



Pontificia Universidad
Católica del Ecuador

SEDE
ESMERALDAS

**FACULTAD DE COMERCIO EXTERIOR Y NEGOCIOS
INTERNACIONALES**

TESIS DE GRADO

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN COMERCIO
EXTERIOR**

TEMA: PROCESO DE CONVERSION DE UNA CAFETERÍA – RESTAURANTE A
UN MODELO DE NEGOCIO DE FRANQUICIA.

CASO DE ESTUDIO: GALY'S CAFÉ

AUTORA: PATRICIA MARTINEZ QUIÑONEZ

ASESORA: ANDREA DUEÑAS MENDOZA

ESMERALDAS, 2022

TRIBUNAL DE GRADUACIÓN

Trabajo de tesis aprobado luego de cumplir con todos los requisitos establecidos por el tribunal en el reglamento de Grado de la PUCESE previo a la obtención del título de Licenciatura en Comercio Exterior.

Lector 1

Lector 2

Director de Escuela
Mgt. Mario Armas Arias

Director de Tesis
Mgt. Andrea Dueñas

AUTORÍA

Yo, Martínez Quiñonez Patricia Evelina, declaro que la presente tesis está enmarcada en un proyecto de investigación que es absolutamente original, auténtico y personal.

En integridad que el contenido de esta investigación es de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor y de la PUCESE.

.....

Martinez Quiñonez Patricia Evelina

C.I. 085004555-0

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento al creador de la vida, sin ella y sin la sabiduría que me dio, no estaría hoy cristalizando este importante proyecto académico.

A los seres que Dios escogió para darme la vida, mis padres, el señor Leonel Martínez y la señora Deidy Quiñonez, por haberme guiado y acompañado por la senda del bien y la superación personal.

A todas las personas incondicionales que suplían mi rol de madre mientras yo estaba en las aulas recibiendo las sabias enseñanzas de mis maestros, de manera especial a mi hermana Antonella Aguirre y a la doctora Nieve Cedeño.

A mis maestros que, desde los primeros años de escolaridad, me iniciaron e introdujeron en el bello mundo del saber, con mayor ímpetu, a la profesora Andrea Dueñas, Mario Armas y Fernando Díaz, por su constante apoyo y motivación.

A los señores Daniel Ochoa, Arsenio Rodríguez, Jhonny García y Mario Armas por su apoyo moral y económico mediante la cesión de documentos financieros para poder culminar mis estudios.

A mis hermanos, a mi familia en general y a mis amigos por estar conmigo en los buenos y malos momentos, gracias por su amor desmedido.

DEDICATORIA

Son tantas personas a las que podría dedicar este logro de mi vida, pero corriendo el gran riesgo de ser injusta, quiero sin temor a equivocarme o remordimientos futuros, dedicar este trabajo a mi abuela, por ser la mejor educadora del mundo, que, sin haber cursado una universidad, me dio las mejores cátedras de vida, envuelta en pergaminos de ternura y amor, mi abuela, mi mamita María Evelina Quintero Lara, una combinación de madre, maestra y mejor amiga de mi vida.

Dedico este trabajo a esa mujer que, con la sabiduría de Dios, me enseñó el camino de la vida y generó hermosos recuerdos.

Le dedico esta tesis como ella me dedicó su vida, es mi más humilde homenaje de gratitud eterna.

ÍNDICE

AUTORÍA	iii
AGRADECIMIENTO	iv
DEDICATORIA	v
1. INTRODUCCIÓN:	1
1.1 Presentación del tema de investigación:	1
1.2 Planteamiento del problema:	3
1.3 Justificación	4
1.4 Objetivos de Investigación:	5
Identificar el proceso de conversión de una cafetería-restaurante en un modelo de negocio de franquicia. Caso de estudio: Galy's Café.	5
Objetivos Específicos:	5
□ Diagnosticar la situación actual de Galy's Café en cuanto a los procesos exigidos para una franquicia.....	5
□ Caracterizar los pasos a seguir para convertir una cafetería-restaurante en una franquicia.	5
CAPÍTULO I	6
1.1. MARCO TEÓRICO	6
1.2. Antecedentes.....	¡Error! Marcador no definido.
1.3. Marco conceptual.....	6
1.3.1. Franquicia.....	7
Clases de franquicias	9
Tipos de franquicias	10
Ventajas y Desventajas de las Franquicias	10
1.4. Marco legal	11
CAPÍTULO II.....	14
2. Metodología	14
2.1. Método	14
2.2. Tipo de Estudio	14
2.3. Diseño de la Investigación	14
Se utiliza un diseño no experimental ya que al analizar las variables esta no es manipulada si no que se las observa y estudia para luego realizar una descripción de estas, resaltando las conclusiones que de la investigación obtengamos.	14
2.4. Población	14
2.5. Muestra	15
2.6. Técnicas e instrumentos.....	15

CAPÍTULO III	16
Encuesta realizada a los colaboradores de Galy's para demostrar su estabilidad laboral.	18
Encuesta realizada a los clientes de Galy's café para medir su nivel de satisfacción.	21
3.1 Revisión documental:	27
3.4. Discusión.	27
CAPÍTULO IV	30
4.1. Conclusiones	30
4.2. Recomendaciones	31
4.3 Bibliografía	32
4.4 Anexos:	
Operacionalización de las variable.	34

ÍNDICE DE TABLAS

FIGURA 1: Tiempo laborando	¡Error! Marcador no definido.
FIGURA 2: Contrato legal	¡Error! Marcador no definido.
FIGURA 3: Afiliación al INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL	¡Error! Marcador no definido.3
FIGURA 4: Beneficios sociales.	¡Error! Marcador no definido.3
FIGURA 5: Beneficios sociales específicos.....	¡Error! Marcador no definido.4
FIGURA 6: Capacitaciones.....	¡Error! Marcador no definido.4
FIGURA 7: Visitas a Galy's.	¡Error! Marcador no definido.5
FIGURA 8: Recibimiento en GALY'S CAFÉ.....	¡Error! Marcador no definido.5
FIGURA 9: Cartilla de GALY'S CAFÉ.....	¡Error! Marcador no definido.6
FIGURA 10: Predisposición de los colaboradores .	¡Error! Marcador no definido.6
FIGURA 11: Atención al cliente en la caja	¡Error! Marcador no definido.7
FIGURA 12: Atención al cliente en generaL.....	¡Error! Marcador no definido.7
FIGURA 13: Calidad de productoS.....	¡Error! Marcador no definido.8
FIGURA: Buzón de sugerencias	¡Error! Marcador no definido.8

RESUMEN

El presente trabajo investigativo es un estudio de caso, enfocado en el análisis de la situación financiera, operativa, y demás aspectos importantes para sacar conclusiones de como encamina la mencionada cafetería, para considerar convertirse en franquicia como estrategia de posicionamiento nacional y avance representativo de este emprendimiento esmeraldeño.

Esta investigación tiene un enfoque cualitativo con alcance inductivo.

La recolección de datos informativos fue obtenida mediante entrevistas estructuradas, que permitieron el profundo estudio de las características y aspectos por los que Galy's café está en condiciones para ser franquicia, y a su vez determinar los aspectos faltantes para poder incursionar en este modelo de expansión comercial.

De todos los resultados obtenidos, el más relevante que la investigación evidenció, es que cumple con el 80% de los requisitos para ser franquicias, siendo el más complicado e importante, la aplicación de manuales de funcionamiento en todas sus áreas comerciales y administrativas, que permiten estandarizar y realizar el correcto control de calidad.

Palabras clave: Franquicias, know how.

ABSTRACT

The present investigative work is a case study, focused on the analysis of the financial, operational situation, and other important aspects to draw conclusions on how the aforementioned cafeteria is heading, to consider becoming a franchise as a national positioning strategy and representative advance of this emerald entrepreneurship.

This research has a qualitative approach with an inductive scope.

The collection of informative data was obtained through structured interviews, which allowed the in-depth study of the characteristics and aspects for which Galy's Café is in a position to be a franchise, and in turn determine the missing aspects to be able to venture into this expansion model. commercial.

Of all the results obtained, the most relevant that the research showed is that it meets 80% of the requirements to be franchises, the most complicated and important being the application of operating manuals in all its commercial and administrative areas, which allow to standardize and carry out the correct quality control.

Keywords: Franchises, know how

1. INTRODUCCIÓN:

1.1 Presentación del tema de investigación:

Al pasar los años, se ha podido observar el avance de las empresas y la forma en la que se enfrentan al mundo de los negocios. Cada vez son más competitivas y tienden a transformar su estructura y funcionamiento con el fin de poder mantenerse en el tiempo satisfaciendo necesidades que van cambiando debido a los avances tecnológicos, gustos de la población y demanda de nuevos productos y servicios. Es decir, que el factor determinante en la evolución de las empresas es la globalización. Es allí, donde nacen las franquicias como una oportunidad de negocio, siendo uno de los más rentables a nivel mundial debido a que la inversión suele ser mucho menor a la de otro tipo de negocios (Mejía, 2014).

