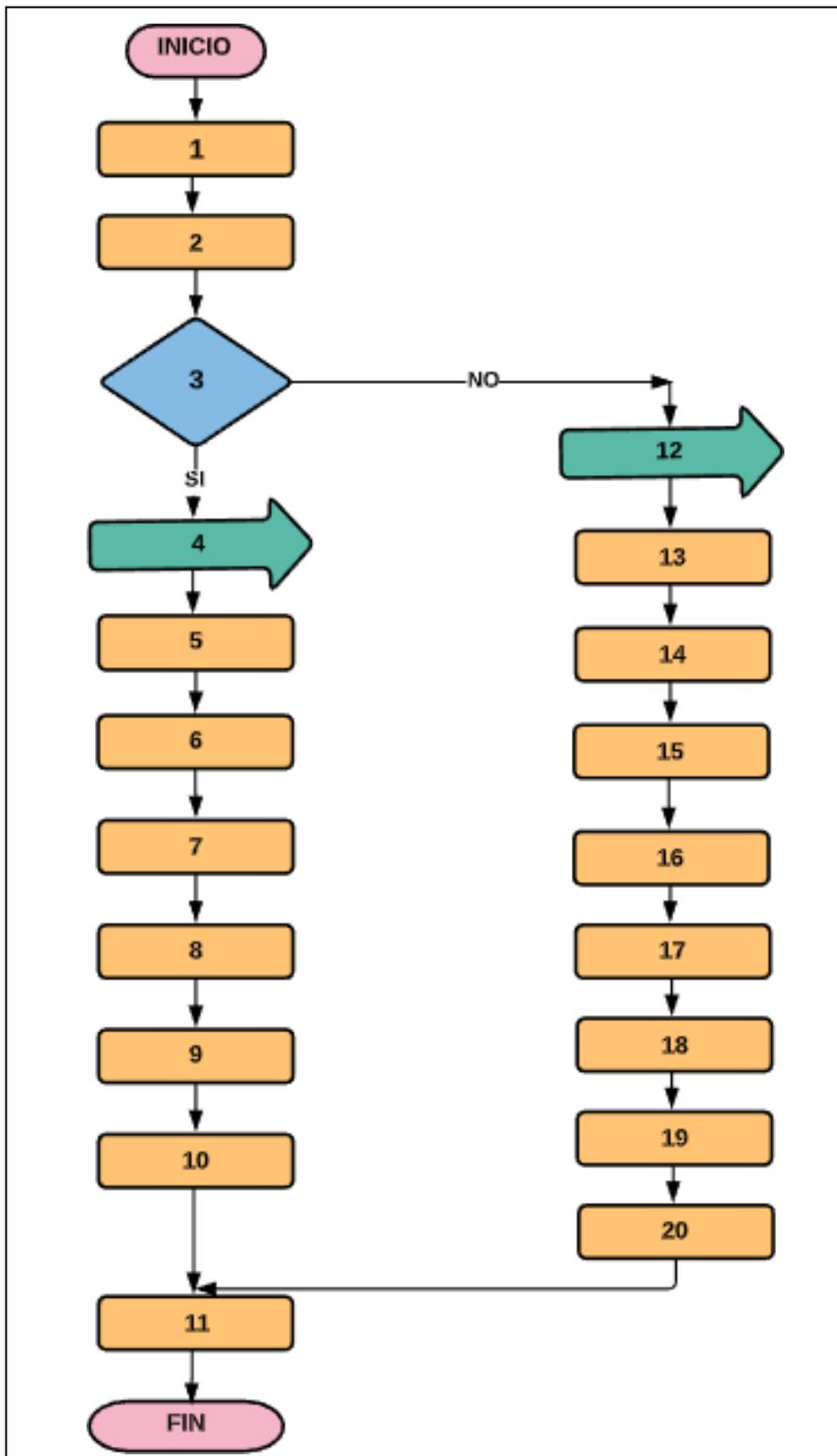


Figura 18-3. Flujo grama de procesos Preparación de Sánduches

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

e.- Proceso de preparación de frapes

Actividades para el proceso de preparación de frapes

1. Revisar pedidos
2. Aplicar la receta de la SEDE
3. Dirigirse al almacenamiento
4. Seleccionar los ingredientes necesarios
5. Triturar las galletas OREO
6. Poner la leche en la licuadora
7. Poner hielo en la licuadora
8. Poner las galletas trituradas en la licuadora
9. Licuar los ingredientes
10. Colocar la bebida en el envase
11. Poner crema chantilly encima de la bebida
12. Poner aderezo
13. Colocar sorbete

Flujograma de procesos de la preparación de los Frapes

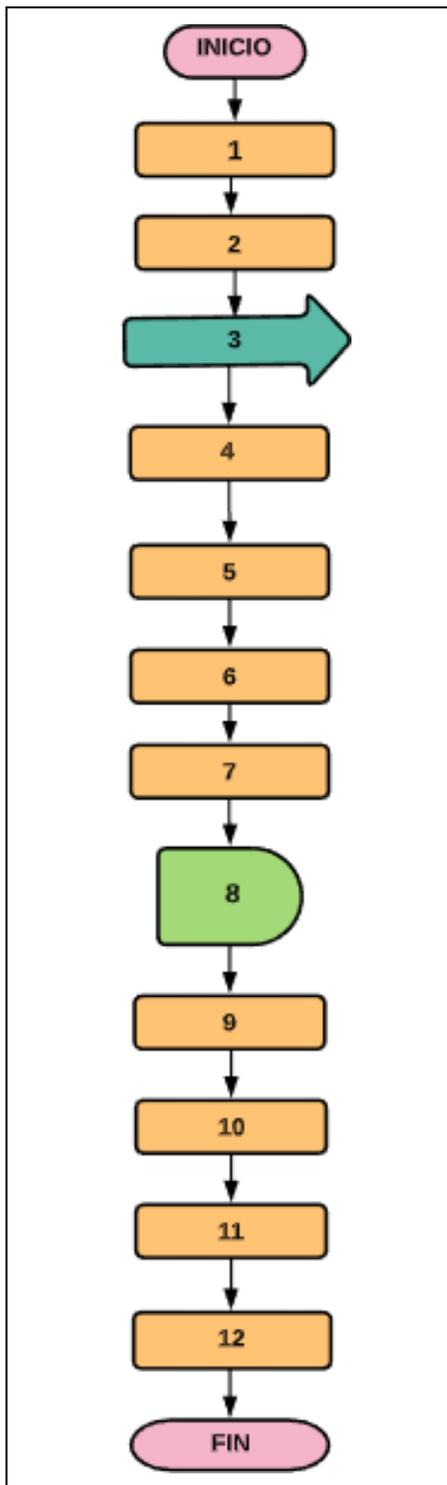


Figura 19-3. Flujo grama de procesos Preparación de Sánduches

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

2.- Distribución de planta

La distribución en planta propuesta es la que se presenta en la figura 15- 3 que se muestra a continuación:

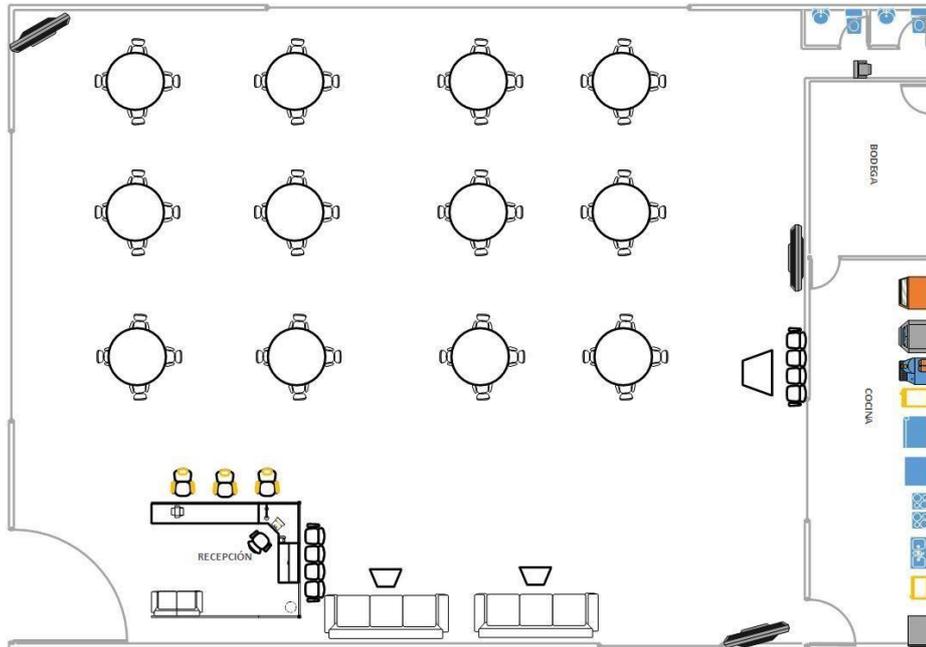


Figura 20-3. Distribución en planta de la cafetería Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

La distribución en planta sugerida para la franquicia de la cadena Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba se muestra en la figura anterior

3.- Maquinaria y Equipo

La maquinaria mínima que se necesita para montar la franquicia de la cadena Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba es la siguiente:

- Cafetera Industrial
- Licuadora Industrial
- Cocina industrial a gas
- Horno Microonda
- 2 refrigeradoras panorámicas
- Máquina expendedora de café
- Mesa Grande
- Lavadora de platos

- Caja registradora
- Computadora
- Vitrina térmica
- Congelador

3.3.3 Estudio Administrativo Legal

3.3.3.1 Organigrama Estructural

Para el normal funcionamiento de la franquicia de Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba se estableció el siguiente organigrama estructural que va a estar conformado de los siguientes niveles jerárquicos:

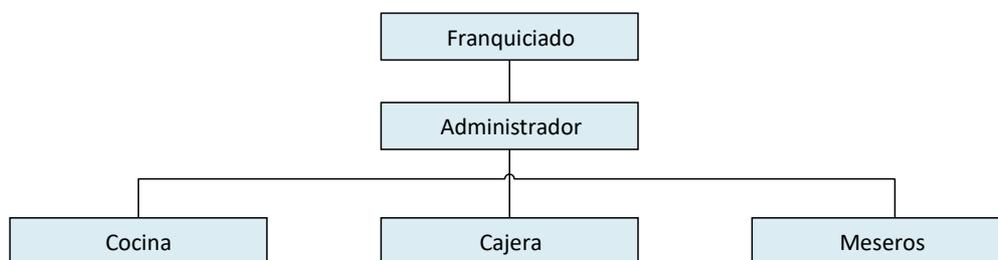


Figura 21-3. Organigrama estructural de la cafetería Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba

Realizado por: Cajamarca, D. 2021

Se muestra los principales departamentos como es la cocina, el cajero o ventas y los meseros.

