

INTRODUCCION

Babahoyo es una ciudad cuyo crecimiento económico comercial ha venido desarrollándose lentamente durante los últimos tres años. Sin embargo este crecimiento se encuentra afectado, ya que algunos de sus habitantes están destinando sus ingresos a otras ciudades mas desarrolladas como Guayaquil, donde lo emplean en la compra de productos y servicios ofrecidos por franquicias que no existen en Babahoyo.

La ausencia de franquicias se lo considera un problema para la ciudad de Babahoyo, ya que se está perdiendo oportunidades como: Obtener negocios con nombres reconocidos, las mismas que proporcionan una aparente minimización en cuanto a riesgos de fracaso, y, Capacitación inicial y permanente, porque este es un contrato evolutivo: los productos, el servicio, Know How, son objetos de un constante mejoramiento con el solo fin de progresar.

Esto también conlleva a una recesión en el proceso de desarrollo socio – cultural, ya que la percepción que tienen los no residentes de Babahoyo sobre la ciudad, es considerarla como “un pueblo” siendo la capital de una de las provincias del Ecuador

El objetivo del presente estudio es analizar si el mercado de Babahoyo es atractivo para implementar franquicias nacionales e internacionales.

INDICE GENERAL

CONTENIDO	Pág.
AGRADECIMIENTO.....	I
DEDICATORIAS.....	II
TRIBUNAL DE GRADUACIÓN.....	III
DECLARACIÓN EXPRESA.....	VI
INTRODUCCIÓN.....	V
CAPITULO I	
Análisis macro y micro del entorno de Babahoyo.....	24
1.1 Historia.....	24
1.1.1 Tribus prehispánicas.....	25
1.1.2 Los Babahoyos.....	25
1.1.3 Babahoyo en la Independencia.....	26
1.1.4 Babahoyo en los Chihuahuas.....	26
1.1.5 Las Balsas.....	27
1.1.6 Traslado de Babahoyo.....	28
1.1.7 Fundación y Alumbrado Público.....	29
1.1.8 Incendios en Babahoyo.....	30
1.1.9 Nuevas Construcciones y Estructura de la Vía Pública.....	31
1.1.9.1 Calles Principales y Vía Flores.....	31
1.1.9.2 Viviendas.....	32
1.1.9.3 Iglesia.....	32
1.1.9.4 Otros.....	32

1.1.10 Concejo Municipal Babahoyense.....	33
1.1.10.1 Organización en 1880.....	33
1.1.10.2 Constitución en 1894.....	34
1.1.10.3 Constitución en 1895.....	35
1.1.10.4 Constitución en 1897.....	35
1.1.11 Mejoras de la ciudad.....	36
1.1.12 Nuevos Acontecimientos.....	38
1.1.12.1 Incendios en 1901-1902.....	38
1.1.12.2 Estructura de la Vía Pública.....	38
1.1.12.2.1 Calles en 1902.....	39
1.1.12.2.2 Calles en 1909.....	41
1.1.12.2.3 Alumbrado.....	42
1.1.12.2.4 Inundaciones.....	43
1.1.12.3 Cementerio.....	44
1.1.12.4 La Canalización de Babahoyo.....	45
1.2 Evolución y Desarrollo.....	46
1.2.1 Atractivos Turísticos.....	48
1.2.1.1 La catedral.....	48
1.2.1.2 Parque 24 de Mayo.....	49
1.2.1.3 Parque Deportivo y Recreacional.....	49
1.2.1.4 Parque Lineal.....	50
1.3 Geografía.....	51
1.3.1 Clima.....	51
1.3.2 Temperatura.....	52
1.3.3 Extensión.....	52

1.3.4 Formas de relieve.....	52
1.3.4.1 El Cerro Cacharí.....	53
1.3.5 Hidrografía.....	53
1.3.6 Recursos Naturales.....	54
1.3.6.1 Flora.....	54
1.3.6.2 Fauna.....	55
1.3.7 División Política.....	55
1.3.8 Límites.....	55
1.3.9 Ubicación.....	56
1.3.10 Población.....	57
1.3.10.1 Cantón Babahoyo.....	57
1.3.10.2 Ciudad de Babahoyo.....	60
1.3.10.2.1 Evolución de la población.....	60
1.4 Vías de Comunicación.....	61
1.4.1 Tipo Terrestre.....	62
1.4.2 Tipo Fluvial.....	62
1.5 Tipos de trabajo.....	63
1.5.1 Empleados del cantón Babahoyo según grupos ocupacionales.....	63
1.5.2 Empleados del cantón Babahoyo según ramas de actividad.....	65
1.5.2.1 Actividades Agropecuarias.....	65
1.5.2.1.1 Agricultura.....	66
1.5.2.1.2 Ganadería.....	66
1.5.2.1.3 La pesca.....	66
1.5.2.1.4 Silvicultura.....	67
1.5.2.2 Manufactura.....	67