Laura Sánchez (2005), realiza la siguiente conceptualización del término Franquicia “es una forma de negocio con el fin de la comercialización de bienes, productos o servicios en donde una persona ya sea natural o jurídica de otorga a otra por un periodo de tiempo establecido el derecho de utilizar su marca o nombre comercial a cambio de una cantidad de dinero.

Esta forma de negocio implica la relación entre franquiciado y franquiciante y la impartición de un conjunto de experiencias y saberes, más conocido como know how, que harán posible la máxima eficiencia en las labores del negocio, mediante métodos y estrategias comerciales aplicados en todos los campos de la operatividad y que sirven para diferentes mercados.

En Ecuador, se estima que están operando alrededor de 180 franquicias internacionales y 40 franquicias nacionales (Romero Arteta Ponce - Abogados Law Firm, 2021). Por ello, resulta necesario darle impulso a los negocios nacionales para que puedan convertirse en

franquicias y así puedan generar mayores ingresos y lo más importante, fuentes de empleo.

Cabe destacar que en el país las franquicias dedicadas a la alimentación específicamente al tema de la venta de comida rápida es el que predomina y crecen con mayor rapidez (Borsic, Maya, & Aigaje, 2017).

En cuanto al cantón Esmeraldas no existen datos concretos de la cantidad de franquicias existentes, sin embargo, es notable que desde la construcción del Malecón de Las Palmas este sector se ha convertido en un sitio atractivo para franquicias de comidas rápidas.

Uno de los negocios de alimentación que tiene el mercado esmeraldeño desde hace 4 años, es Galy's Café, es una cafetería cristiana que brinda una amplia variedad de productos de calidad y permite a sus clientes disfrutar de una buena atención en un lugar ameno. Esta cafetería-restaurant está posicionada en el mercado esmeraldeño y en cada feriado o temporada de vacaciones recibe turistas de todas partes del país y del mundo. Los comentarios que reciben sus propietarios motivan a la expansión de su negocio (Sanchez, 2021).

Con este trabajo de investigación, se quiere dar a conocer si se puede convertir a Galy's Café en una franquicia, para ello se debe considerar con cuales de los requisitos cumple y cuáles hace falta para llegar a ser este nuevo modelo de negocio y permitir así su expansión a nivel nacional.

1.2 Planteamiento del problema:

Iniciar un negocio no es tan sencillo, porque si bien se debe contar con los recursos económicos necesarios para la compra de materiales, suministros, pagos de alquiler, servicios básicos y salarios de empleados y demás gastos es más importante la aceptación del público hacia el producto o servicio que se está ofertando. Esta es una de las razones por lo cual muchos empresarios buscan obtener una franquicia de una marca que ya sea reconocida y se encuentre posicionada en el mercado.

En Ecuador existen emprendedores e inversionistas que no se arriesgan a destinar su dinero en un negocio propio por miedo al fracaso, falta de asesoramiento, poco conocimiento y demás factores que influyen en el riesgo económico. Por este motivo el método de franquiciar juega un papel importante en Ecuador, siendo el medio capaz de conseguir resultados de crecimiento por encima de otra forma de negocio, conduciendo a la generación de empleo. (Betancourt, 2015)

Galy's Café es un negocio que desde su apertura se posicionó fuertemente en el mercado aumentando su horario de atención de 4 a 7 días por semana, sus productos poseen altos estándares de calidad, cuenta con un ambiente adecuado y relajado para un buen momento de relación interpersonal ya sea en el ámbito personal o laboral, de igual manera su personal se esmera por brindar una atención de calidez a los usuarios.

El problema para Galy's Café radica en cumplir todos los requerimientos necesarios para convertirse en una franquicia nacional e internacional.

La ubicación de la cafetería "Galy's Café" es estratégica, ya que tiene un lugar con doble vista al público, lo que da más apertura a ser visitada y lógicamente al mayor consumo de sus productos por parte de turistas y también por los Esmeraldeños.

Como menciona Sánchez, C. (2021), en Galy's Café el Know How según lo indicado por los propietarios del negocio es transmisible ya que se fundamenta en la calidez que los miembros de la familia (quienes atienden el local) le brindan a los consumidores es decir el valor agregado que le dan a los excelentes productos que ofrecen es la empatía en el trato interpersonal lo cual se ve reflejado en la acogida positiva que está teniendo entre la comunidad Esmeraldeñas.

Conforme a lo planteado se estableció la siguiente interrogante.

Pregunta Principal:

¿Cuál es el proceso a seguir para que Galy's Café se convierta en una franquicia?

1.3 Justificación

El sistema de franquicias es un método de expansión empresarial a nivel mundial que ayuda a pequeñas y medianas empresas a convertirse en negocios rentables mejorando así la economía y estabilidad laboral para muchas personas.

Es por ello que a través de este proyecto se busca informar de las ventajas tanto sociales como económicas para que Galy's Café se convierta en una franquicia, es importante porque a través de este proyecto se podrá determinar y describir cuales son exactamente los problemas administrativos que un negocio encontrará al incursionar en este ámbito empresarial.

Es conveniente porque se cuenta con información previa obtenida por (Sanchez, 2021) en su tesis de pregrado “La Franquicia Como Estrategia De Posicionamiento Y Desarrollo Para Los Emprendimientos Esmeraldeños” en donde detalla lo importante que es para un negocio convertirse en franquicia de igual manera se posee los recursos humanos, materiales, y herramientas, pero sobre todo disponibilidad de querer vincularse con la sociedad y aportar con los conocimientos administrativos necesarios, y con ellos contribuir para mejorar el funcionamiento de este establecimiento.

Esta investigación dará como resultado que los administradores de Galy's Café tengan claramente detallado el proceso para convertir su negocio en franquicia y brinde apoyo a nuevos negociadores, promoviendo e impulsando el fortalecimiento del emprendimiento y la creación de nuevas plazas de trabajo.

La investigación se justifica con procedimientos técnicos y legales, que vigilarán que se cumplan tanto los derechos como los deberes de las partes involucradas.

1.4 Objetivos de Investigación:

Objetivo General:

Identificar el proceso de conversión de una cafetería-restaurante en un modelo de negocio de franquicia. Caso de estudio: Galy's Café.

Objetivos Específicos:

-  Diagnosticar la situación actual de Galy's Café en cuanto a los procesos exigidos para una franquicia.
-  Caracterizar los pasos a seguir para convertir una cafetería-restaurante en una franquicia.

CAPÍTULO I

1.1. MARCO TEÓRICO

En este capítulo se encuentran diferentes investigaciones realizadas previamente por otros autores que servirán para refutar o reforzarán nuevas aportaciones sobre este tema de investigación.

Con este trabajo se busca informar de la alternativa de negocio conocida como franquicia dándole una importante oportunidad a los emprendedores de establecer un negocio con buena reputación ya establecida confiable y rentable.

1.2. Marco conceptual

1.2.1. Origen Histórico De Las Franquicias

Con el paso de los años tanto las definiciones como los usos que se le da al termino franquicia han ido cambiando o evolucionando puesto que anteriormente este término era utilizado específicamente en el sector público ligado a la prestación de servicios sin embargo actualmente se encuentra en el sector privado y abraza tanto la prestación de bienes como de servicios.

La noción de que es una franquicia se inicia en la edad media en el territorio francés con la palabra “franc”, que simbolizaba el consentimiento por parte del rey o gobernante a las personas bajo su gobierno para realizar ciertas actividades con relación a servicios militares, recaudación de recursos o uso de espacios territoriales, o a ciertas ciudades para eximirlos del pago de impuestos a través de las “cartas francas” (Mosquera, 2010).

En esta época al otorgar el “franc”, a una persona le proveía el permiso de poder realizar ciertas actividades de caza, pesca o recolección dentro de ciertos territorios, así mismo como el poder mover productos de un lugar a otro sin tener que pagar ningún valor, sin embargo según la historia el contrato de franquicia más importante que se dio en la antigüedad fue el que la Iglesia Católica le otorgaba a ciertos señores feudales para que en su nombre pudieran recaudar los impuestos que se debían pagar a la iglesia.

En los Estados Unidos el primer antecedente de franquicia registrado se dio cuando se otorgó la explotación de servicios públicos brindados por los bancos y los ferrocarriles.

Es así que con el paso de los años se han venido observando cómo diferentes empresas se han posesionando a nivel mundial como grandes industrias gracias al otorgamiento de

franquicias, tal es el caso la empresa McDonald's, la empresa Hertz Rent a Car, la empresa Coca Cola, la empresa Singer Sewing Machine Company (Torres, 2017).

En definitiva la franquicia se originó de la necesidad de expansión ya sea para el uso territorial o la distribución de un producto o servicio y así lograr la satisfacción de necesidades a gran escala, es una interrelación entre el propietario del negocio - marca fabricante del producto o servicio (franquiciador) quien desea contar con más puntos de ventas y la persona individual o asociados que tiene interés en reproducir este bien tangible o intangible (franquiciados) a cambio de una resarcimiento económico estipulada, ligada o limitada según el contrato pactado.