3.3.3.2 Manual de funciones

El manual de funciones son todos los perfiles de los puestos que se tiene dentro de la organización para lo cual se establece los siguientes manuales de funciones para cada cargo que va a existir en la franquicia de Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba.

En la tabla 33-3 se muestra el manual de funciones para el cargo de Administrador con sus principales funciones y requisitos.

Tabla 33-3: Manual de funciones Administrador

Manual de Funciones Sweet & Coffe		
CÓDIGO:	S&C 001	
TÍTULO DEL PUESTO:	Administrador	
NIVEL JERÁRQUICO:	Ejecutivo	
SUPERVISA A:	Todo el personal	
REPORTA A:	Propietarios	
Misión:		
Planificar, Organizar, dirigir y controlar todas las actividades de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba en el procesamiento distribución y venta de los productos de la Franquicia, buscando la eficiencia en el manejo de Recursos y el constante crecimiento del negocio.		
RESPONSABILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Representar Jurídicamente a la Empresa • Planificar, organizar, dirigir y controlar las actividades del personal a su cargo • Desarrollar políticas y normas para el normal funcionamiento del negocio • Establecer directrices y metas para el cumplimiento de los estándares de atención al cliente en el local. • Propiciar un ambiente favorable en el entorno interno y externo del negocio • Revisar los reportes diarios y tomar decisiones al respecto • Velar por el correcto funcionamiento del negocio 		
REQUISITOS MÍNIMOS		
Formación:	Tercer Nivel	
Especialización:	Administración de Empresas	
Experiencia:	Mínimo 2 años en cargos similares	
Iniciativa:	Proactiva	
Lugar de Trabajo:	Local del negocio	
Elaborado por: Cajamarca Dayana	Aprobado por: Propietario	

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

En la tabla 34-3 se muestra el manual de funciones para el cargo Operativo de Cajero con sus principales Responsabilidades y requisitos. Mínimos

Tabla 34-3: Manual de funciones Cajero

Manual de Funciones Sweet & Coffe		
CÓDIGO:	S&C 002	
TÍTULO DEL PUESTO:	Cajero	
NIVEL JERÁRQUICO:	Operativo	
SUPERVISA A:	Mesero y Cocinero	
REPORTA A:	Administrador	
Misión:		
Planificar, Organizar, dirigir y controlar todas las actividades de recaudo y pago de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba.		
RESPONSABILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Coordinar las actividades de registro y salidas de dinero • Hacer el corte de caja al finalizar su turno • Planifica y controlar las actividades del personal a su cargo • Cumple con las políticas y normas del negocio • Cumple las directrices y metas de los estándares de atención al cliente. • Propiciar un ambiente favorable en el entorno interno y externo del negocio • Elabora reportes diarios de ingresos y egresos y reporta al administrador • Entrega los dineros para el depósito diario • Velar por el correcto funcionamiento del negocio • Mantener limpia su área de trabajo 		
REQUISITOS MÍNIMOS		
Formación:	Tercer Nivel	
Especialización:	Administración de Empresas	
Experiencia:	Mínimo 1 años en cargos similares	
Iniciativa:	Proactiva	
Lugar de Trabajo:	Caja	
Elaborado por: Cajamarca Dayana	Aprobado por: Propietario	

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

En la tabla 35-3 se muestra el manual de funciones para el cargo Operativo de Cocinero con sus principales Responsabilidades y requisitos. mínimos

Tabla 35-3: Manual de funciones Cocinero

Manual de Funciones Sweet & Coffe		
CÓDIGO:	S&C 002	
TÍTULO DEL PUESTO:	Cocinero	
NIVEL JERÁRQUICO:	Operativo	
SUPERVISA A:	Mesero	
REPORTA A:	Administrador	
Misión:		
Planificar, Organizar, dirigir y controlar todas las actividades de preparación de alimentos para la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba. Aplicando técnicas y normas básicas de manipulación preparación y conservación de alimentos		
RESPONSABILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Conocer el uso y manejo de los equipos • Coordinar las actividades de preparación de alimentos • Preparar los platos o emplatado los productos de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba • Efectuar control de calidad • Planifica y controlar las actividades propias de su cargo • Realizar los requerimientos o pedidos de los alimentos diariamente al administrador • Cumple con las políticas y normas del negocio • Cumple las directrices y metas de los estándares de atención. • Propiciar un ambiente favorable en el entorno interno y externo del negocio • Elabora reportes diarios y reporta al administrador • Velar por el correcto funcionamiento del negocio • Mantener limpia su área de trabajo 		
REQUISITOS MÍNIMOS		
Formación:	Tercer Nivel	
Especialización:	Gastronomía	
Experiencia:	Mínimo 1 años en cargos similares	
Iniciativa:	Proactiva	
Lugar de Trabajo:	Cocina	
Elaborado por: Cajamarca Dayana	Aprobado por: Propietario	

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

En la tabla 36-3 se muestra el manual de funciones para el cargo Operativo de Mesero con sus principales Responsabilidades y requisitos. mínimos

Tabla 36-3: Manual de funciones Cocinero

Manual de Funciones Sweet & Coffe		
CÓDIGO:	S&C 003	
TÍTULO DEL PUESTO:	Mesero	
NIVEL JERÁRQUICO:	Operativo	
SUPERVISA A:	Ninguno	
REPORTA A:	Administrador, Cajera	
Misión:		
Arreglar, organizar y limpiar el local de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba antes y después de su uso de acuerdo con los procedimientos. A fin de lograr la recaudación de los ingresos del negocio y cancelación de pagos, así como los reportes diarios de ventas		
RESPONSABILIDADES		
<ul style="list-style-type: none"> • Ofrece atención al cliente y resolver conflictos • Preparar menaje de servicio. • Limpiar los utensilios para ser colocados en la mesa. • Retirar los utensilios v limpiar las mesas • Entregar los pedidos en la cocina y caja • Recoger los productos de la cocina y servir a los clientes • Mantener los requerimientos del cliente • Limpiar la bodega • Cobrar cuentas y entregar reportes al cajero • Calidad del servicio • Mantener limpias las mesas y áreas del local • Verificar la limpieza de los baños del local 		
REQUISITOS MÍNIMOS		
Formación:	Bachiller	
Especialización:	Ninguna	
Experiencia:	Mínimo 1 años en cargos similares	
Iniciativa:	Proactiva	
Lugar de Trabajo:	Todo el local	
Elaborado por: Cajamarca Dayana	Aprobado por: Propietario	

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

3.3.3.3 Estudio Legal

Al ser una franquicia existe un Modelo de contrato que da la franquicia de Sweet & Coffe que debe tener los siguientes aspectos básicos.

El contrato de franquicia tiene una duración mínima de 5 años, una vez firmado el mismo el franquiciado del local comienza a atender al público en 35 o 40 días luego de haber sido aprobado por el franquiciante para su apertura.

El entrenamiento del personal operativo que va a laborar en la franquicia tiene una duración mínima de 15 días y la del administrador por lo menos de 3 meses.

El franquiciado se compromete a pagar al franquiciante el 4% del volumen total de las ventas como regalías, de este rubro el 2% se lo destinará a publicidad y la diferencia serán considerados como gastos de distribución y asesoramiento para el normal funcionamiento de la franquicia.

Las ventas mínimas son de \$1.500 diarios y mensuales bordean desde los 45.000 hasta los 50.000 en días normales y en días festivos las ventas fluctúan de \$ 55.000 hasta los \$ 60.000 los valores del contrato de franquicia se muestran en la tabla siguiente:

Tabla 37-3: Valores contrato Franquicia

Ventas promedias Diarias	\$ 1.500,00
Ventas aproximadas mensuales	\$ 45.000,00
4 % Regalía	\$ 1.800,00
2% Publicidad	\$ 900,00
Derecho de franquicia	\$ 60.000,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Dentro del rubro de derecho de franquicia conta rubros como el canon inicial, Asesoramiento Contratación Personal, Entrenamiento al Personal, Equipos de cocina, Equipos de Computación y facturación, Uniformes, Pedido Inicial, Manuales de Operación, Asistencia en Ventas, Procesos, Calidad, etc.

Toda la materia prima se proveerá por parte del franquiciante, salvo el caso que se autorice la adquisición a otro proveedor. La planta del franquiciante cuenta con toda la tecnología para el normal funcionamiento garantizando calidad y uniformidad en todos sus productos salvaguardando la marca Sweet & Coffe.

Todo el personal que va a laborar en la franquicia Sweet & Coffe debe cursar el curso diseñado por parte del franquiciante, incluye todas las áreas del negocio como preparación de alimentos, atención al cliente, marketing, principios contables y financieros.

Los precios de venta al público de los diferentes productos no podrán ser cambiados o alterados por parte del franquiciado, si lo hiciera tendría una sanción a favor de la empresa Sweet & Coffe, el franquiciado se tiene que limitar a la venta de los productos ofrecidos por Sweet & Coffe.

Los pedidos mínimos por parte del franquiciado deben ser de 2 veces mínimo a la semana, dependiendo de la localización y afluencia de los clientes.

Sweet & Coffe realiza supervisiones regulares con el fin de que cumpla con las normas establecidas por la empresa Sweet & Coffe.

La temática del local debe guardar concordancia con lo establecido por las normas de la empresa Sweet & Coffe, cualquier arreglo corre a cuenta del franquiciado, el local debe tener las siguientes características:

- El área mínima donde funcionará el local debe de ser de 30 m².
- Su ubicación debe ser de alto tráfico vehicular y peatonal

3.3.4 Estudio Económico Financiero

Los montos de las inversiones, ingresos y egresos del proyecto se detallan a continuación en los siguientes acápite.

3.3.4.1 Inversiones del Proyecto

Las inversiones Iniciales del proyecto se considera los siguientes rubros los derechos de franquicia, las mejoras y adecuaciones del local y la adquisición de los activos Fijos

Tabla 38-3: Inversión Inicial

Detalle	Valor
Derecho de franquicia	60.000,00
Mejoras y adecuaciones	9.300,00
Activos Fijos	13.500,00
Total Inversiones	\$ 82.800,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro total para la Inversión Inicial del proyecto de implementación de la franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba es de \$ 82.800 dólares.