1.5.2.3 Construcción.....	69
1.5.2.4 Comercio.....	69
1.5.2.4.1 En la Provincia.....	69
1.5.2.4.2 En el Cantón.....	70
1.5.2.4.3 En la Ciudad.....	70
1.5.2.5 Enseñanza.....	73
1.5.2.6 Otras Actividades.....	73

CAPITULO II

Las Franquicias.....	75
2.1 Definiciones de Franquicia.....	75
2.1.1 Formas de Franquicias.....	77
2.1.1.1 Franquicia de productos o marcas.....	77
2.1.1.2 Franquicia del formato empresarial.....	77
2.1.2 Términos básicos relacionados con las franquicias.....	78
2.1.2.1 Franquicia.....	78
2.1.2.2 Franquiciante o Franquiciador.....	78
2.1.2.3 Franquiciado.....	79
2.1.2.4 Fee inicial o "Franchasing Fee".....	79
2.1.2.5 Subfranquiciador.....	79
2.1.2.6 Royalties o regalías.....	80
2.1.2.7 Fondo de publicidad.....	80
2.1.2.8 Franquicia "chatarra".....	80
2.1.2.9 Derecho de publicidad.....	81
2.1.2.10 Know How.....	81

2.1.2.11	Manuales de Operación.....	81
2.1.2.12	Derecho de marca.....	82
2.1.2.13	Circular de Oferta de Franquicia (COF).....	82
2.1.2.14	Tropicalización.....	82
2.1.2.15	Contrato de franquicia.....	83
2.1.2.15.1	Características.....	83
2.1.2.15.2	Documentación Legal.....	84
2.1.3	Elementos que constituyen una franquicia.....	85
2.1.3.1	Fijación de un precio.....	85
2.1.3.1.1	Cálculo de la cuota inicial.....	85
2.1.3.1.2	Precio final al consumidor.....	87
2.1.3.2	Fijación de regalías.....	89
2.1.4	Objetivo de las franquicias.....	90
2.2	Evolución del Mercado de franquicias a nivel mundial.....	90
2.2.1	Origen y Antecedentes históricos.....	91
2.2.2	Antecedentes en la Edad Media.....	91
2.2.3	El inicio de la Franquicia en la Época Moderna.....	92
2.2.4	Primeros Sistemas de Franquicias.....	93
2.2.4.1	Compañías Manufactureras en Estados Unidos.....	93
2.2.4.1.1	Singer.....	93
2.2.4.1.2	General Motors.....	94
2.2.4.2	Compañías Petroleras y de autopartes.....	95
2.2.4.3	Industria Gaseosa.....	95
2.2.4.3.1	Coca –Cola.....	96
2.2.4.4	Compañías de Arrendamiento de Vehículos.....	97

2.2.4.4.1	Hertz Rent a Car.....	97
2.2.4.5	Compañías en Francia y Estados Unidos.....	97
2.2.4.5.1	La Lainiere de Roubaix.....	98
2.2.4.5.2	Howard Jonson.....	98
2.2.5	El Gran Auge de la Posguerra.....	99
2.2.6	El sistema de franquicias en Colombia.....	101
2.2.7	El sistema de franquicias en México.....	103
2.3	La franquicia desde varios puntos de vista.....	104
2.3.1	Un fenómeno socioeconómico.....	104
2.3.2	Una definición teórica.....	104
2.3.3	Una definición práctica.....	105
2.3.4	Del futuro franquiciado.....	105
2.3.5	Del futuro franquiciador.....	105
2.4	Tipos de franquicia.....	106
2.4.1	Primera clasificación.....	106
2.4.1.1	Franquicia de primera generación.....	106
2.4.1.2	Franquicia de segunda generación.....	107
2.4.2	Segunda clasificación.....	107
2.4.2.1	Franquicia vertical.....	108
2.4.2.2	Franquicia integrada.....	108
2.4.2.3	Franquicia semi-integrada.....	108
2.4.2.4	Franquicia horizontal.....	109
2.4.2.5	Franquicia de detallista.....	109
2.4.2.6	Franquicia de fabricantes.....	109
2.4.3	Tercera clasificación.....	109