1.2.2. Franquicia

La palabra franquicia al igual que muchas más tienen múltiples definiciones o conceptualizaciones dependiendo del abordaje que el autor le del término, es así que luego de leer varias publicaciones se detallaran las relaciones con esta investigación encontrando así:

Según (RAAB, 2002) dicen que una franquicia es “Un sistema de comercialización, un método para distribuir bienes o servicios a los consumidores. Conciernen a dos tipos de personas: franquiciante, quien desarrolla el sistema y presta su nombre o marca registrada y el franquiciario quien adquiere el derecho de operar el negocio bajo el nombre o la marca registrada del franquiciante”

Al igual que este autor hay otros como por ejemplo la (RAE, 2001) Real Academia Española en su vigésima segunda edición del 2001, que indica que el término franquicia es una exención que se le otorga a una persona para no cancelar ningún valor por los productos que ingresa o egresa de algún lugar específico.

En relación a lo anterior podemos entender como franquicia al pacto o acuerdo legal que realizan dos partes el franquiciante en el cual este le otorga al franquiciado el permiso y la ayuda necesaria para que este pueda comercializar el bien o servicio que este crea y registro como su propiedad, en dicho contrato ambas partes obtienen beneficio económico.

Por otra parte (Alonso, 2003), en su artículo manual para el franquiciador y el franquiciante detalla que el “Acuerdo de Franquicia”, es un contrato escrito en el que las partes exponen de manera detallada las responsabilidades de cada uno, el mismo que puede durar varios años y ser renovado una vez allí terminado.

Elementos de una franquicia

Según lo investigado hasta ahora el contrato de franquicia se establece entre dos partes el franquiciante y el franquiciado en el cual debe constar una parte muy importante la cual es KNOW HOW, a continuación, se detallarán cada una de ellas: (Cabrera & López, 2012)

- ✚ **Franquiciador o Franquiciante.-** Persona dueña de un giro comercial que incluye determinados ítems, tales como nombre, producto, marca, patente de invención, etc., y que los pone a disposición de otra persona (el franquiciado). 14 No vende su giro comercial, porque si al contratar perdiera la propiedad sobre el mismo, no podría influir sobre el franquiciado.
- ✚ **Franquiciado.** - Ente que realiza un determinado giro comercial haciendo un convenio que lo vincula a otra (el franquiciante) que lo autoriza a tal efecto y quien ejerce sobre él cierta clase de control respecto de los elementos que transfiere para la realización del mencionado giro. No se convierte en propietario de la franquicia al contratar con el franquiciante.
- ✚ **Know-how.-** Es el método del éxito del formato del negocio del franquiciador, este know-how incluye: modo en el que opera el mercado, competencia, proveedores, comercialización, técnicas para captación y fidelización de clientes, etc.
- ✚ **El Contrato de Franquicia.-** El contrato por el cual el franquiciante otorga al franquiciado la licencia de uso de una marca con el derecho de distribuir ciertos productos o a explotar, con cierta exclusividad, una empresa o negocio mercantil de bienes o servicios, en ambos casos, mediante la transmisión de conocimientos técnicos y el uso de marca (s) y nombre (s) comercial (es), a cambio de una contraprestación generalmente ligada a los resultados de la operación de la negociación (Gargollo, 1995)

Franquicias en el Ecuador

En el Ecuador existen 180 franquicias extranjeras y 40 nacionales aproximadamente, de las cuales la primera en iniciar a operar en nuestro territorio fue Martinizing en 1967, luego Kentucky Fried Chicken (KFC) en 1975, Pizza Hut en 1982, Burguer King en 1986, McDonald's en 1997 entre otras. (Romero, 2018)

En el año 2000 no solo fue el inicio de un nuevo milenio si no también el inicio de una nueva era marcada por los avances tecnológicos y la globalización mundial, lo cual repercutió trayendo consigo para el ámbito empresarial del Ecuador la distribución de franquicias en todo el territorio, sin embargo, cabe mencionar que las ciudades con mayor número de franquicias son Quito y Guayaquil.

Hasta hace varios años las franquicias que se encontraban en el mercado eran netamente internacionales, pero en la actualidad encontramos que emprendedores nacionales al contar con un negocio exitoso y rentable han creado sus propias franquicias las mismas que cuentan con toda la información y documentación legal en regla. Entre las principales franquicias nacionales encontramos; DISENSA con más de 600 puntos de venta en todo el país, FARMACIAS CRUZ AZUL Y COMUNITARIAS la cual tiene más tiempo y sucursales establecidas en Ecuador con 800 locales franquiciados, KOKTLITOS originaria de Guayaquil ofrece más de 30 clases de cocteles desde 1983. (Rivas & Alvarez, 2015)

Clases de franquicias

Cada franquicia posee ciertas particularidades que ayudan a identificar sus propias características como el tipo de bien o servicio que prestan, es por ello por lo que al crear o adquirir una franquicia debemos saber bien qué tipo de necesidades son las que deseamos satisfacer.

Tomando como referencia lo citado por (Benjumea, 2016), en su trabajo de investigación previo a la obtención del título como administrador de empresas encontramos la siguiente clasificación de franquicias:

Franquicia Comercial

Es aquella en la que el franquiciante concede al franquiciado los recursos necesarios para que le permitan a este la venta y distribución de productos o servicios a los clientes, estas franquicias buscan explotar un punto de venta o un mercado, es un modelo de negocio estandarizado de operaciones a nivel nacional o internacional (Entrepreneur, 2012).

Franquicia Industrial

Esta franquicia es distinta de las demás ya que el elemento esencial es la patente o el secreto industrial, las mismas que deben tener una marca y así poderse considerar una franquicia y evitar ser confundida con otro tipo de negocio (Kotler, P., & Armstrong, G., 2013).

Franquicia de Distribución

En este tipo de franquicias el franquiciado obtiene del franquiciador los productos para su distribución, es decir no elabora el producto simplemente lo vende.

Franquicia de Servicios

En esta el franquiciado brinda un servicio con el nombre o la marca del franquiciador, el cual le indica la manera correcta de hacerlo.

Tipos de franquicias

Díaz (2010), en su informe Diversos tipos de Franquicias detalla que desde la percepción practica y financiera se establecen los diferentes tipos de franquicias en los siguientes:

De acuerdo a la rotación del negocio:

De producto

En esta el franquiciante establece los productos que el franquiciado debe vender o distribuir.

De servicio

El franquiciante enseña o capacita al franquiciado la manera correcta de brindar un servicio, mismo que establece la distinción y reputación de la marca.

Ventajas y Desventajas de las Franquicias

El tipo de negocios conocido como franquicia puede ser complicado y muy competitivo, tanto a nivel nacional como internacional debido a que cada día que pasa las ideas y conceptualizaciones creadas en torno a este temas van cambiando y son percibidos de manera diferente dependiendo del mercado en que se lo mencione, estas pueden ayudar a mejorar la micro economía (una empresa en particular) y la macro economía (un país), gracias al posicionamiento y reconocimiento de una marca en particular se logra la apertura de nuevas plazas de trabajo (Navarrete, 2010).

Como se puede entender entre las ventajas encontramos la fuerte competitividad comercial y la estabilidad económica gracias a los nuevos empleos, pero como desventajas se presenta la sumisión del franquiciado a las exigencias del franquiciador sobre los precios de ventas, reglas de funcionamiento entre otras, todas deben ser cumplida así el franquiciado no esté de acuerdo.

1.3. Marco legal

Antes de desarrollar o adquirir una franquicia las personas deben conocer lo que dice la ley ecuatoriana al respecto, teniendo en cuenta que la legislación ecuatoriana es muy limita en cuanto a las franquicias por lo cual el principal ente regulador de esta es el contrato establecido entre las partes interesadas.

Otras consideraciones se encuentran en la Ley de propiedad intelectual y su reglamento, así como el Código Civil y el Código de Comercio, al igual que en el Servicio Nacional de Derechos Intelectuales (SENADI), debido que lo que mayoritariamente se negocia en este tipo de transacciones es la propiedad intelectual.

Es por ello que al autor ecuatoriano Victor (2009), señala que una franquicia desde el punto de vista jurídico es “El franchising mecanismo de distribución comercial efectuado por empresas independientes mediante una organización piramidal fundamentada en una relación jurídica de carácter contractual la que engloba la transmisión de un know how, la licencia y uso de una marca, asistencia técnica y contable bajo el control del otorgante y de conformidad con lineamientos predeterminados por él, en contraprestación de lo cual el Franchisee (franquiciado) paga un monto y otras prestaciones”.

Como podemos observar este concepto no se aleja de los ya estipulados y establecidos en legislaciones extranjeras como lo es la de los Estados Unidos, Chile, Brasil entre otros países,

En el Ecuador el SENADI es la institución que se encarga en vigilar y precautelar la propiedad intelectual, para lo cual en su reglamento estipuló las siguientes conceptualizaciones:

La **Propiedad Industrial** describe el derecho que tiene toda persona natural o jurídica sobre sus ideas, diseños industriales, circuitos integrados, marca, signos distintivos u otros elementos de comercialización (SENADI, 2018).