3.3.4.2 Ingresos del Proyecto

Los ingresos promedios que se toman como referencia son de \$1500,00 según datos proporcionados por la franquicia Sweet & Coffe, que son en promedio las ventas diarias como se muestra en la tabla 39-3

Tabla 39-3: Promedio de ventas diarias

Descripción	Cantidad	Valor unitario	Valor Total
Rolls Frambuesa	8	\$4,10	\$32,80
Pie de Manzana	12	\$2,30	\$27,60
Brownie	7	\$1,75	\$12,25
Cheescake clásico	8	\$3,00	\$24,00
Dulce de tres leches	9	\$3,60	\$32,40
Dulce de 4 leches	8	\$3,40	\$27,20
Pan de zapallo	5	\$2,60	\$13,00
Pie de Limón	6	\$3,25	\$19,50
Queso de Coco	7	\$3,75	\$26,25
Muffin	8	\$2,00	\$16,00
Torta de manzana y nuez	8	\$3,75	\$30,00
Torta de Naranja	14	\$2,90	\$40,60
Mini Amaretto Cake	10	\$1,70	\$17,00
Torta Mousse de Chocolate y manjar	14	\$3,25	\$45,50
Mojada de Chocolate	7	\$2,00	\$14,00
Palitos de canela y nuez	8	\$1,20	\$9,60
Triple Fudge Brownie	14	\$2,60	\$36,40
Muffin de Chocolate	12	\$1,50	\$18,00
Pan de Banano	10	\$2,60	\$26,00
Cheescake clasico frutilla entero	2	\$23,50	\$47,00
Dulce de tres leches entero	3	\$21,40	\$64,20
Mojada de Chocolate	2	\$29,90	\$59,80
Dulce de cuatro leches	2	\$26,50	\$53,00
Torta mouse de Chocolate	2	\$24,90	\$49,80
Torta manjar de chocolate	5	\$13,90	\$69,50
Queso de coco	2	\$35,90	\$71,80
Croissant de jamón y queso	5	\$1,75	\$8,75
Empanada de carne	5	\$1,60	\$8,00
Palitos de queso	10	\$1,20	\$12,00
Tarta de jamón y queso	5	\$2,75	\$13,75

Torta de choclo	5	\$2,60	\$13,00
Muffin de queso	6	\$1,75	\$10,50
Sanduche de pavo	4	\$4,90	\$19,60
Sanduche de pollo	8	\$3,95	\$31,60
Tarta de jamón y queso entero	2	\$21,00	\$42,00
Moca mint Frappelatte	5	\$2,90	\$14,50
Café espresso	6	\$1,00	\$6,00
Espresso Capuchino	4	\$1,15	\$4,60
Espresso Mocachino	6	\$1,35	\$8,10
Mocaccino	5	\$2,20	\$11,00
Capuchino frio de la casa	8	\$4,20	\$33,60
Latte frio	6	\$2,30	\$13,80
Machiato	8	\$1,10	\$8,80
Machiato dulce de leche	6	\$1,30	\$7,80
Frappe latte	4	\$2,35	\$9,40
Frappe latte dulce de leche	6	\$2,55	\$15,30
Americano	14	\$1,35	\$18,90
Café latte	8	\$1,95	\$15,60
Capuchino	12	\$1,95	\$23,40
Capuchino dulce de leche	6	\$2,20	\$13,20
Chocolate sweet cocoa caliente	6	\$2,15	\$12,90
Chocolate sweet cocoa frio	7	\$3,45	\$24,15
Milkshake clásico	8	\$3,65	\$29,20
Oreo cookie shake	5	\$4,15	\$20,75
Capuchino shake	4	\$3,95	\$15,80
Moca Millk shake	8	\$3,95	\$31,60
Milk shake clásico de chocolate	7	\$3,65	\$25,55
Milk shake clásico de fresa	5	\$3,65	\$18,25
Otros			\$75,40
TOTAL			\$1.500,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Como se muestra en la tabla anterior se muestra las ventas que según la franquicia Sweet & Coffe se tiene en promedio en sus locales a nivel nacional

Para los ingresos se tomó en consideración las promedios que dictamina la franquicia Sweet & Coffe lo cual manifiesta que las ventas promedio diarias son de \$ 1.500,00 lo que da un valor de ventas mensuales de \$ 45.000,00 y anuales son de \$ 540.000,00 para el primer año en la tabla 40-3 se muestra los ingresos proyectados.

Tabla 40-3: Ingresos Proyectados

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Anuales	\$540.000,00	\$545.562,00	\$551.181,29	\$556.858,46	\$562.594,10

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Para el primer año se tiene unas ventas anuales de \$ 540.000,00 para la proyección se tomó la tasa de crecimiento poblacional de la ciudad de Riobamba que según el INEC es de 1,03% anual teniendo para el segundo año unas ventas de \$ 545.562,00 y así sucesivamente.

3.3.4.3 Costos del Proyecto

Dentro de los costos del proyecto tenemos los siguientes:

1.- Mano de Obra Directa

Dentro de este rubro se tiene a los cocineros y salones se necesita de 3 personas para cada cargo se detalla a continuación sus valores como se muestra en la tabla 41-3

Tabla 41-3: Mano de Obra Directa MOD

Denominación	Rem. mensual	Rem Anual	XIII Rem	XIV Rem	Fondo Reserva
Cocineros (3)	600,00	21.600,00	1.800,00	1.200,00	1.800,00
Meseros (3)	400,00	14.400,00	1.200,00	800,00	1.200,00
Total		36.000,00	3.000,00	2.000,00	3.000,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro anual que se tiene es de \$ 44.000,00 para el primer año

2.- Mano de Obra Indirecta

Dentro de este rubro se tiene al administrador y 3 cajeras vendedoras, se detalla a continuación sus valores como se muestra en la tabla 42-3

Tabla 42-3: Mano de Obra Indirecta MOI

Denominación	Rem. mensual	Rem Anual	XIII Rem	XIV Rem	Fondo Reserva
Administrador (1)	800,00	9.600,00	800,00	400,00	800,00

Cajera Vendedora (3)	600,00	21.600,00	1.800,00	1.200,00	1.800,00
TOTAL MOI		31.200,00	2.600,00	1.600,00	2.600,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para la Mano de Obra indirecta es de \$ 38.000,00 para el primer año incluido los beneficios sociales.

3.- Costos Indirectos de Fabricación

Dentro de este rubro se tiene rubros como las regalías, el arriendo, el pago de suministro de servicios básicos y materiales Indirectos, los mismos que se detalla a continuación como se muestra en la tabla 43-3

Tabla 43-3: Costos Indirectos de Fabricación CIF

Detalle	V/Mensual	V/Anual
Regalías 4% (CV)		21.600,00
Arriendo	1.200,00	14.400,00
Energía eléctrica	120,00	1.440,00
Agua Potable	100,00	1.200,00
Materiales Indirectos (5%)		27.000,00
TOTAL CIF		65.640,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para los Costos Indirectos de fabricación es de \$ 65.640,00 para el primer año del proyecto.

4.- Gastos Administrativos y de Ventas

Dentro de este rubro se tiene rubros como la remuneración del administrador y cajeras, sus beneficios sociales, el gasto de suministros de oficina y aseo pago de servicios básicos, entre otros gastos previstos, los mismos que se detalla a continuación como se muestra en la tabla 44-3

Tabla 44-3: Gastos Administrativos y de Ventas

GASTOS ADMINISTRATIVO Y VENTAS		
Denominación	V/Mensual	V/Anual
Rem. Administrador y Cajeras	2.600,00	31.200,00
Beneficios Sociales		5.200,00
Suministros de Oficina	40,00	480,00
Suministros Aseo	70,00	840,00
Teléfono	30,00	360,00
Internet	36,00	432,00
TV Cable	30,00	360,00
Alimentación	450,00	5.400,00
Movilización	450,00	5.400,00
Publicidad (2%) (CV)		10.800,00
Seguros	300,00	3.600,00
Honorarios asesoría Contable	200,00	2.400,00
Gastos Depreciación		765,00
Gasto Amortización		13.480,00
Total Gasto Administrativo y de Venta		\$ 80.717,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para los Gastos Administrativos y de Venta es de \$ 80.717,00 para el primer año del proyecto.

5.- Activos Fijos

Dentro de este rubro de activos esta la adquisición de varios muebles y equipos de música y televisiones, los mismos que se detalla a continuación como se muestra en la tabla 45-3

Tabla 45-3: Activos Fijos

ACTIVOS FIJOS			
Muebles y Equipos			
Descripción	Cantidad	Precio Unitario	Precio Total
Mesas	10	200,00	2.000,00
Sillas	40	50,00	2.000,00
Muebles (butacas)	10	100,00	1.000,00
Muebles cocina	1	5.000,00	5.000,00
Televisor LED 65 Pulgadas	2	1.500,00	3.000,00
Equipo de sonido y parlantes	1	500,00	500,00
TOTAL			\$ 13.500,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para la adquisición de muebles y equipos es de \$ 13.500,00 los mismos que se deben realizar antes de la puesta en marcha del proyecto.

6.- Activos Diferidos

Dentro de este rubro de activos diferidos esta las adecuaciones que se tiene que realizar al local como las eléctricas, sanitarias, instalación de Muebles y enseres y por último la pintura del local guardando la imagen corporativa de la empresa, los mismos que se detalla a continuación como se muestra en la tabla 46-3

Tabla 46-3: Activos Diferidos

Detalle	Valor
Adecuaciones eléctricas	2.100,00
Adecuaciones Sanitarias	200,00
Instalación de Muebles y enseres	5.800,00
Puertas	600,00
Ventanas	400,00
Cuadros	200,00
Mesón	1.800,00
Lavaplatos	2.000,00
Rótulos	800,00
Pintura Local	1.200,00
TOTAL	9.300,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para las adecuaciones necesarias previa al funcionamiento de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba es de \$ 9.300,00 los mismos que se deben realizar antes de la puesta en marcha del proyecto.

7.- Derechos de Franquicia

Dentro de este rubro de derechos de franquicia como el canon Inicial el asesoramiento, entrenamiento los equipos de cocina, los equipos de computación, entre otros rubros, los mismos que se detalla a continuación como se muestra en la tabla 47-3

Tabla 47-3: Derechos de Franquicia

DERECHO DE FRANQUICIA	60.000,00
Detalle	
Canon Inicial	
Asesoramiento Contratación Personal	
Entrenamiento al Personal	
Equipos de cocina	
Equipos de Computación y facturación	
Uniformes	
Pedido Inicial	
Manuales de Operación	
Asistencia en Ventas, Procesos, Calidad, etc	

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para Derechos de franquicia previo a la firma del contrato con la franquicia Sweet & Coffe es de \$ 60.000,00 en este rubro esta todo lo arriba señalado en el cuadro 47-3 los mismos que se deben realizar antes de la puesta en marcha del proyecto.