2.4.3.1	Franquicia industrial.....	110
2.4.3.2	Franquicia de distribución.....	110
2.4.3.3	Franquicias de servicio.....	111
2.4.4	Otras franquicias.....	111
2.4.4.1	Franquicia asociativa.....	111
2.4.4.2	Franquicia financiera.....	112
2.5	Estrategias de cobertura de mercado.....	112
2.5.1	Distribución Intensiva.....	113
2.5.1.1	Características.....	113
2.5.2	Distribución Selectiva.....	114
2.5.2.1	Características.....	114
2.5.3	Distribución Exclusiva.....	115
2.5.3.1	Características.....	115
2.6	El rol de franquiciante y franquiciador.....	116
2.6.1	El franquiciante.....	117
2.6.1.1	Características que debe buscar un franquiciatario en un franquiciante.....	117
2.6.1.2	Obligaciones del franquiciante.....	119
2.6.1.3	Los franquiciadores como fuente de financiamiento.....	120
2.6.1.3.1	Elementos para diagnosticar la franquiciabilidad de un negocio.....	121
2.6.1.3.1.1	Criterios mínimos y elementales que determinan la franquiciabilidad exitosa de un concepto.....	121
2.6.1.4	Ventajas y desventajas del franquiciante.....	123
2.6.2	El franquiciatario.....	123

2.6.2.1	Características que debe buscar un franquiciante en un franquiciatario.....	124
2.6.2.2	Obligaciones del franquiciatario.....	125
2.6.2.3	Ventajas y desventajas del franquiciatario.....	126
2.6.3	Motivos para franquiciar.....	127
2.6.4	Criterios Cuantitativos de decisión para franquiciar una empresa...	128
2.6.4.1	Las primeras señales.....	128
2.7	El Mercado de franquicias en Ecuador.....	130
2.7.1	Evolución.....	130
2.7.2	Definición del sector.....	131
2.7.3	Delimitación del sector.....	132
2.7.4	Sectores presente en el país actualmente.....	133
2.7.4.1	Sector de la Alimentación.....	133
2.7.4.2	Sector de lavanderías.....	134
2.7.4.3	Sector de la enseñanza.....	134
2.7.4.4	Sector de videos.....	135
2.7.4.5	Sector de ropa.....	135
2.7.4.6	Sector hotelero.....	135
2.7.5	Análisis de la Oferta.....	136
2.7.5.1	Tamaño del mercado.....	136
2.7.5.2	Producción local.....	137
2.7.5.3	Importaciones.....	139
2.7.6	Análisis cualitativo de la demanda.....	141
2.7.7	Franquicias españolas.....	142
2.7.8	Comodidad: Canales de distribución.....	144

2.7.9 Condiciones de acceso al mercado.....	146
2.7.10 Situación jurídica y problemas legales de las franquicias.....	148
2.7.11 Empresas franquiciantes Ecuatorianas.....	149

CAPITULO III

Estudio de Mercado.....	151
3.1 Investigación de Mercado.....	151
3.1.1 Definición del problema y objetivos de la investigación de.....	152
mercado.....	152
3.1.1.1 Definición del problema.....	152
3.1.1.2 Objetivos de la investigación de mercado.....	154
3.1.1.2.1 Objetivo general.....	154
3.1.1.2.1 Objetivos específicos.....	155
3.1.2 Desarrollo del plan de investigación.....	155
3.1.2.1 Métodos de investigación.....	155
3.1.2.1.1 Investigación exploratoria.....	156
3.1.2.1.1.1 Focus group.....	156
3.1.2.1.1.2 Resultados de la investigación exploratoria...	158
3.1.2.1.2 Investigación descriptiva.....	168
3.1.2.1.2.1 Proceso de muestreo.....	169
3.1.2.1.2.1.1 Especificar la información a obtener...	169
3.1.2.1.2.1.2 Definición de la población.....	169
3.1.2.1.2.1.2.1 Unidades de muestreo.....	170
3.1.2.1.2.1.2.2 Marco muestral.....	170
3.1.2.1.2.1.3.- Obtención de la información.....	172