Derecho de Autor y Derechos Conexos defiende el derecho que tienen los autores sobre los productos creados ya sean obras literarias o artísticas como libros, proyectos de investigación, software, folletos, discursos, conferencias, composiciones musicales coreografías, obras de teatro, obras audiovisuales, esculturas, dibujos, grabados, litografías, historietas, comics, planos, maquetas, mapas, fotografías y videojuegos. (SENADI, 2018)

Obtenciones Vegetales y Conocimientos Tradicionales es tipo de propiedad intelectual se refiere a la persona que ha realizado, encontrado o perfeccionado una especie vegetal (SENADI, 2018).

Contrato de franquicia en Ecuador. - Es un pacto civil o mercantil en el que el franquiciante otorga al franquiciado el derecho de desarrollar una marca, formula comercial o prestación de un servicio por un pago determinado (Orbe, 2008).

LEGISLACIÓN SOBRE FRANQUICIAS DEL NUEVO CODIGO DE COMERCIO

CAPÍTULO TERCERO

El artículo 558 hace referencia a las conceptualizaciones de franquicias y estableciendo en qué consiste la misma, dando a conocer las partes que en ella intervienen, afirmando que el franquiciante es quien como dueño de un negocio, otorga al franquiciado, la autorización para utilizar su nombre comercial para vender, y a cambio recibe un porcentaje de las ganancias de las ventas, es decir, explotar dicha marca, respetando los derechos de propiedad intelectual, y todas las pautas que deban ser estipuladas en el contrato.

Se encuentran datos concernientes al contrato de franquicia, en el artículo 561, se menciona que este debe darse de manera escrita y que los anexos que ahí se describan quedan a pleno acuerdo de las partes, pero debe ser con precisión para no dificultar la operación de la franquicia. Afirma que, las cláusulas aquí establecidas son sujetas a confidencialidad, entre las partes y las autoridades competentes.

Tal como se menciona en el artículo 563 al momento de realizar el contrato se describan como mínimo los siguientes datos: Identificación completa de franquiciante y franquiciado, dirección domiciliaria, características de la franquicia, El tiempo de duración que tiene el contrato que firman, y su renovación si así es considerado, el valor monetario que debe recibir el dueño de la marca, casos específicos en los que se podría dar por terminado el contrato, espacio territorial en que la franquicia puede operar, la cesión de los derechos, el franquiciado debe garantizar el cumplimiento de su operación exitosa.

Serán nulas las cláusulas o pactos que tengan por objeto o efecto restringir la competencia de manera injustificada, en los términos previstos en la ley de la materia.

CAPÍTULO CUARTO

CONTRATO DE PERMISO DE USAR CONOCIMIENTO O KNOW-HOW

SECCIÓN I DISPOSICIONES GENERALES

El artículo 577 indica que este contrato es mercantil, donde el titular del know how, transmite a un beneficiario, el uso y el permiso de explotar conocimientos que no están patentados, y que no son sujetos a divulgación, que forman parte del patrimonio del negocio, por lo que el beneficiario debe pagar regalías.

Según el artículo 578, los usos del contrato mencionado en el artículo 577, pueden ser: elaboración de un producto, uso de herramientas, dar solución a imprevistos problemas técnicos u organizativos, escoger materia prima, y mejorar los métodos para el control de calidad.

CAPÍTULO II

2. Metodología

En este apartado se encontrarán las metodologías, técnicas e instrumentos utilizados para llevar a cabo la investigación.

2.1. Método

Por tratarse de una investigación mixta y de un estudio de caso, la investigación está en un marco inductivo, es decir, parte de la observación de un caso específico que es Galy's café y busca crear hipótesis que posteriormente permitieron generalizar aspectos, detallándose así el proceso de conversión a franquicia con los requisitos necesarios.

2.2. Tipo de Estudio

El tipo de estudio empleado en esta investigación es el descriptivo puesto que se busca conocer y describir las características con las que cuenta Galy's Café para convertirse en franquicia, describir también los pasos a seguir para obtener una franquicia exitosa, rigiéndose a los organismos reguladores y expertos en el área.

2.3. Diseño de la Investigación

Se utiliza un diseño no experimental ya que al analizar las variables esta no es manipulada si no que se las observa y estudia para luego realizar una descripción de estas, resaltando las conclusiones que de la investigación obtengamos.

2.4. Población

Es la agrupación total de personas con las que se contará para realizar la investigación en este caso el personal administrativo, operativo y clientes de Galy's café.

Experto en los procesos de franquicias en Ecuador y el mercado internacional, el Mgt. Guido Santillán.

2.5. Muestra

Cuatro personas que laboran en Galy's café y 25 clientes que visitaron Galy's, un día entero, obtenidos a través de un muestreo intencional, que sirve para complementar la información obtenida en este trabajo investigativo.

2.6. Técnicas e instrumentos.

Para este trabajo investigativo las técnicas empleadas son la entrevista y la encuesta, que permitirá responder preguntas de modo cualitativo para obtener los resultados.

Estas se aplicaron a través de un conjunto de preguntas previamente elaboradas que ayudó a obtener la información necesaria acerca de la situación de Galy's Café y si cumple o no los requisitos necesarios para convertirse en una franquicia y conocer los requisitos y documentos indispensables para poder incursionar en el proceso de conversión.

Estas preguntas fueron estructuradas y posteriormente validadas para su correcta aplicación.

La entrevista para el administrador de Galy's café, Francisco Suárez parte de aspectos básicos de la cafetería, como el número de colaboradores, la estabilidad laboral, hasta la rentabilidad y la intención de convertirse en franquicia.

La entrevista para el gerente general de Ecuaf franquicias, Mgt. Guido Santillán, contiene conceptos de las generalidades de una franquicia, en su segunda parte incluye los requisitos y documentos de soporte en la conversión a este modelo de negocio y por último describe el proceso a seguir.

Las encuestas realizadas, son el soporte a la primera entrevista, es dirigida a los colaboradores de Galy's café, con preguntas relacionadas a su situación laboral; a los clientes de Galy's para medir su nivel de satisfacción.

2.6 Técnica de validación de instrumentos.

Para garantizar la eficiencia y claridad de redacción de los instrumentos a realizar, se validaron bajo ciertos parámetros, regidos a un formato establecido:

CAPÍTULO III

3.1. Análisis y resultados

- Diagnóstico de Galy's café.

Los resultados se organizan en dos apartados que responden a los objetivos planteados y se destaca el tema de los requisitos que según el Mgt. Guido Santillán, gerente general de Ecuaf franquicias, se debe cumplir para que Galy's café se convierta en franquicia.

Galy's café es una cafetería – restaurante que actualmente cuenta con 6 colaboradores estables laboralmente, que reciben todos los beneficios de ley.

Galy's es un negocio exitoso puesto que así lo demuestra la rentabilidad obtenida que se evidencia en las declaraciones que mensualmente, la reconocida cafetería realiza al SRI, que, representada en clientes, es alrededor de 2000 consumidores al mes, así lo afirmó Francisco Suárez, administrador general de Galy's Café, en la entrevista realizada.

El administrador de Galy's sustenta que la cafetería sí tiene propiedad de la marca ya que se encuentra registrada en el SENADI, adicional a esto, cuenta con el registro de su logo, para de esta manera proteger su marca.

Galy's café también, ha elaborado manuales para todas las áreas que dentro de la cafetería se desarrollan, y que se aplican exactamente, el administrador de Galy's café mencionó que todos sus procesos están estandarizados porque todo lo que se realiza está plasmado en manuales de funcionamiento y eso facilita el ejercicio de labor de las personas colaboradoras del negocio, iniciando por el manual de procedimientos en la cocina, protocolos de seguridad, de limpieza, caja y atención al cliente.

Todos estos procesos están ya estandarizados a través de sus manuales y se complementa con la supervisión, que resulta favorable gracias a las capacitaciones continuas que el personal recibe, mismos que varían según el área, el administrador de Galy's café, durante la entrevista indicó que, en el área de atención al cliente se da capacitación trimestralmente, en el área de cocina se recibe capacitación de modo semestral y en el área contable es una vez al año, todos estos datos fueron corroborados por la encuesta aplicada al personal del negocio.

En cuanto a la publicidad ejecutada por Galy's se realiza a través de las redes sociales ya que es comprobado que Instagram, Facebook y WhatsApp son los medios de publicidad

que más influencia tienen, pautando semanalmente, quincenal o mensualmente dependiendo de las necesidades y la época del año.