8.- Depreciación Activos Fijos

Dentro de este rubro de depreciación de los activos fijos, los mismos se detalla a continuación como se muestra en la tabla 48-3

Tabla 48-3: Depreciación Activos Fijos

Descripción	Precio Total	V/ Desecho	V/Depreciación
Mesas	2.000,00	200,00	180,00
Sillas	2.000,00	200,00	180,00
Muebles (butacas)	1.000,00	100,00	90,00
Muebles cocina	5.000,00	500,00	450,00
Televisor LED 65 Pulgadas	3.000,00	300,00	270,00
Equipo de sonido y parlantes	500,00	50,00	45,00
TOTAL			1.215,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para la depreciación de los activos fijos es de \$ 1.215,00 anuales.

9.- Amortización Activos Diferidos

Dentro de este rubro de amortización de los activos diferidos, los mismos se detalla a continuación como se muestra en la tabla 49-3

Tabla 49-3: Amortización Activos Diferidos

Amortización Activos Diferidos			
Activo Diferido	V. Comercial	# años	V/ Amortización
Mejoras y Adecuaciones	9.300,00	5	1.860,00
Derecho de Franquicia	60.000,00	5	12.000,00
TOTAL			13.860,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El rubro que se tiene para la amortización de los activos diferidos es de \$ 13.860,00 anuales.

10.- Tabla de Amortización de la deuda

Dentro de la tabla de amortización de la deuda cuyo valor es de \$ 50.000,00 a una tasa anual de 11,25% y una tasa mensual de 0,938% dada por el Banco del Pichincha cuyo producto es Comercial PYMES a un plazo de 5 años es decir 60 meses cuyo pago mensual es de \$ 1.093,00 mensuales, los mismos se detalla a continuación como se muestra en la tabla 50-3

Tabla 50-3: Amortización Activos Diferidos

Mes	Monto	Pago	Interés	Capital
1	\$ 50.000,00	\$ 1.093,44	\$ 468,87	\$ 624,57
2	\$ 49.375,43	\$ 1.093,44	\$ 463,02	\$ 630,42
3	\$ 48.745,01	\$ 1.093,44	\$ 457,11	\$ 636,33
4	\$ 48.108,68	\$ 1.093,44	\$ 451,14	\$ 642,30
5	\$ 47.466,38	\$ 1.093,44	\$ 445,12	\$ 648,32
6	\$ 46.818,05	\$ 1.093,44	\$ 439,04	\$ 654,40
7	\$ 46.163,65	\$ 1.093,44	\$ 432,90	\$ 660,54
8	\$ 45.503,11	\$ 1.093,44	\$ 426,70	\$ 666,74
9	\$ 44.836,37	\$ 1.093,44	\$ 420,45	\$ 672,99
10	\$ 44.163,38	\$ 1.093,44	\$ 414,14	\$ 679,30
11	\$ 43.484,08	\$ 1.093,44	\$ 407,77	\$ 685,67
12	\$ 42.798,42	\$ 1.093,44	\$ 401,34	\$ 692,10
13	\$ 42.106,32	\$ 1.093,44	\$ 394,85	\$ 698,59
14	\$ 41.407,73	\$ 1.093,44	\$ 388,30	\$ 705,14
15	\$ 40.702,59	\$ 1.093,44	\$ 381,69	\$ 711,75

16	\$ 39.990,84	\$ 1.093,44	\$ 375,01	\$ 718,43
17	\$ 39.272,41	\$ 1.093,44	\$ 368,28	\$ 725,16
18	\$ 38.547,25	\$ 1.093,44	\$ 361,48	\$ 731,96
19	\$ 37.815,28	\$ 1.093,44	\$ 354,61	\$ 738,83
20	\$ 37.076,45	\$ 1.093,44	\$ 347,68	\$ 745,76
21	\$ 36.330,70	\$ 1.093,44	\$ 340,69	\$ 752,75
22	\$ 35.577,95	\$ 1.093,44	\$ 333,63	\$ 759,81
23	\$ 34.818,14	\$ 1.093,44	\$ 326,51	\$ 766,93
24	\$ 34.051,21	\$ 1.093,44	\$ 319,31	\$ 774,13
25	\$ 33.277,08	\$ 1.093,44	\$ 312,06	\$ 781,38
26	\$ 32.495,70	\$ 1.093,44	\$ 304,73	\$ 788,71
27	\$ 31.706,99	\$ 1.093,44	\$ 297,33	\$ 796,11
28	\$ 30.910,88	\$ 1.093,44	\$ 289,87	\$ 803,57
29	\$ 30.107,30	\$ 1.093,44	\$ 282,33	\$ 811,11
30	\$ 29.296,19	\$ 1.093,44	\$ 274,72	\$ 818,72
31	\$ 28.477,48	\$ 1.093,44	\$ 267,05	\$ 826,39
32	\$ 27.651,09	\$ 1.093,44	\$ 259,30	\$ 834,14
33	\$ 26.816,94	\$ 1.093,44	\$ 251,48	\$ 841,96
34	\$ 25.974,98	\$ 1.093,44	\$ 243,58	\$ 849,86
35	\$ 25.125,12	\$ 1.093,44	\$ 235,61	\$ 857,83
36	\$ 24.267,29	\$ 1.093,44	\$ 227,57	\$ 865,87
37	\$ 23.401,42	\$ 1.093,44	\$ 219,45	\$ 873,99
38	\$ 22.527,42	\$ 1.093,44	\$ 211,25	\$ 882,19
39	\$ 21.645,23	\$ 1.093,44	\$ 202,98	\$ 890,46
40	\$ 20.754,77	\$ 1.093,44	\$ 194,63	\$ 898,81
41	\$ 19.855,96	\$ 1.093,44	\$ 186,20	\$ 907,24
42	\$ 18.948,72	\$ 1.093,44	\$ 177,69	\$ 915,75
43	\$ 18.032,97	\$ 1.093,44	\$ 169,10	\$ 924,34
44	\$ 17.108,63	\$ 1.093,44	\$ 160,44	\$ 933,00
45	\$ 16.175,63	\$ 1.093,44	\$ 151,69	\$ 941,75
46	\$ 15.233,87	\$ 1.093,44	\$ 142,86	\$ 950,58
47	\$ 14.283,29	\$ 1.093,44	\$ 133,94	\$ 959,50
48	\$ 13.323,79	\$ 1.093,44	\$ 124,94	\$ 968,50
49	\$ 12.355,30	\$ 1.093,44	\$ 115,86	\$ 977,58
50	\$ 11.377,72	\$ 1.093,44	\$ 106,69	\$ 986,75
51	\$ 10.390,97	\$ 1.093,44	\$ 97,44	\$ 996,00
52	\$ 9.394,97	\$ 1.093,44	\$ 88,10	\$ 1.005,34
53	\$ 8.389,63	\$ 1.093,44	\$ 78,67	\$ 1.014,77
54	\$ 7.374,87	\$ 1.093,44	\$ 69,16	\$ 1.024,28
55	\$ 6.350,59	\$ 1.093,44	\$ 59,55	\$ 1.033,89
56	\$ 5.316,70	\$ 1.093,44	\$ 49,86	\$ 1.043,58
57	\$ 4.273,11	\$ 1.093,44	\$ 40,07	\$ 1.053,37

58	\$ 3.219,75	\$ 1.093,44	\$ 30,19	\$ 1.063,25
59	\$ 2.156,50	\$ 1.093,44	\$ 20,22	\$ 1.073,22
60	\$ 1.083,28	\$ 1.093,44	\$ 10,16	\$ 1.083,28
TOTALES		\$ 65.606,40	\$ 15.606,40	\$ 50.000,00

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

En la tabla se muestra la tabla de amortización de la deuda de \$ 50000,00 que se piensa hacer se tomó en referencia la tasa del Banco de Pichincha cuya tasa de interés es del 11,25% anual para créditos comercial de PYMES.

3.3.4.4 Estado de Resultados

En la tabla 51-3 se muestra el Estado de Resultados proyectado para la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba que se muestra a continuación.

Tabla 51-3: Estado de Resultados Proyectado

ESTADO DE RESULTADOS					
Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Ventas Anuales	\$540.000,00	\$545.562,00	\$551.181,29	\$556.858,46	\$562.594,10
Costo Ventas	\$295.130,00	\$298.169,84	\$301.240,99	\$304.343,77	\$307.478,51
Materia Prima Directa (34,35% Vtas)	\$185.490,00	\$187.400,55	\$189.330,77	\$191.280,88	\$193.251,07
MOD	\$44.000,00	\$44.453,20	\$44.911,07	\$45.373,65	\$45.841,00
CIF	\$65.640,00	\$66.316,09	\$66.999,15	\$67.689,24	\$68.386,44
GASTO OPERACIONAL	\$88.374,60	\$88.140,19	\$87.802,11	\$87.347,32	\$86.761,18
Rem. Administrador y Cajeras	\$31.200,00	\$31.521,36	\$31.846,03	\$32.174,04	\$32.505,44
Beneficios Sociales	\$6.800,00	\$6.870,04	\$6.940,80	\$7.012,29	\$7.084,52
Suministros de Oficina	\$480,00	\$484,94	\$489,94	\$494,99	\$500,08
Suministros Aseo	\$840,00	\$848,65	\$857,39	\$866,22	\$875,15
Teléfono	\$360,00	\$363,71	\$367,45	\$371,24	\$375,06
Internet	\$432,00	\$436,45	\$440,95	\$445,49	\$450,08
TV Cable	\$360,00	\$363,71	\$367,45	\$371,24	\$375,06
Alimentación	\$5.400,00	\$5.455,62	\$5.511,81	\$5.568,58	\$5.625,94
Movilización	\$5.400,00	\$5.455,62	\$5.511,81	\$5.568,58	\$5.625,94
Publicidad (2%)	\$10.800,00	\$10.911,24	\$11.023,63	\$11.137,17	\$11.251,88
Seguros	\$3.600,00	\$3.637,08	\$3.674,54	\$3.712,39	\$3.750,63
Honorarios Asesoría Contable	\$2.400,00	\$2.424,72	\$2.449,69	\$2.474,93	\$2.500,42
Gastos Depreciación	\$1.215,00	\$1.215,00	\$1.215,00	\$1.215,00	\$1.215,00
Gasto Amortización	\$13.860,00	\$13.860,00	\$13.860,00	\$13.860,00	\$13.860,00
Gasto Financiero	\$5.227,60	\$4.292,05	\$3.245,61	\$2.075,16	\$765,98
Utilidad antes Impuestos	\$156.495,40	\$159.251,97	\$162.138,19	\$165.167,36	\$168.354,41

15% Participación Utilidades	\$23.474,31	\$23.887,80	\$24.320,73	\$24.775,10	\$25.253,16
25% Impuesto Renta	\$39.123,85	\$39.812,99	\$40.534,55	\$41.291,84	\$42.088,60
Utilidad después de Impuestos	\$93.897,24	\$95.551,18	\$97.282,91	\$99.100,42	\$101.012,65

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

En la tabla anterior se muestra el estado de resultados proyectado para 5 años que dura el proyecto para lo cual se tomó el índice de crecimiento dado por el INEC.