3.1.2.1.2.1.3.1	Diseño del cuestionario.....	172
3.1.2.1.2.1.4	Aplicación del método de muestreo	173
3.1.2.1.2.1.5	Determinación del tamaño de la.....	173
	muestra.....	173
3.1.3	Implementación del plan de investigación.....	176
3.1.3.1	Recolección de datos.....	176
3.1.3.2	Procesamiento de la información.....	177
3.1.3.2.1	Edición.....	177
3.1.3.2.2	Codificación.....	177
3.1.4	Interpretación e informe de los resultados.....	178
3.1.4.1	Tabulación.....	178
3.1.4.2	Análisis.....	178
3.1.4.3	Análisis total de la encuesta.....	197
3.1.4.3.1	Análisis de franquicias seleccionadas.....	198
3.1.5	Análisis de las fuerzas competitivas de Porter.....	201
3.1.5.1	Proveedores.....	202
3.1.5.2	Competencia.....	202
3.1.5.2.1	Competidores potenciales.....	203
3.1.5.3	Clientes (Target de la Empresa).....	203
3.1.6	Cadena de Valor (McDonald's).....	204
3.1.7	Análisis FODA de McDonald's.....	205
3.1.7.1	Fortalezas.....	205
3.1.7.2	Debilidades.....	206
3.1.7.3	Amenazas.....	206
3.1.7.4	Oportunidades.....	206

Capítulo IV

Estudio Financiero.....	207
4.1 Estudio Financiero.....	207
4.2 Inversiones.....	208
4.2.1 Activos Fijos.....	208
4.2.1.1 Terreno.....	209
4.2.1.2 Equipo de Cocina.....	211
4.2.1.3 Equipo de Oficina.....	212
4.2.1.4 Muebles y Enseres.....	212
4.2.2 Activos Diferidos.....	213
4.2.2.1 Gastos de Constitución.....	213
4.2.2.2 Derecho de Franquicia.....	214
4.2.3 Depósito de Garantía.....	214
4.2.4 Capital de Trabajo.....	214
4.2.5 Inversión Total.....	215
4.3 Financiamiento del Proyecto.....	217
4.4 Presupuesto de Ingresos, Costos y Gastos.....	218
4.4.1 Ingresos.....	218
4.4.2 Costos.....	219
4.4.2.1 Costo de Venta.....	219
4.4.2.1.1 Materiales Directos.....	219
4.4.2.1.2 Mano de Obra Directa.....	220
4.4.2.1.3 Mano de Obra Indirecta.....	221
4.4.2.1.4 Regalías.....	221

4.4.2.1.5 Alquiler.....	221
4.4.2.1.6 Servicios Básicos.....	222
4.4.2.1.7 Mantenimiento.....	222
4.4.3 Gastos.....	223
4.4.3.1 Gastos Administrativos.....	223
4.4.3.2 Gastos de Venta.....	224
4.4.3.3 Gastos de Depreciación.....	225
4.4.3.4 Amortización.....	226
4.4.3.4.1 Amortización Derecho de franquicia.....	226
4.4.3.4.2 Amortización Gastos De Constitución.....	227
4.4.3.5 Gastos de Amortización de la deuda.....	227
4.4.3.6 Gastos de Intereses.....	228
4.5 Valor de Desecho.....	229
4.6 Estado de Pérdidas y Ganancias.....	230
4.7 Flujo de Caja.....	231
4.8 Balance General.....	232
4.8.1 Capital.....	233
4.9 Criterios de Evaluación.....	234
4.9.1 Tasa Mínima Atractiva De Retorno (TMAR).....	235
4.9.1.1 Tasa Libre De Riesgo (Rf).....	236
4.9.1.2 Riesgo País.....	237
4.9.1.3 Prima de Riesgo (Rm-Rf).....	237
4.9.1.4 Riesgo Sistemático (B).....	237
4.9.2 Tasa Interna De Retorno (TIR).....	239

4.9.3 Valor Actual Neto (VAN).....	239
4.10 Punto de Equilibrio.....	240
4.10.1 Margen de Contribución.....	241
4.10.1.1 Margen de Contribución Unitario.....	241
4.1.1 Análisis De Sensibilidad.....	242