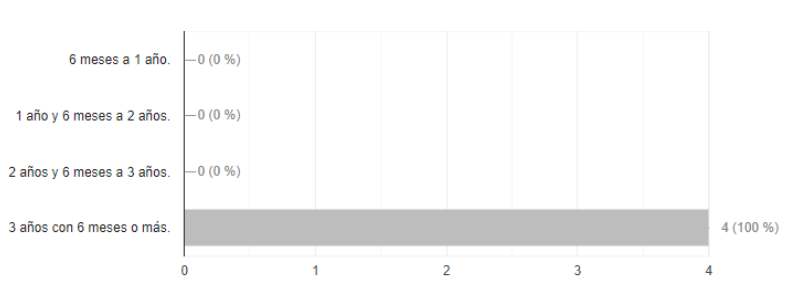
Galy's café, según su administrador, Francisco Suárez cuenta con el sistema contable que le facilita y agiliza sus procesos, registros de ingresos y gastos, y siempre, al quinto día de cada mes, se realiza la evaluación por profesionales en el área, de todo lo que es el tema financiero y el tema contable, teniendo en cuenta sus metas y objetivos.

REQUISITOS PARA QUE GALY'S CAFÉ SE CONVIERTA EN FRANQUICIA			
REQUISITOS	SÍ	NO	PARCIAL
Ser empresa consolidada	X		
Procesos estandarizados	X		
Manuales de operación	X		
Certificaciones AAA	X		
Número de clientes mayor a 1500/mes	X		
Publicidad frecuente de los productos ofertados	X		
Capacitación frecuente según la necesidad	X		
Evaluación frecuente de procesos de producción, financieros y administrativos.	X		
Contrato	X		
Afiliación al IESS	X		
Horas extras y suplementarias	X		
Vacaciones	X		
Permisos por maternidad/paternidad	X		
Décimo 3ro y 4to	X		
Comisiones			X
Alimentación y uniforme	X		

Encuesta realizada a los colaboradores de Galy's para demostrar su estabilidad laboral.

La figura número 1 refleja que todos los colaboradores de Galy's han demostrado su eficiencia, al estar dentro de la cafetería por más de 3 años.

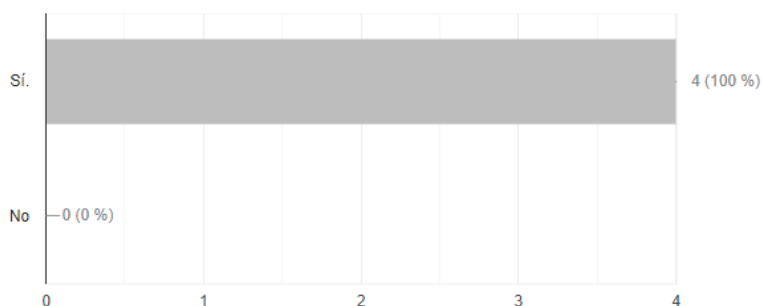
Figura 1: Tiempo de trabajo de los colaboradores.



Fuente: Elaboración propia

La reconocida cafetería garantiza a través de un contrato, el vínculo aboral que existe entre sus colaboradores y empleador, desde el primer día, una vez aprobado el tiempo de prueba, así lo indica la figura 2.

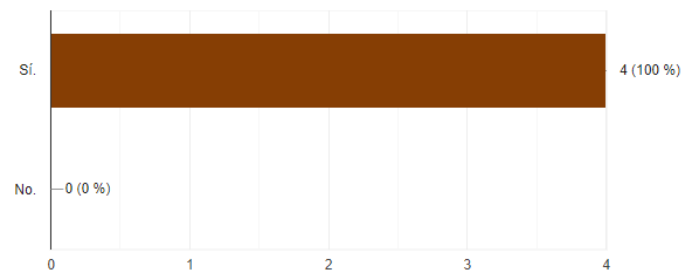
Figura 2: Contrato de los colaboradores.



Fuente: Elaboración propia

La estabilidad de los colaboradores es un aspecto por el que Galy's vela en su totalidad, puesto que, todos cuentan con la respectiva seguridad social, mediante la afiliación a la entidad correspondiente, la figura 3 lo demuestra.

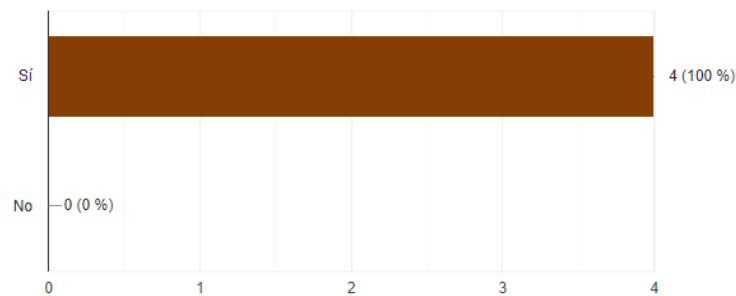
Figura 3: Afiliación al instituto ecuatoriano de seguridad social.



Fuente: Elaboración propia

En la figura 4 se evidencia el pago por parte de Galy's, de todos los beneficios sociales que por derecho debe recibir un trabajador.

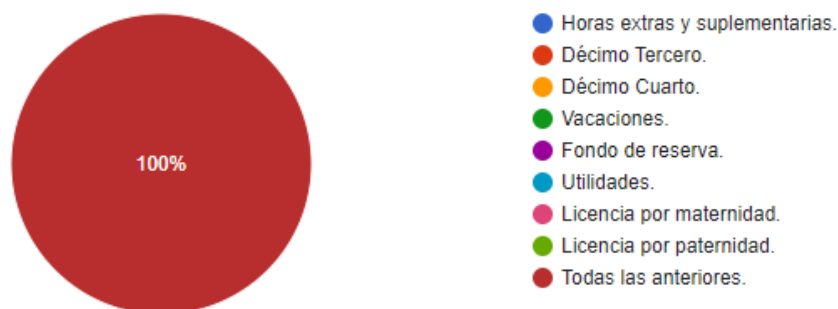
Figura 4: Pago de beneficios sociales.



Fuente: Elaboración propia

El dato estadístico de la figura 5 comprueba que los colaboradores de Galy's Café son beneficiarios de todos los beneficios sociales que la ley ecuatoriana exige, el 100% de los encuestados, coincidieron.

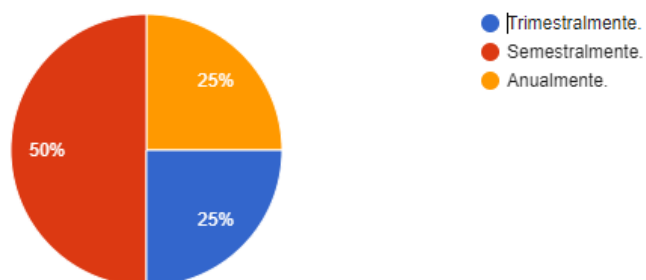
Figuraa 5: Pago de beneficios sociales específicos.



Fuente: Elaboración propia

Lo que refleja la figura 6 es que, el 50% que representa capacitación semestral, son aquellos que se destacan en el área de producción, es decir en la cocina y por ello su capacitación es dos veces al año, el 25% que recibe trimestral, es el porcentaje que labora en atención al cliente y anualmente recibe capacitación el área administrativa de Galy's café, esta variación se da porque depende de las necesidades que demande el área de trabajo.

Tabla 6: Frecuencia de capacitaciones a los colaboradores.

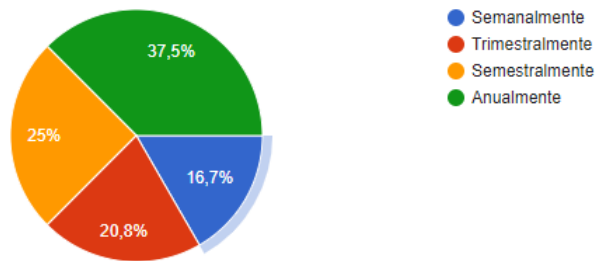


Fuente: elaboración propia

Encuesta realizada a los clientes de Galy's café para medir su nivel de satisfacción.

Las estadísticas de la figura 7, demuestran que, Galy's tiene clientes, desde aquellos clientes fidelizados, así como los eventuales, que aún en largos intervalos de tiempo, dan su preferencia a esta reconocida cafetería.

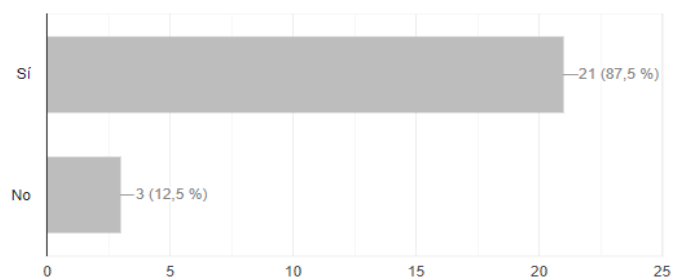
Figura 7: Frecuencia de visita a galy's



Fuente: elaboración propia

Casi la totalidad de los encuestados coinciden según la figura 8, en su respuesta positiva en el buen recibimiento que tienen al llegar a Galy's café, afirman que, se cumplen las normas de bioseguridad y la mencionada cafetería ofrece una buena acogida desde el momento de ingreso.