3.3.4.5 Balance General

En la tabla 52-3 se muestra el Balance general proyectado para la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba que se muestra a continuación.

Tabla 52-3: Balance General Proyectado

BALANCE GENERAL PROYECTADO					
DESCRIPCIÓN	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Activo Corriente	\$ 381,32	\$ 163.122,49	\$ 171.078,39	\$ 177.993,49	\$ 183.742,36
Caja	\$ 381,32	\$ 163.122,49	\$ 171.078,39	\$ 177.993,49	\$ 183.742,36
Activo No corriente	\$ 67.725,00	\$ 52.650,00	\$ 37.575,00	\$ 22.500,00	\$ 7.425,00
Activos Fijos	\$ 12.285,00	\$ 11.070,00	\$ 9.855,00	\$ 8.640,00	\$ 7.425,00
Muebles y Equipos	\$ 13.500,00	\$ 12.285,00	\$ 11.070,00	\$ 9.855,00	\$ 8.640,00
Dep Acum Activos Fijos	\$ 1.215,00	\$ 1.215,00	\$ 1.215,00	\$ 1.215,00	\$ 1.215,00
Activo Diferido	\$ 55.440,00	\$ 41.580,00	\$ 27.720,00	\$ 13.860,00	\$ -
Mejoras y Adecuaciones	\$ 9.300,00	\$ 7.440,00	\$ 5.580,00	\$ 3.720,00	\$ 1.860,00
Amortización Acum Mejoras y Adecuaciones	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00	\$ 1.860,00
Derechos de Franquicia	\$ 60.000,00	\$ 48.000,00	\$ 36.000,00	\$ 24.000,00	\$ 12.000,00
Amortización Acum Derechos de Franquicia	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00
TOTAL ACTIVOS	\$ 68.106,32	\$ 215.772,49	\$ 208.653,39	\$ 200.493,49	\$ 191.167,36
PASIVOS	\$ 42.106,32	\$ 95.875,25	\$ 87.102,21	\$ 77.210,57	\$ 66.066,94
Pasivo Corriente	\$ -	\$ 62.598,16	\$ 63.700,79	\$ 64.855,27	\$ 66.066,94
15% Part, de trabajadores	\$ -	\$ 23.474,31	\$ 23.887,80	\$ 24.320,73	\$ 24.775,10
25% Imp Renta + Pagar	\$ -	\$ 39.123,85	\$ 39.812,99	\$ 40.534,55	\$ 41.291,84
Pasivo No Corriente	\$ 42.106,32	\$ 33.277,09	\$ 23.401,42	\$ 12.355,30	\$ -
Préstamo a Largo Plazo	\$ 50.000,00	\$ 42.106,32	\$ 33.277,09	\$ 23.401,42	\$ 12.355,30
Amortización deuda	\$ 7.893,68	\$ 8.829,23	\$ 9.875,67	\$ 11.046,12	\$ 12.355,30
PATRIMONIO	\$ 26.000,00	\$ 119.897,24	\$ 121.551,18	\$ 123.282,91	\$ 125.100,42
Capital Social	\$ 26.000,00	\$ 26.000,00	\$ 26.000,00	\$ 26.000,00	\$ 26.000,00
Utilidad	\$ -	\$ 93.897,24	\$ 95.551,18	\$ 97.282,91	\$ 99.100,42
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO	\$ 68.106,32	\$ 215.772,49	\$ 208.653,39	\$ 200.493,49	\$ 191.167,36

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

En la tabla anterior se presenta el Balance General proyectado para la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba el mismo que para realizar la proyección se tomó como referencia el crecimiento poblacional de la ciudad de Riobamba según proyecciones del INEC es de 1,03% anual.

3.3.4.6 Flujo de Caja

Para la proyección del flujo de caja se tomó en consideración la tasa de crecimiento poblacional para Riobamba que para el año 2020 es del 1,03% según datos del INEC, en la tabla 53-3 se muestra el flujo de caja del proyecto

Tabla 53-3: Flujo de caja

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Inversión Inicial	-\$82.800,00					
Ventas Anuales		\$540.000,00	\$545.562,00	\$551.181,29	\$556.858,46	\$562.594,10
Costo Fijo		\$305.930,00	\$309.081,08	\$312.264,61	\$315.480,94	\$318.730,39
Costo Variable		\$77.574,60	\$77.228,95	\$76.778,49	\$76.210,16	\$75.509,29
Total Costos		\$383.504,60	\$386.310,03	\$389.043,10	\$391.691,09	\$394.239,69
Utilidad antes de Impuestos		\$156.495,40	\$159.251,97	\$162.138,19	\$165.167,36	\$168.354,41
15% Part. Trab. Utilidades		\$23.474,31	\$23.887,80	\$24.320,73	\$24.775,10	\$25.253,16
25% Impuesto a la Renta		\$39.123,85	\$39.812,99	\$40.534,55	\$41.291,84	\$42.088,60
Utilidad después de Impuestos		\$93.897,24	\$95.551,18	\$97.282,91	\$99.100,42	\$101.012,65
(+) Depreciación		\$1.215,00	\$1.215,00	\$1.215,00	\$1.215,00	\$1.215,00
(+) Amortización		\$13.860,00	\$13.860,00	\$13.860,00	\$13.860,00	\$13.860,00
Flujo de caja anual		\$108.972,24	\$110.626,18	\$112.357,91	\$114.175,42	\$116.087,65

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Para determinar el flujo de caja se toma en consideración ventas anuales y el total de costos y gastos para cada año de vida útil del proyecto que es de 5 años.

3.3.5 Evaluaciones del Proyecto

En esta parte se realizará la evaluación económica financiera del proyecto que se toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo, para lo cual se aplicará los siguientes índices o fórmulas que se presenta a continuación.

3.3.5.1 Valor Actual Neto (VAN)

El Valor actual neto VAN es el valor que resulta de la suma de los flujos de caja actualizada restada la Inversión Inicial para lo cual se aplica la siguiente formula:

$$VAN = -II + \sum \frac{\text{Flujo de caja}}{(1+i)^n}$$

Tabla 54-3: Calculo del Valor Actual Neto

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VAN
Flujo de caja Actualizada	\$-82.800,00	\$100.900,22	\$94.844,12	\$89.193,33	\$83.922,34	\$79.007,30	\$365.067,32

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

El valor que se obtuvo en el van es de \$ 365.067,37 por lo que su valor es mayor a 1 en consecuencia el proyecto es viable

3.3.5.2 Tasa Interna de Retorno (TIR)

La tasa interna de retorno es la tasa de descuento por la cual en Valor Actual neto es igual a cero en otras palabras es la tasa que iguala la suma de los flujos descontados a la inversión inicial.

El valor de la tasa Interna de retorno es la siguiente que se determinó en la hoja de cálculo de Excel es de:

TIR= 130,99%

Al ser la TIR mayor a 0 el proyecto es viable.

3.3.5.3 Relación Beneficio / Costo (R B/C)

Para el cálculo de relación Beneficio costo se tiene que tomar en consideración los ingresos y los egresos del proyecto a los cuales se les tiene que actualizar con la tasa de oportunidad que es del 8% anual como se muestra en la tabla siguiente:

Tabla 55-3: Calculo de la Relación Beneficio Costo

Descripción	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	VAN
Ventas Anuales		\$540.000,00	\$545.562,00	\$551.181,29	\$556.858,46	\$562.594,10	\$2.197.476,64
Total Costos	\$82.800,00	\$383.504,60	\$386.310,03	\$389.043,10	\$391.691,09	\$394.239,69	\$1.634.147,95

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

$$\text{Relación Beneficio Costo} = \frac{\text{VAN Ingresos}}{\text{VAN Egresos}} = \frac{2.197.476,64}{1.634.147,95} = 1,34$$

AL ser la Relación Beneficio Costo mayor a 1 el proyecto para la para puesta en marcha de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba es viable

3.3.5.4 Periodo de Recuperación de la Inversión (PRI)

Para el cálculo del periodo de recuperación de la inversión se tiene que tomar en cuenta la Inversión Inicial y el flujo de caja donde se lo va a recuperar en este caso tenemos.

$$PRI = \frac{II}{FC} = \frac{82.800}{108.972,24} = 0,7598 = 0,7598 * 12 = 9 \text{ mese } 4 \text{ días}$$

El periodo de Recuperación de la Inversión para la puesta en marcha de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba es de 9 mese 4 días aproximadamente

3.3.5.5 Resumen de las Evaluaciones del Proyecto (Suerte de Inversión)

El cuadro resumen que se muestra a continuación en la tabla 56-3 es el resumen de los valores o datos de la evaluación financiera y económica del proyecto de implementación de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba.

Tabla 56-3: Cuadro resumen de los valores del proyecto

Detalle	Valor	Observaciones
Inversión Inicial	\$82.800,00	Valor del derecho de franquicia y otras inversiones
Derecho de franquicia	\$60.000,00	Valor pagado por única vez, antes de la puesta en marcha
Valor Actual Neto	\$365.067,37	Si el VAN >0 el proyecto es viables
Tasa Interna de Retorno	130,99%	Si la TIR >0 el proyecto es viables
Relación Beneficio Costo	1,34	Si la r B/C >0 el proyecto es viables
Periodo de Recuperación de la Inversión	9 meses 4 días	Se recupera en menos de 1 año la Inversión

Fuente: Elaboración propia

Realizado por: Cajamarca Soto, Dayana, 2021

Con los datos en el cuadro N° 56-3 se concluye que el proyecto es factible en todas las evaluaciones financieras y económicas que se tiene, el valor del VAN, TIR y R B/C es mayor a 0 por lo tanto el proyecto es viable, y por último el periodo de recuperación de la inversión es menor a 1 año lo cual determina que es un proyecto muy viable y es una muy buena inversión el de la implementación de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba.