INDICE DE CUADROS

Cuadro # 1: Constitución de 1894.....	34
Cuadro # 2: Reestructuración de las calles en 1902.....	40
Cuadro # 3: Calles Transversales en 1902.....	40
Cuadro # 4: Población Del Cantón - Los Ríos - Babahoyo Censo 2001.....	58
Cuadro # 5: Población por niveles de Instrucción a partir de cinco años y más- Censo 2001.....	59
Cuadro #6: Evolución de la población Censo 1950-2001.....	61
Cuadro # 7: Población Económicamente Activa de 5 Años y más, por sexo, según grupos ocupacionales - Los Ríos – Babahoyo.....	64
Cuadro # 8: Población Económicamente Activa de 5 Años y más, por sexo, según ramas de actividad Cantón Babahoyo.....	74
Cuadro # 9: Ventajas y desventajas del franquiciante.....	123
Cuadro # 10: Ventajas y desventajas del franquiciatario.....	126
Cuadro # 11: Cifras del sistema de franquicias en el Ecuador.....	137
Cuadro # 12: Personas entrevistadas en el Focus Group.....	160
Cuadro # 13: Cadenas de negocios Seleccionadas.....	162
Cuadro # 14: Ubicación de las cadenas de negocios.....	163

Cuadro # 15: Preferencias de comidas rápidas.....	165
Cuadro # 16: Número de personas a encuestar.....	175
Cuadro # 17: Costos de los Activos Fijos.....	209
Cuadro # 18: Costos de los Equipos de Cocina.....	211
Cuadro # 19: Costos de los Equipos de Oficina.....	212
Cuadro # 20: Costos de los Muebles y Enseres.....	213
Cuadro # 21: Capital de Trabajo.....	215
Cuadro # 22: Inversión Total.....	215
Cuadro # 23: Costo de Mano de Obra Directa.....	220
Cuadro # 24: Costo de Mano de Obra Indirecta.....	221
Cuadro # 25: Servicios Básicos.....	222
Cuadro # 26: Costo de Mantenimiento.....	223
Cuadro # 27: Gastos Administrativos.....	224
Cuadro # 28: Gastos de Venta.....	225
Cuadro # 29: Amortización de los Activos Diferidos.....	227
Cuadro # 30: Gastos de amortización de la Deuda.....	228
Cuadro # 31: Gastos de Intereses de la Deuda.....	229
Cuadro # 32: Evaluación y Rentabilidad del Proyecto.....	235
Cuadro # 33: Análisis de Sensibilidad.....	244

INDICE DE GRÁFICOS

Gráfico # 1: Crecimiento Comercial de Babahoyo.....	71
Gráfico # 2: Porcentaje de Crecimiento.....	71
Gráfico # 3: Franquicias Locales.....	139

Gráfico # 4: Edad.....	179
Gráfico # 5: Sexo.....	179
Gráfico # 6: Sector Domiciliario.....	180
Gráfico # 7: Estados Civil.....	181
Gráfico # 8: Hijos.....	181
Gráfico # 9: Consumo de hamburguesas en McDonald's.....	183
Gráfico # 10: Frecuencia de visita a los restaurantes McDonald's.....	184
Gráfico # 11: Otras Frecuencias (McDonald's).....	185
Gráfico # 12: Consumo de Pizzas El Salinerito.....	186
Gráfico # 13: Frecuencia de visita a los restaurantes El Salinerito.....	187
Gráfico # 14: Otras Frecuencias (El Salinerito).....	188
Gráfico # 15: Gasto en promedio de McDonald's.....	189
Gráfico # 16: Gasto en promedio de El Salinerito.....	190
Gráfico # 17: Cadena de negocio que desean se instalen en Babahoyo.....	191
Gráfico # 18: Otras cadenas de negocios.....	192
Gráfico # 19: Ubicación de las cadenas de negocios seleccionadas.....	193
Gráfico # 20: Razón por la cual escogió la ubicación en uno de los sectores en la pregunta anterior.....	194
Gráfico # 21: Con quienes iría a la cadena de negocio seleccionada en las preguntas 8 y/o 9.....	195
Gráfico # 22: Frecuencia con que se visitara la cadena de negocio antes mencionada.....	196

INDICE DE FIGURAS

Figura # 1: La Catedral.....	48
Figura # 2 : Parque 24 de Mayo.....	49
Figura # 3: Parque Deportivo y Recreacional.....	50
Figura # 4: Parque Lineal.....	51
Figura # 5: Límites.....	56
Figura # 6: Sector Comercial Malecón General.....	210
Figura # 7: Sector Comercial Malecón Específico.....	210

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

BIBLIOGRAFÍA

ANEXOS