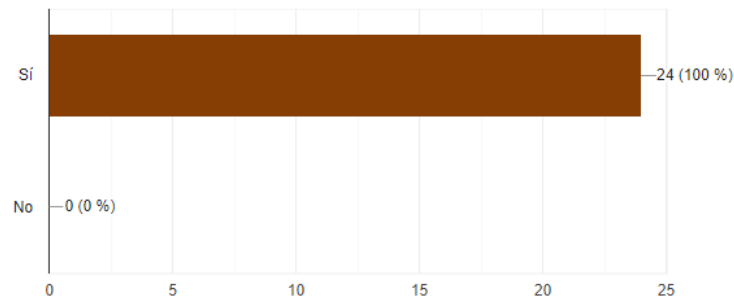
Figura 8: recibimiento en galy's café.



Fuente: elaboración propia

En la figura 9 se demuestra que, la cartilla de Galy's café, es lo suficientemente estética, detallada y lo más importante, que todo tipo de cliente puede percibir con facilidad, lo que se oferta.

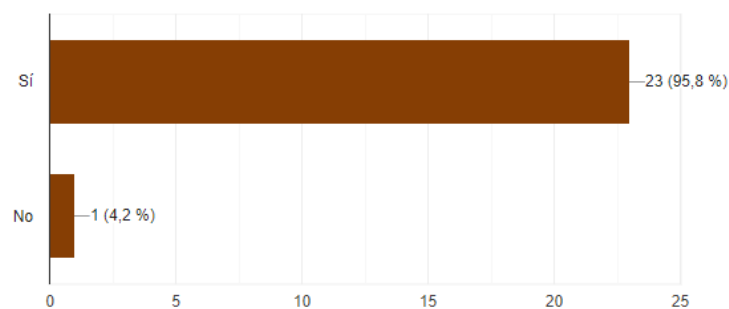
Figura 9: Percepción de los clientes de la cartilla de galy's café.



Fuente: elaboración propia

Al obtener el porcentaje mayoritario en respuesta positiva, de la figura 10 se demuestra que, la mayoría de los clientes han sido atendidos de manera cortés por parte de los colaboradores de Galy's café, lo que indica que ellos están atentos a cualquier situación que pueda presentarse o necesidad de sus clientes, durante la asistencia en el lugar.

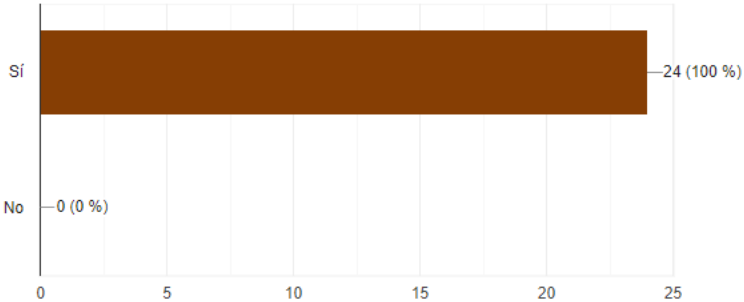
Figura 10: Predisposición de los colaboradores.



Fuente: Elaboración propia

La atención en la caja es también uno de los factores importantes para dar una buena calificación a una empresa, y este es el caso de Galy's, que con el 100% de los encuestados, dando por hecho que la atención en caja es agradable, demuestra que, Galy's café se diferencia por su atención en sus diferentes áreas, así se lo indica en la figura 11.

Fabla 11: Atención al cliente en caja.

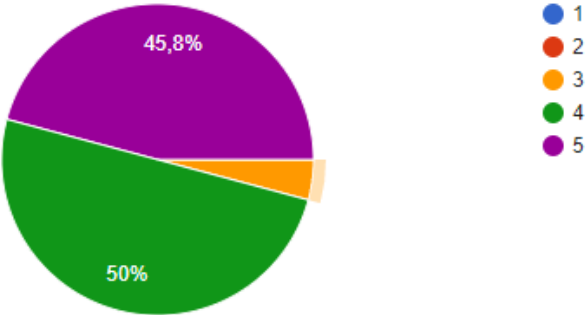


Fuente: Elaboración propia

6+

Galy's café se diferencia de las demás empresas por su cálida atención al cliente y esto es muy bien percibido por los clientes, así lo evidencia la figura 12, puesto que, los encuestados, están satisfechos con la atención recibida.

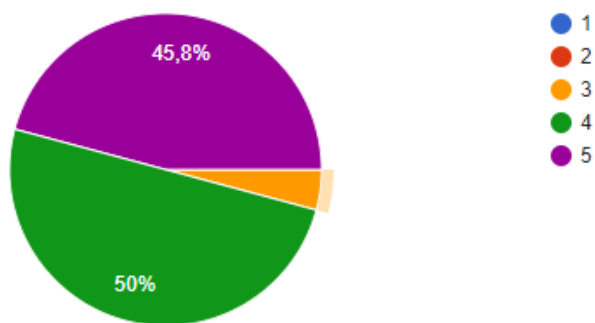
Figura 12: atención al cliente en general.



Fuente: elaboración propia

Galy's café tiene la particularidad de adquirir su materia prima de proveedores de primera línea, y de calidad, para así obtener un excelente producto terminado, casi la totalidad de los encuestados, están considerablemente satisfechos con lo que en esta cafetería consumen.

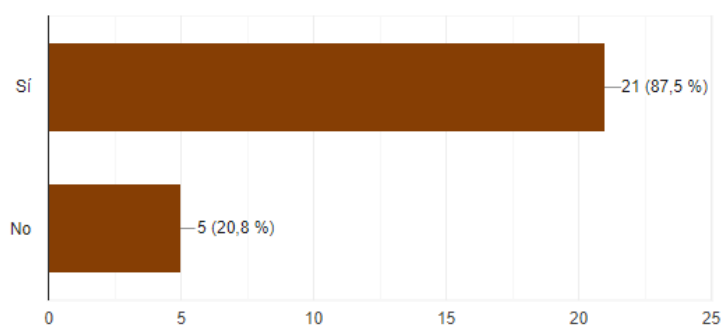
Figura 13: Calidad de productos.



Fuente: Elaboración propia

Pese a la satisfacción evidenciada en este proceso, por parte de los clientes, el 87,5% de ellos, están de acuerdo en que debería haber un buzón de sugerencias en Galy's café, para de esta manera mejorar y satisfacer con mayor profundidad las necesidades de los clientes, según la figura 14.

Figura 14: Buzón de sugerencias.



Fuente: Elaboración propia

- **Requisitos y proceso de conversión.**

Existen múltiples definiciones de lo que es una franquicia, Guido Santillán destaca dos, que considera las más acertadas: la primera afirma que es un negocio exitoso y la segunda que es una estrategia de expansión comercial, donde se replicará el negocio del franquiciante.

Explica que, la franquicia se compone de cuatro partes: el ámbito operativo, financiero, promocional, y legal, estos contienen todo lo necesario para que la creación de la franquicia sea real y exitosa.

El aspecto legal es el contrato, según nos indica el Mgt. Guido, documento en donde las partes firman, acordando las cláusulas de la franquicia, todas estas tienen importancia y deben aplicarse de manera conjunta, aquí se establecen los valores de la franquicia, tiempo de duración del contrato, cláusulas de confidencialidad que es muy importante para mantener los secretos del negocio, cláusula de no competencia para que el franquiciado no pueda utilizar esos conocimientos en beneficio exclusivo y queda a voluntad de las partes, incluir la cláusula denominada “motivos de terminación de contrato”, para garantizar la no perdida, en casos de incumplimiento.

Los requisitos primordiales que el Mgt. Guido Santillán nos detalla, que debe cumplir Galy's café para poder incursionar en un proceso de franquicia, son:

Que el negocio para franquiciar debe ser exitoso, debe estar demostrado que su rentabilidad es significativa mediante sistemas contables y estados financieros que así lo reflejen para garantizar el éxito continuo de la franquicia, cuyo negocio sujeto ya previamente debe tener propiedad de la marca, dice el experto en Franquicias, Guido Santillán.