Cabe mencionar que los ingresos se determino por el promedio de ventas que franquicia Sweet & Coffe determina como ingresos diarios promedio y es el valor de \$ 1500,00 diarios.

3.3.5.6 Evaluación Social

El proyecto de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba al Generar Directamente 10 puestos de empleo lo cual permitirá dar trabajo y bajar los índices de desempleo existentes en la ciudad de Riobamba.

De la misma manera Indirectamente se beneficia los familiares de los trabajadores directos que en promedio según el INEC es de 4 miembros por familia para lo cual Indirectamente se benefician 40 personas, aparte de los proveedores de todos los insumos que se tiene que adquirir para el normal funcionamiento de la puesta en marcha de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba

CONCLUSIONES

Al realizar el estudio de mercado se determinó que la población de la Riobamba si desean que se ponga en marcha la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba, en este estudio se determinó cuáles son las personas que desean consumir los productos que ofrece la franquicia y los rangos de edad que son los potenciales clientes de esta.

Al establecer la factibilidad técnica y financiera se observó que el proyecto de puesta en marcha de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba si es factible tanto en la parte técnica como en la parte financiera

Al realizar las evaluaciones económicas y financieras se determinó que el proyecto es viable teniendo un VAN cuyo valor es de \$ 365.067,37 que mayor a 0 una TIR cuyo valor es 130,99% mayor a 0, de la misma manera la Relación Beneficio Costo que es de 1,34 que es mayor a 0 todos estos indicadores sugieren que el proyecto de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba es factible ponerla en marcha.

RECOMENDACIONES

Se recomienda al franquiciador realizar estudios de mercado continuos para establecer nuevos requerimientos de los clientes y saber sus gustos y preferencias de los clientes de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba

Revisar continuamente este proyecto para medir y evaluar si se está cumpliendo en lo referente a la parte técnica y a la parte financiera de la misma para tomar correctivos en caso de no cumplir con lo establecido en el proyecto de puesta en marcha de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba.

Realizar evaluaciones periódicas a los resultados obtenidos en la evaluación financiera y económica del proyecto de la franquicia Sweet & Coffe de la ciudad de Riobamba para ver su evolución y tomar medidas si fuera el caso.

BIBLIOGRAFÍA

- Baca Urbina, G. (2018). *Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Bermúdez, L., & Rodríguez, L. (2016). *Investigación en la Gestión Empresarial*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la Investigación*. Bogotá: Pretince Hall.
- Brenes, C. (2015). Las Franquicias un Modelo Ganador. *El Financiero*, 6-8.
- CEA Empresas. (2016). *La franquicia en la creación de Empresas*. Andalucía: Micrapel Artes Gráficas.
- Cevallos, E., & Ochoa, G. (2010). *Desarrollo e implementación de franquicias en el área de alimentos y restaurantes en el Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Cid, A., Méndez, R., & Sandoval, F. (2007). *Investigación Fundamentos y Metodología*. México: Pearson.
- Cordova, M. (2017). *Formulación y evaluación de proyectos*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- Díez de Castro, E., & Galán, J. (1998). *Franquicia*. España: Editores Asociados.
- Díez, I., De Castro, G., & Montoro, M. (2016). *Fundamentos de Administración de Empresas*. Pamplona: Thomson Reuters.
- Graterol, M. (2010). *Proyecto de Inversión*. Aragua: IUTA.
- Guerrero, J., & Galindo, J. (2014). *Contabilidad para Administradores*. México: Grupo Editorial Patria.
- Hellriegel, D., Jackson, S., & Slocum, J. (2009). *Administración un enfoque basado en competencias*. México: CENGAGE Learning.
- Hernandez, R., Fernandez, C., & Baptista, P. (2014). *Metodología de la Investigación* (6ta ed.). México: McGraw-Hill.
- INEC. (2010). *Población de Riobamba*. Obtenido de Instituto Nacional de Estadísticas y Censos: http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Bibliotecas/Fasciculos_Censales/Fasc_Cantoniales/Chimborazo/Fasciculo_Riobamba.pdf
- Lerma, H. (2011). *Metodología de la Investigación Propuesta, anteproyecto y proyecto*. Bogotá: Ecoe Ediciones.
- Martínez, M., & Álvarez, H. (2015). *La Franquicia como plan de negocios alternativa para el emprendimiento en el Ecuador*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil.
- Meza, J. (2017). *Evaluación financiera de proyectos*. Bogotá: ECOE EDICIONES.
- MITUR. (2020). *Informe de Registro de Establecimientos Turísticos*. Riobamba: MITUR.
- Morales, J., & Morales, A. (2009). *Proyectos de Inversión, Evaluación y Formulación*. México: McGraw-Hill.

- Northcote, C. (10 de octubre de 2020). *Actualidad Empresarial*. Obtenido de Actualidad Empresarial: http://aempresarial.com/web/revitem/43_17467_21777.pdf
- Ñaupas, H., Mejía, E., Novoa, E., & Villagómez, A. (2014). *Metodología de la Investigación Cuantitativa Cualitativa y Redacción de la Tesis*. Bogotá: Ediciones de la U.
- PADID.(2014). *CENART*. Obtenido de CENART: <https://www.cenart.gob.mx/wp-content/uploads/2014/08/Gu%C3%ADa-PADID-2014.docx.pdf>
- Pinto, J. (2015). *Gerencia de Proyectos*. Bogota: Pearson Educación .
- Repositorio* . (08 de 2015). Obtenido de Franquicias en el Ecuador:
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19240/1/LA%20FRANQUICIA%20COMO%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20ALTERNATIVA%20PARA%20EL%20EMP%20RENDIMIENTO%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>
- Sapag Chain, N., Sapag Chain, R., & Sapag Puelma , J. (2014). *Preparación y Evaluación de Proyectos*. México: McGraw Hill.
- Sweet & Coffe. (28 de 12 de 2020). *Sweet and Coffee*. Obtenido de Sweet and Coffee:
<http://www.sweetandcoffee.com.ec>
- Villacreses, M. (2014). *La implementación de una franquicia como negocio propio en el Ecuador*. Quito: USFQ.
- Zamora, J., & Martell, Y. (2005). *Los sistemas de franquicias, estrategia viable para crecer en el mercado nacional e internacional*. México: ECOE EDICION



Firmado electrónicamente por:
**JHONATAN RODRIGO
PARREÑO UQUILLAS**

ANEXOS

ANEXO A. LISTA DE PRECIOS DE LOS PRODUCTOS DE LA FRANQUICIA SWEET & COFFE

DULCES	
Porciones de dulces y Bites.	
	Rolls de Frambuesa 4,10 Rollitos de frambuesa, bañados con glaseado de chocolate orgánico y decorado con corazones de caramelo.
	Apple Pie Bread Pudding 2,30 Pudín al estilo casero de pan croissant con manzanas y pasas aromatizadas con salsa inglesa.
	Avena Bircher 3,25 Avena a base de yogurt de vainilla bajo en grasa, sin azúcar, con trozos de manzana, nueces y pasas. Calorías por porción: 136 kcal.
	Brownie 1,75 Negrito elaborado a base de chocolate ecuatoriano semi amargo.
	Cheesecake Clásico de Frutilla 3,00 Cheesecake cremoso de vainilla cubierto con mermelada, crema chantilly y salsa de frutos rojos.
	Choco Chip Cookie Bar 1,15 Suave masa de galletas con chispas de chocolate semi amargo cortada en cuadros.
	Croissant de Chocolate - 2 Unidades 1,20 Suave masa de hojaldre con baño y relleno de chocolate: 2 unidades.
	Dulce de Tres Leches 3,60 Bizcocho bañado en crema de leche, leche condensada y evaporada.
	Dulce de Cuatro Leches 3,40 Bizcocho con manjar bañado en crema de leche, leche condensada y evaporada.
	Pan de Zapallo - 2 unidades 2,60 Pan elaborado a base zapallo y jengibre, decorado con semillas tostadas de zapallo. 2 unidades.
	Pasión de Maracuyá 2,65 Costra de galleta rellena de leche condensada, jalea de maracuyá y endulzada con merengue flameado.
	Pie de Limón 3,25 Pie con masa de galleta relleno con crema de limón agri dulce cubierto de merengue.
	Ponqué de Chispas de Chocolate Semiamargo 2,80 Cake elaborado con harina de avena y coco, leche de almendras, aceite de coco y chispas de chocolate semiamargo, endulzado con Stevia. Calorías por unidad: 237kcal.
	Queso de Coco 3,75 Flan a base de coco bañado en salsa de caramelo y decorado con cerezas.
	Red Velvet Muffin 2,00 Pastel rojo hecho en capas y cubierto con glaseado de queso crema.
	Rollitos de Membrillo - 2 unidades 1,20 Masitas rellenas de dulce membrillo casero y finas nueces. 2 unidades.

	Dark Chocolate Muffin Cake elaborado con cacao orgánico y café espresso, cubierto con crema de chocolate amargo.	2,00		Sweet & Coffee Yogurt Griego Yogurt Griego elaborado con café Sweet & Coffee y jalea de chocolate orgánico, endulzado con stevia, alto en proteínas. Sin aditivos ni preservantes. Contiene: 12gr de proteína. Peso Neto: 150gr.	2,50
	Masitas de Nuez - 2 unidades Crocantes galletas con finas nueces y caramelo. 2 unidades.	2,20		Torta de Manzana y Nuez Bizcocho de manzana con finas nueces acompañado de nuestra salsa secreta.	3,75
	Mini Amaretto Cake Pound cake hecho a base de queso crema, almendras y lloor de amaretto, remojado con almibar de amaretto y decorado con glaseé de almendras.	1,70		Torta de Naranja Bizcocho a base de naranjas frescas, bañado en almibar de naranja y cubierto con espeso manjar ecuatoriano.	2,90
	Mojada de Chocolate Bizcocho de chocolate remojado en abundante salsa de chocolate.	2,00		Torta Mousse de Chocolate y Manjar Bizcocho de chocolate ecuatoriano bañado en salsa, relleno de mousse y espeso manjar.	3,25
	Palitos de Canela y Nuez - 2 unidades Sticks dulces de nueces bañados en azúcar morena y canela. 2 unidades	1,20		Triple Fudge Brownie Negrito especial con tres tipos de chocolate ecuatoriano, cubierto por ganache de chocolate blanco y negro.	2,60
	Muffin de Chocolate Cake de Vanilla y gotas de chocolate ecuatoriano.	1,50		Barra de Proteínas Sweet & Coffee Barra de proteínas con café Sweet & Coffee, chocolate blanco y mantequilla de maní. 12g de proteína.	2,00
	Pan de Banano - 2 unidades Pan hecho a base de banano y yogurt, relleno con trozos de nuez. 2 unidades	2,60			
	Pan de Blueberries & Yogurt Pan elaborado con deliciosos arándanos y yogurt natural, cubierto y aromatizado con icing de limón.	3,25			

DULCES ENTEROS

Dulces enteros para disfrutar momentos con tus seres queridos.

	Cheesecake Clásico de Frutilla Cheesecake cremoso de vainilla cubierto con mermelada, crema chantilly y salsa de frutos rojos. Porciones sugeridas: 12	23,50			
	Dulce de Tres Leches Bizcocho bañado en crema de leche, leche condensada y evaporada. Porciones sugeridas: 16	21,40		Torta de Manzana y Nuez Bizcocho de manzana con finas nueces acompañado de nuestra salsa secreta. Porciones sugeridas: 12	21,50
	Dulce de Cuatro Leches Bizcocho con manjar bañado en crema de leche, leche condensada y evaporada. Porciones sugeridas: 16 Bizcocho con manjar bañado en crema de leche, leche condensada y evaporada. Porciones sugeridas: 16	26,50		Torta de Naranja Bizcocho a base de naranjas frescas, bañado en almibar de naranja y cubierto con espeso manjar ecuatoriano. Porciones sugeridas: 10	16,90
	Loco Muffin Bizcocho de vainilla relleno de manjar achocolatado, decorado con merengue y grageas de chocolate Rocklets. El favorito de los niños.	13,90		Torta Mousse de Chocolate y Manjar Bizcocho de chocolate ecuatoriano bañado en salsa, relleno de mousse y espeso manjar. Porciones sugeridas: 12	24,90
	Mini Amaretto Cake Pound cake hecho a base de queso crema, almendras y lloor de amaretto, remojado con almibar de amaretto y decorado con glaseé de almendras. Porciones sugeridas: 10	13,00		Torta Manjar de Chocolate Bizcocho de chocolate ecuatoriano relleno de nuestro delicioso manjar achocolatado; decorado con chispas de chocolate, rosetas de manjar y paillitos de colores. Porciones sugeridas: 10	13,90
	Mojada de Chocolate Bizcocho de chocolate remojado en abundante salsa de chocolate. Porciones sugeridas: 24	29,90			
	Queso de Coco Flan a base de coco bañado en salsa de caramelo y decorado con perzas. Porciones sugeridas: 20	35,90			

PRODUCTOS DE SAL

Porciones, Bites, Sánduches y Productos de Sal Enteros.

	Bolón Pintón 2,25 Apetecible bolón de verde y maduro pintón, elaborado al horno. Relleno de queso y cremosa mantequilla Ghee.
	Croissant de Jamón y Queso 1,75 Suave pan francés con jamón y queso holandés derretido. Calorías por unidad: 377kcal.
	Empanada de Carne 1,60 Masa quebrada rellena de carne magra de res, cebollín, pimiento rojo, aceitunas, pasas y huevo duro picado.
	Humitas 3,00 Plato típico ecuatoriano de maíz relleno con queso fresco.
	Palitos de Queso - 2 unidades 1,20 Sticks de queso cheddar. 2 unidades.
	Sánduche Capresse con Chía 3,65 Pan elaborado con harina 100% integral, relleno con queso mozzarella, salsa pesto y tomates secos.
	Sánduche de Pavo 4,90 Pan focaccia relleno con queso holandés, jamón de pavo bajo en grasa y un toque de mostaza y miel.
	Sánduche de Pollo con Aderezo Light 3,95 Pan elaborado con harina 100% integral, enriquecido con Chía, relleno con trozos de pechuga de pollo y mayonesa light.



	Tarta de Espinaca 2,50 Suave pastel de espinaca fresca, queso holandés y cubitos de cebolla perla.
	Tarta de Jamón y Queso 2,75 Suave pastel de queso holandés, pedazos de jamón y cebolla perla.
	Torta de Choclo 2,60 Pastel a base de choclo y queso fresco. Calorías por porción: 375 kcal
	Muffin de Queso 1,75 Pastel de masa hojaldrada con relleno de acelga, queso fresco y huevo picadillo.
	Tarta de Acelga 2,90 Pastel de masa hojaldrada con relleno de acelga, queso fresco y huevo picadillo.

PRODUCTOS DE SAL ENTEROS

Productos de sal enteros.

	Tarta de Espinaca 19,50 Suave pastel de espinaca fresca, queso holandés y cubitos de cebolla perla. Porciones sugeridas: 12
	Tarta de Jamón y Queso 21,00 Suave pastel de queso holandés, pedazos de jamón y cebolla perla. Porciones sugeridas: 12



BEBIDAS CON CAFÉ

Cafés Tradicionales, Espressos, Cafés Fríos

 **Moca Mint Frappelatte®** 2,90
Frozen de espresso frío, leche entera y syrup de menta, endulzado y decorado con jalea de chocolate.

 **Espresso - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 1,00
PARA MANTENER SUS CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS, RECÓGELO EN EL LOCAL. Extracción de nuestro café de la casa, equilibrio perfecto entre alta acidez y cuerpo denso.

 **Espresso Cappuccino - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 1,15
PARA MANTENER SUS CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS, RECÓGELO EN EL LOCAL. Nuestro espresso perfecto mezclado con nuestra fórmula de leche vaporizada y un toque de canela 4oz.

 **Espresso Mocaccino - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 1,35
PARA MANTENER SUS CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS, RECÓGELO EN EL LOCAL. Café Espresso mezclado con nuestra fórmula de leche vaporizada y salsa de chocolate 4oz.

 **Macchiato - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 1,10
PARA MANTENER SUS CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS, RECÓGELO EN EL LOCAL. Café espresso con espuma de nuestra fórmula de leche 4oz.

 **Macchiato Dulce de Leche - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 1,30
Macchiato Dulce de Leche - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local

 **Cortado** 1,10
Café espresso con una pequeña cantidad de nuestra fórmula de leche y espuma.

 **Americano** 1,35
Nuestro café de la casa, filtrado.

 **Americano con Leche** 1,60
Nuestro café de la casa, filtrado con nuestra fórmula de leche.

 **Café Latte** 1,95
Bebida a base de café espresso y nuestra fórmula de leche.

 **Café Bombón** 1,80
Una mezcla de café espresso, leche condensada decorado con crema chantilly y canela.

 **Cappuccino** 1,95
Café espresso mezclado con nuestra fórmula de leche perfectamente vaporizada y un toque de canela.

 **Cappuccino Dulce de Leche** 2,20
Café espresso mezclado con nuestra fórmula de leche perfectamente vaporizada, endulzado con dulce de leche.

 **Cappuccino Caliente de la Casa** 3,00
Café espresso mezclado con nuestra fórmula de leche perfectamente vaporizada, con saborizante de avellana y caramelo, decorado con crema chantilly y dulce de leche.



 **Mocaccino** 2,20
Café espresso mezclado con chocolate, nuestra fórmula de leche perfectamente vaporizada y jalea de chocolate.

 **Cappuccino Frío de la Casa** 4,20
Shake de vainilla con un shot de espresso y saborizante de avellana, decorado con crema chantilly y dulce de leche.

 **Latte Frío** 2,30
Espresso frío con nuestra fórmula de leche fría, azúcar y hielo.

 **Iced Coffee** 1,75
Café filtrado con agua y hielo. No contiene azúcar.

 **FrappeLatte® - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 2,35
PARA MANTENER SUS CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS, RECÓGELO EN EL LOCAL. Nuestra fórmula perfecta: Frozen de espresso frío, leche entera, azúcar y decorado con canela.

 **FrappeLatte® Dulce de Leche - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 2,55
PARA MANTENER SUS CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS, RECÓGELO EN EL LOCAL. Nuestra fórmula perfecta: Frozen de espresso frío, leche entera, endulzado y decorado con dulce de leche.

 **Moca FrappeLatte® - Bebida sugerida SOLO para recoger en el local** 2,65
PARA MANTENER SUS CARACTERÍSTICAS ÓPTIMAS, RECÓGELO EN EL LOCAL. Nuestra fórmula perfecta: Frozen de espresso frío, leche entera, endulzado y decorado con jalea de chocolate.

 **Power Latte Frío 12oz** 3,95
Bebida frappeada con poco hielo mezclando espresso, Leche de Almendras, mezclado con proteína Intelligent Nutrition y endulzado con Splenda. Contiene 12g Proteína y 73kCal.

 **Moca Power Latte Frío 12oz** 4,15
Bebida frappeada con poco hielo mezclando espresso, Leche de Almendras, mezclado con proteína Intelligent Nutrition, jalea de chocolate, endulzado con Splenda. Contiene 12g Proteína y 115 kCal.

 **Power Chai Tea Latte Frío 12oz** 4,25
Bebida frappeada con poco hielo mezclando Leche de Almendras, saborizante Chai Tea Spice y Proteína Intelligent Nutrition. Contiene 14g Proteína y 127kCal.

MILKSHAKES Y BEBIDAS SWEET COCOA

Nuestras creaciones con helado y bebidas con delicioso cocoa orgánica.

	Chocolate Sweet Cocoa® Caliente 8oz 2,15
	Bebida de chocolate caliente preparado con cacao orgánico fino de aroma, nuestra fórmula de leche perfectamente vaporizada, decorado con marshmallows y paillitos de chocolate.
	Chocolate Sweet Cocoa® Frío 12oz 3,45
	Bebida de chocolate frío preparado con cacao orgánico fino de aroma, nuestra fórmula de leche, helado de vainilla y marshmallows decorado con paillitos de chocolate.
	Cocoa FIT 8oz 2,95
	Bebida de chocolate caliente 8oz con cacao orgánico fino de aroma, leche de almendras, sin azúcar. Calorías: 118kcal.
	Cappuccino Shake 3,95
	Shake de Helado de Vainilla, espresso y leche entera, decorado con canela y crema chantilly adicional a tu elección.
	Moca Milkshake 3,95
	Shake de Helado de vainilla, con jalea de chocolate, espresso y leche entera, decorado con jalea de chocolate, dulce de leche y crema Chantilly adicional a tu elección.
	Milkshake Clásico de Chocolate 3,65
	Shake de Helado de chocolate con Leche Entera, decorado con salsa de chocolate y crema adicional.
	Milkshake Clásico de Frutilla 3,65
	Shake de Helado de Frutilla con Leche Entera, decorado con salsa berry berry y crema adicional.