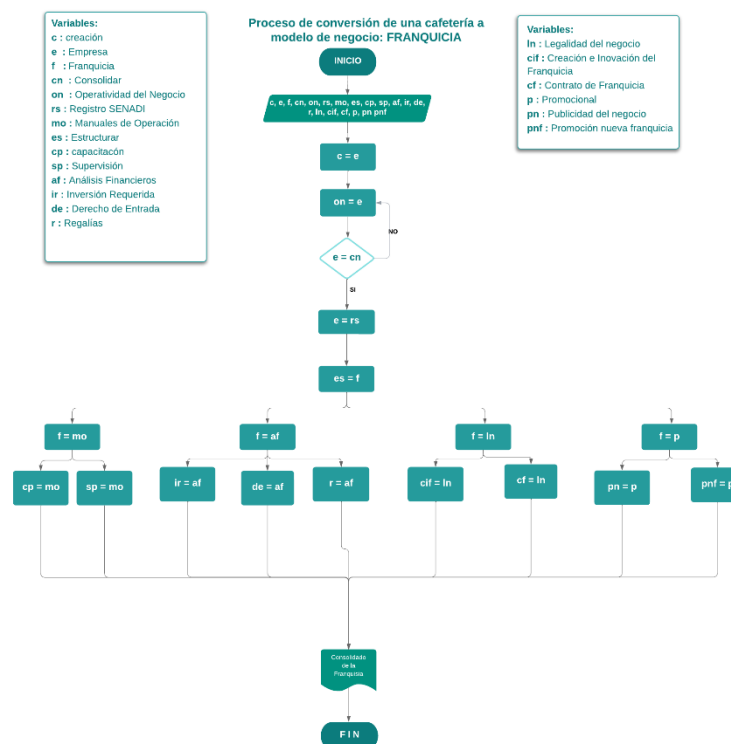
El requisito con más relevancia y el que garantizará el éxito de una franquicia según lo que nos respondió el gerente general de Ecuafanquicias, es el conjunto de los manuales de funcionamiento; los manuales son parte del know how, en la medida que más detallados estén, será más efectiva la aplicación porque permite que se sigan las reglas y con eso se estandarice la operación de todos los locales, que no solo consisten en las recetas sino también saber el tiempo y proceso de preparación de cada plato, de tal manera que, quede con el mismo sabor, pero no solo en preparación sino también el resto de los

procesos, como atención al cliente, facturación, inventarios, caja, proceso de apertura y cierre del negocio, procesos adicionales, todos los que sean necesarios.

Dentro de las partes que constituyen a la franquicia, Guido aclaró, que está lo promocional que a su vez se forma por dos rubros, publicidad del negocio y promoción de la franquicia (una vez creada). La publicidad es la comunicación visual, escrita o auditiva con la población para dar a conocer el lugar y el producto. La promoción de franquicia en cambio es cuando ya se abre la oportunidad a personas que quieran invertir en una marca ya reconocida, es decir, ofertar el permiso de operar bajo esta marca (comprar la franquicia).

Parte de la franquicia es el aspecto financiero, en base a esto el gerente general de ecuafranquicias, incita a que se realice una prueba de viabilidad, que se realice un proyecto piloto para perfeccionar a tiempo cualquier tipo de detalle o circunstancia, que pueda ocasionar problemas futuros.

Por todo lo anteriormente mencionado, el administrador de Galy's Café, señor Francisco Suárez afirma que, del 100% que exige Guido Santillán, para hacer el negocio franquiciado, se cumple ya con al menos el 80%, ya que el otro 20% es cuestión de trámites.



3.1 Revisión documental:

Al ser las franquicias el acuerdo por voluntad entre dos partes, como franquiciador y franquiciado, para ceder derechos comerciales de determinado bien o servicio incluidos conocimientos acerca de los procesos pero con una retribución económica manifestada en cuotas, nace a necesidad de crear un marco legal, que regule este tipo de pacto respetando los derechos y remarcando las obligaciones de las partes que conforman esta franquicia, es por eso que hago referencia a los artículos anteriormente citados en el marco legal, sustraídos del documento “Legislación De Las Franquicias Del Nuevo Código De Comercio del Ecuador”

Este documento consta de 19 artículos relacionados con las franquicias y su contrato, del cual he hecho referencia al artículo 558 y 561 del capítulo III; y al artículo 577 y 578 del capítulo IV.

3.4. Discusión.

En la investigación realizada acerca del sistema de franquicias, como estrategia de expansión de negocios y posicionamiento amplio de una marca, seleccionando rigurosamente información y estudio minucioso, tomé como referencia la cafetería “GALY’S CAFÉ”, analizando su conversión de emprendimiento, a franquicia.

En la primera parte del trabajo investigativo se resaltó las fortalezas de Galy’s café y aquellos requisitos comerciales con los que ya cuenta esta empresa esmeraldeña, que automáticamente evidenció su capacidad para ampliar su mercado, contando con el capital suficiente para poder sustentar la expansión de su marca a través del establecimiento de nuevos locales y aliados estratégicos en el espacio nacional.

Se evidencia que Galy’s café tiene completa estabilidad en materia de producción y servicio prestado ya que cuenta con todos sus procesos estandarizados, desde los más simples hasta los más complejos, lo que ha hecho factible la adquisición de certificados que garantizan la calidad de los productos y servicios, tales como el ARCSA, que es hasta ahora el más importante (certificación AAA) y reciente, pues lo obtuvieron el año anterior, según lo indica Francisco Suárez, administrador de Galy’s café.

Según las contemplaciones establecidas en la legislación sobre franquicias del nuevo código de comercio y requisitos necesarios que indicó el experto en franquicias, Guido

Santillán, para poder convertir un negocio en franquicia, Galy's café cuenta con el 80% de ellos, pues actualmente se está trabajando bastante en la parte promocional, ofertando sus productos a diario, a través de los medios más demandados en materia de publicidad, que son las redes sociales, cuyas tienen mayor influencia en los consumidores.

La manera más clara de demostrar la sustentabilidad de esta cafetería es a través de las declaraciones que mensualmente se realizan al SRI, donde evidencia la rentabilidad que en proporción de clientes, representa alrededor de entre 2000 a 2500 al mes.

Parte esencial de los requisitos para la conversión de este negocio al modelo de franquicia, son las capacitaciones, con las que Galy's café sí cumple, realizándolas en periodos de tiempo considerables, dependiendo el área, otro de ellos es la estabilidad laboral que ofrece Galy's café como empleador según la ley exige, haciendo pago de beneficios sociales, seguro social y gastos por alimentación.

Se pudo confirmar que Galy's cumple con el 80% requisitos para ser franquicia; ya es un negocio exitoso, posee la propiedad de la marca con registro en el SENADI, está en condiciones de soporte técnico, es poseedor de logo propio, ha diseñado minuciosamente sus manuales de operación, que tiene el rol más importante dentro de una franquicia, y el tema promocional que ya mencioné anteriormente.

Cabe recalcar que los manuales que Galy's café tiene como direccionador de sus funciones, están absolutamente todos los procesos de todas las áreas funcionales, desde el ingreso del consumidor hasta el final de su estadía, estos manuales son la razón del know how, puesto que mientras más minuciosos estén creados, mejor será el trabajo de quien a él se rige, y la estandarización se garantiza, siguiendo toda la metodología

A partir del análisis precedente afirmo que para Galy's café, la alternativa de convertirse en franquicia, como modelo de negocio es bastante acertada y beneficiosa por sus estandarizados procesos, que es uno de los puntos relevantes dentro de este proceso, estando uno de los objetivos enfocados en el tema de manuales; y por la alta demanda con la que actualmente cuenta.

Consciente de la importancia que tiene este proceso en los negocios se recalca que al momento en que Galy's decida convertirse en franquicia, podría contribuir a la reactivación económica de la provincia y motivación para los inversionistas que deseen una idea ya proyectada.

Finalmente se espera que este trabajo investigativo sirva como aporte para la continuación del tema o para temas relacionados con el proceso de conversión de los emprendimientos esmeraldeños, en lo que está dentro de la carrera.

CAPÍTULO IV

4.1. Conclusiones

Tras lo expuesto, es necesario hacer reflexiones en manifestación de conclusiones para considerar de manera generalizada esta investigación.

- ✓ Efectivamente, los resultados de la investigación enfocada en la cafetería “Galys Café” determina que es un negocio sustentable, con un margen de utilidad rentable, que ofrece estabilidad laboral a sus trabajadores y que por su destacado servicio y productos de calidad han hecho reconocida su marca y han logrado obtener certificaciones importantes, posicionando la cafetería entre los mejores negocios del sector, según su naturaleza. Por lo que sí cumple con los criterios y bases requeridas para convertirse en franquicia como una opción de negocio exitoso.
- ✓ Se evidencia que los requisitos para la conversión de este negocio a franquicia son múltiples según la investigación realizada, incluyendo documentos que lo sustenten, tales como: registro de marca en el SENADI, luego de esto para estructurar la franquicia, son 4 elementos de los cuales según el análisis de resultados, Galy’s debería trabajar en la parte legal, puesto que ya consta con la parte promocional, se recalca que, este negocio ya cuenta con la expectativa comercial que es el atrayente de los clientes; la empresarial ya que promueve el avance continuo del dueño/emprendedor; la atención al cliente que a través de la comunicación directa se evidencia la satisfacción de las necesidades del consumidor; entre otros factores que sirven de bases fundamentales para franquiciar.
- ✓ De todo lo anterior se desprende que, la guía de manuales es lo que garantiza el éxito de la franquicia, tanto como requisito legal, como para funcionamiento eficiente, se realizan de las diferentes funciones, tales como atención al cliente, producción, contabilidad.