	Milkshake Clásico de Vainilla 3,65
	Shake de Helado de Vainilla con Leche Entera, decorado con salsa de dulce de leche y crema adicional.
	Oreo Cookie Shake 4,15
	Shake de Helado de Vainilla con galletas Oreo, leche entera decorado con Oreo, jalea de chocolate y crema Chantilly adicional a tu elección.
	Cookies & Caramel Milkshake 4,15
	Shake de Helado de Vainilla con galletas de vainilla y chocolate, saborizante de caramelo, decorado con galletas de vainilla triturada, dulce de leche y crema Chantilly adicional a tu elección.
	Tango® Cookie Shake 4,15
	Shake de Helado de Vainilla, leche entera, con Tango® de Chocolate Blanco decorado con Tango® de chocolate blanco y crema Chantilly adicional a tu elección.
	Mint Cocoa Frío 3,90
	Chocolate frío con cacao orgánico, leche entera, helado de vainilla y syrup de menta decorado con jalea de chocolate.

TÉ, BLENDS E INFUSIONES

Bebidas refrescantes que mezclan sabores de frutas e infusiones.

	Té Helado 1,10
	Té Helado sabor a limón y hielo.
	Chai Tea Latte Caliente 2,65
	Nuestra fórmula de leche con saborizante de Chai Tea Spice y un botón de espuma.
	Chai Tea Latte Frío 3,15
	Bebida de Leche entera con saborizante de Chai Tea Spice, servido con hielo.
	Infusión de Frutas Deshidratadas - Frutos tropicales 8oz 2,65
	Bebida caliente de infusión con selección de frutas deshidratadas, endulzado con hojas de stevia.
	Infusión de Frutas Deshidratadas - Frutos Rojos 8oz 2,65
	Bebida caliente de infusión con selección de frutas deshidratadas, endulzado con hojas de stevia.



	Infusión de Frutas Deshidratadas - Jengibre 8oz 2,65
	Bebida caliente de infusión con selección de frutas deshidratadas, endulzado con hojas de stevia.
	Agua Aromática 0,90
	Infusión caliente a tu elección.
	Blend de Jamaica and Berries Caliente 8oz 1,90
	Mezcla de frutas e infusiones 100% Naturales. Orgánicas. Contiene menos de 10 kcal.

JUGOS Y BEBIDAS EMBOTELLADAS

Jugos Naturales, Frozen, Agua y bebidas embotelladas.

	FrappeLatte® Espresso Intenso en Botella 1,60
	Café espresso Intenso Sweet&Coffee con Leche deslactosada elaborado con tecnología High Pressure Processed en botella 240ml. Sin colorantes artificiales, ni saborizantes.
	FrappeLatte® en Botella 2,35
	Café Sweet&Coffee con Leche deslactosada elaborado con tecnología High Pressure Processed en botella 350ml. Sin colorantes artificiales, ni saborizantes. Contiene 18g de Proteína.
	Jugo Cold Pressed JUCY: Naranja 375ml 2,50
	Jugo de Naranja Cold Pressed 100% Natural elaborado con tecnología High Pressure Processed. Sin azúcar añadida.
	Jugo Cold Pressed JUCY: Sandía 375ml 2,90
	Jugo de Sandía Cold Pressed 100% Natural elaborado con tecnología High Pressure Processed. Sin azúcar añadida.
	Agua de Coco Cold Pressed JUCY 355ml 2,50
	Agua de Coco Cold Pressed 100% Natural elaborado con tecnología High Pressure Processed. Sin azúcar añadida.
	Jugo Natural Frozen de Guanábana 12oz 2,30
	Jugo de pulpa de Guanábana 100% natural con hielo y azúcar.



	Jugo Natural Frozen de Maracuyá 12oz 2,30
	Jugo de pulpa de Maracuyá 100% natural con hielo y azúcar.
	Jugo Natural Frozen de Mango 12oz 2,30
	Jugo de pulpa de Mango 100% natural con hielo y azúcar.
	Coca Cola Regular 1,75
	Coca Cola Sabor Original 500ml
	Coca Cola Light 1,75
	Coca Cola Light 500ml
	Agua Natural 0,90
	Agua All Natural embotellada 500ml
	Guitig 1,00
	Agua Mineral natural embotellada 300ml.

CAFÉ MOLIDO Y SOLUBLE

	Café Molido Loja 400g 6,95
	Nuestro café de la casa molido 100% Arábigo Lavado. Balanceado con mezcla de notas frutales, avellanas y chocolate oscuro.
	Café En Grano Loja 400g 8,00
	Nuestro café de la casa en grano 100% Arábigo Lavado. Balanceado con mezcla de notas frutales, avellanas y chocolate oscuro.
	Café Molido Jipijapa 400g 6,95
	Café Molido 100% Arábigo Lavado con sabores frutales y cítricos de acidez moderada. Tostado Medio Oscuro.
	Café Molido Zaruma 400g 6,95
	Café Molido 100% Arábigo Lavado con notas herbales aromáticas y frutas. Tostado Medio Oscuro.
	Café Molido Imbabura 400g 7,35
	Café Molido 100% Arábigo Lavado con sabor a frutos rojos donde predomina el arándano y la mora azul. Tostado Medio Oscuro.
	Café Molido Descafeinado 340g 8,00
	Nuestro Café de la casa Molido 100% Arábigo Lavado, sin cafeína. Balanceado con mezcla de notas frutales, avellanas y chocolate oscuro. Tostado Medio Oscuro.



	Café Molido Avellanas 400g 6,95
	A nuestro característico café de la casa molido 100% Arábigo Lavado le agregamos sabor de Avellanas para que puedas disfrutar de una bebida especial. Tostado Medio Oscuro.
	Café Molido Amaretto 400g 6,95
	A nuestro característico café de la casa molido 100% Arábigo Lavado le agregamos sabor de Amaretto para que puedas disfrutar de una bebida especial. Tostado Medio Oscuro.
	Café Instantáneo Soluble 80g 4,30
	Café Instantáneo soluble 100% Arábigo elaborado con los mejores granos de nuestro café de Loja.

ANEXO B. FORMATO DE ENCUESTA



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

Objetivo: Conocer si es factible el proyecto de una franquicia de Sweet & Coffe en la ciudad de Riobamba

Instrucciones: Escoja cada opción en cada pregunta

Género: Masculino () Femenino ()

Su Estado Civil es:

Soltero () Casado () Divorciado () Unión Libre ()

1.- Por favor señale en qué edad se encuentra

< 20 años () 21 -30 años () 31-40 años ()

41-50 años () 51-60 años () > 60 años ()

2.- ¿Qué ocupación tiene?

Estudiante () Empleado Público () Empleado Privado ()

Amo de casa () Trabajo Propio ()

3.- Frecuenta una cafetería

Sí () No ()

4.- Le gustaría que la Franquicia Sweet and Coffe se instale en la ciudad de Riobamba

Sí () No ()

5.- Con qué frecuencia visita una cafetería:

Diariamente () 1 vez a la semana () Más de 2 veces a la semana ()

Quincenal () 1 vez al mes ()

6.- Escoja Un día que con más frecuencia visita una cafetería

Lunes () Martes () Miércoles () Jueves ()

Viernes () Sábado () Domingo ()

7.- Que rango de precio gasta por persona en su visita en una cafetería

Hasta 5 Dólares () entre \$5,01 hasta \$ 10,00 ()

Entre 10,01 – 20 dólares () Mas de 20 dólares ()

8.- Califique cada uno de los siguientes factores que influyen en la visita a una cafetería

	Menor			Mayor	
Precio	1	2	3	4	5
Ambiente	1	2	3	4	5
Variedad de productos	1	2	3	4	5
Rapidez	1	2	3	4	5
Servicio	1	2	3	4	5
Temática del local	1	2	3	4	5

9.- Con qué tipo de persona frecuenta una cafetería escoja 1 sola opción

Pareja () Amigos ()

Familia () Otros ()

10.- En que sector debería estar ubicado la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba

Centro de la ciudad () Norte de la Ciudad ()

Paseo Shopping patio de Comidas ()



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
CARRERA DE FINANZAS

11.- Entre las siguientes opciones **Escoja una cual es la Cafeterías más preferida**

- | | | | |
|-----------------------|-----|-------------------------|-----|
| 1.- Café Ejecutivo-CE | () | 2.- Kfécito K | () |
| 3.- Café del tren CT | () | 4.- Café Paola CP | () |
| 5.- Brothers Café BC | () | 6.- Verde Limón VL | () |
| 7.- Gelatto Café GC | () | 8.- Cafeteate C | () |
| 9.- Doma Express DE | () | 10.- Crepe & Company CC | () |
| 11.- Otras O | () | | |

12.- Que grupo de productos en un negocio de cafetería le gusta más cuando la visita
Califique cada Grupo 1 menos importante a 5 mas importante

	Menor			Mayor	
Bebidas Con Café (Calientes)	1	2	3	4	5
Milkshakesy bebidas sweet cosas (frías)	1	2	3	4	5
Té, Blends e infusiones	1	2	3	4	5
Porciones de Postres (Cheesecake,Brownie,etc)	1	2	3	4	5
Dulces enteros (tortas, cakes, etc.)	1	2	3	4	5
Productos de Sal (Porciones, bites, sánduches)	1	2	3	4	5
Jugos y bebidas embotelladas	1	2	3	4	5

13.- Piensa Usted que proyecto de puesta en marcha de la franquicia Sweet and Coffe en la ciudad de Riobamba mejorará la situación económica de la ciudad de Riobamba

Si () No ()

ANEXO C. SIMBOLOGÍA UTILIZADA EN EL FLUJOGRAMA DE PROCESOS

	Inicio o fin Proceso
	Actividad
	Demora
	Decisión
	Transporte



epoch

**Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje**

**UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL**

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 14 / 03 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: DAYANA ABIGAIL CAJAMARCA SOTO
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
Carrera: FINANZAS
Título a optar: INGENIERA EN FINANZAS
f. Analista de Biblioteca responsable: Ing. CPA. Jhonatan Rodrigo Parreño Uquillas. MBA.



14 / 03 / 2022

0296-DBRA-UTP-2022