4.2. Recomendaciones

- ✓ Como recomendación para el primer objetivo que se plantea, en Galy's café es importante hacer un estudio más profundo del mercado ecuatoriano, ya que, de posicionarse en las ciudades grandes, se debe tener en cuenta que estas ya constan con una amplia variedad de negocios que brindan el mismo servicio. Es recomendable que realice un proyecto piloto para perfeccionar a tiempo cualquier tipo de detalle o circunstancia.
- ✓ Se recomienda que la empresa posiblemente franquiciante, utilice cláusulas de penalización por finalización de contrato con los franquiciadores, de tal manera que, a falta de una ley regulatoria de incumplimiento de los manuales en los procedimientos, la parte franquiciante no se vea afectada en términos monetarios, por el contrario, sea indemnizada por daño al prestigio del negocio y que quede a potestad del franquiciante, renovar o no su contrato.
- ✓ Galy's café, debería entrevistar a los candidatos a franquiciados, para establecer pautas y vínculos previos donde se conozcan las razones de querer invertir en el negocio, de esta manera los riesgos al entregar los derechos de uso de la marca van a disminuir, puesto que sería más baja la probabilidad de entregarlos a gente deshonesto que tienen única intención de usar los manuales proveídos por Galy's, exentándose del pago por propiedad intelectual.

4.3 Bibliografía

- Alonso, M. (2003). Manual para el franquiciador y el franquiciante. *La franquicia de la A a la Z*, p. p. 208.
- Asamblea Nacional del Ecuador. (2008). *Plan del Buen Vivir*. Quito: Editorial, República del Ecuador .
- Benjumea, A. R. (2016). *FRANQUICIA UNA ESTRATEGIA DE EXPANSIÓN EMPRESARIAL*. CALI, VALLE DEL CAUCA: Editorial, FUNDACIÓN UNIVERSITARIA CATÓLICA - LUMEN GENTIUM.
- Betancourt, J. (2015). *ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA LA COMERCIALIZACIÓN DE UN SISTEMA DE FRANQUICIA DE LA EMPRESA SEGARCROS S.A.* Guayaquil: Editorial; UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Borsic, Z., Maya, M., & Aigaje, W. (2017). Las franquicias ecuatorianas y su contribución en la generación de empleo. *Economía y Política*, 82-102.
- Cabrera & López. (2012). *EL CONTRATO DE FRANQUICIA, DEL CONOCIMIENTO A LA NORMATIVA*. QUITO-ECUADOR: Editorial; UNIVERSIDAD INTERNACIONAL DEL ECUADOR.
- Entrepreneur. (27 de Marzo de 2012). *Entrepreneur*:. Obtenido de <https://www.entrepreneur.com.es>
- Gargollo, J. A. (1995). El Contrato de Franquicia. *Themis México*, página 34.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2013). *Fundamentos de Marketing*. Mexico: Editorial: Pearson.
- Mejía, R. (2014). *Las Franquicias*. Medellín: Ediciones Unaula.
- Mosquera, F. (2010). La Franquicia una estrategia de crecimiento empresarial. *MBA EAFIT*, p. p. 70-85.
- Orbe, A. M. (12 de junio de 2008). *DerechoEcuador.com*. Obtenido de El contrato de Franquicia : <https://www.derechoecuador.com/el-contrato-de-franquicia#:~:text=Concepto%20de%20Contrato%20de%20Franquicia&text=Contrato%20civil%20o%20mercantil%2C%20mediante,cual%20se%20conoce%20como%20ROYALTY>.
- RAAB, S. M. (2002). *FRANQUICIAS - Como multiplicar su Negocio*. Ciudad de Mexico D. F.: Editorial Limusa Noriega.
- RAE. (2001). *Franquicia* .
- Rivas & Alvarez. (2015). *LA FRANQUICIA COMO PLAN DE NEGOCIOS ALTERNATIVA PARA EL EMPRENDIMIENTO EN EL ECUADOR*. GUAYAQUIL: Editorial; UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL.
- Romero Arteta Ponce - Abogados Law Firm. (15 de Febrero de 2021). *Romero Arteta Ponce, Abogados Law Firm - Ecuador*. Obtenido de

<https://romeroartetaponceabogados.com/areas-de-practica/franquicias-en-el-ecuador/#:~:text=Se%20estima%20que%20existen%20cerca,en%201986%2C%20McDonald's%20en%201997.>

Romero, P. D. (2018). *Franquicias en el Ecuador*. Obtenido de Ecuaf franquicias: <http://www.aefran.org/franquiciar>

Sanchez, C. (2021). *La Franquicia como Estrategia de Posicionamiento y Desarrollo para los Emprendimientos Esmeraldeños*. Esmeraldas: PUCE Esmeraldas.

SENADI. (03 de Abril de 2018). *Servicio Nacional de Derechos INtelectuales* . Obtenido de <https://www.derechosintelectuales.gob.ec/>

Torres, K. I. (2017). *LAS FRANQUICIAS Y SU IMPACTO EN LA ECONOMÍA ECUATORIANA EN EL PERÍODO 2001-2006*. GUAYAQUIL: Editorial; UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL.

4.4 Anexos:

Operacionalización de las variables.

Variables	Definición conceptual	Definición Operacional	Dimensiones	Indicadores	Técnicas	Instrumentos
La franquicia	Se explica el término franquicia como aquel estilo de negocio en el que una persona natural o jurídica (franquiciado) bajo el consentimiento de otra (franquiciador) puede realizar, comercializar y distribuir un bien o servicio creado por esta (Sanchez, 2010)	Rapidez del crecimiento. Reducción de riesgo comercial y financiero. Crear fuentes de empleo.	Expansión, diagnóstico de la situación actual Proceso para ser una franquicia Guía de manuales de procesos	Número de empleados, procesos Estandarizados, Certificaciones obtenidas, Rentabilidad, publicidad, medios de comunicación con clientes para sugerencias, capacitación al personal, Evaluación general, Posibilidad de franquiciar, Estabilidad laboral según la ley. Instituciones reguladoras, Casos de éxito en Ecuador Normativa	Entrevista Entrevista Entrevista Revisión documental	Cuestionario Cuestionario Cuestionario Páginas web

“PROCESO DE CONVERSIÓN DE UNA CAFETERÍA- RESTAURANTE A UN MODELO DE NEGOCIO DE FRANQUICIA.

CASO DE ESTUDIO: GALY’S CAFÉ”

El objetivo de la entrevista es la recolección de información con fines académicos, motivo por el cual le pido amablemente me brinde su ayuda, respondiendo las preguntas a continuación, su criterio será muy importante para el estudio anteriormente mencionado.

Modelo de entrevista: Dirigida al administrador de Galy’s café.

Nombre del entrevistado: LUIS FRANCISCO SUÁREZ

Institución: GALY’S CAFÉ

Cargo: ADMINISTRADOR Y CONTADOR

Fecha de entrevista: _____

Duración de entrevista: 30 MINUTOS.

Entrevistador: PATRICIA MARTÍNEZ

Preguntas:

- 1. ¿Cuál es el número de colaboradores con los que actualmente cuenta Galy’s café?**

Son 6 colaboradores.

- 2. ¿Qué procesos, según lo que usted considera, están estandarizados dentro de su emprendimiento?**

Todos los procesos están estandarizados, por ejemplo, lo que es atención al cliente, el cajero, el tema de estandarización en la preparación de los platos en la cocina, los protocolos de limpieza, seguridad, todo lo que aquí realizamos está plasmado en manuales, y eso hace fácil a la persona que viene, únicamente leer, estudiarlo y aplicarlo, todos los procesos aplicados aquí, desde que el cliente entra hasta que se retira y por supuesto en las cocinas tienen manual de procedimiento.

3. ¿Qué procesos, según lo que usted considera, están estandarizados dentro de su emprendimiento?

Todos los procesos están estandarizados, por ejemplo, lo que es atención al cliente, el cajero, el tema de estandarización en la preparación de los platos en la cocina, los protocolos de limpieza, seguridad, todo lo que aquí realizamos está plasmado en manuales, y eso hace fácil a la persona que viene, únicamente leer, estudiarlo y aplicarlo, todos los procesos aplicados aquí, desde que el cliente entra hasta que se retira y por supuesto en las cocinas tienen manual de procedimientos.

4. ¿Qué tipo de Certificaciones ha obtenido a lo largo del funcionamiento de Galy's café?

Nosotros tenemos, entre las más importantes, es la del ARCSA que obtuvimos el año pasado, es una certificación que se la obtiene anual y que es la calificación triple A, en toda la provincia de Esmeraldas, somos los únicos que tiene esa calificación que justamente trata del tema de los procesos, proveedores, buenas prácticas de manufactura, los procedimientos que se realizan en la cocina, todo lo que es la inocuidad de la preparación de alimentos, yo creo que es la más importante que hemos podido obtener, y en ese proceso estuvimos alrededor de casi 6 meses, trabajado para ello, ya de aquí una vez que ya lo obtuvimos, ya es año a año que hay que volver a certificar y renovar.

5. ¿Considera usted que la rentabilidad del negocio es sustentable?

Sí es sustentable, sí es un negocio sustentable,

6. ¿Cuántos consumidores recibe Galy's café aproximadamente, mes a mes?

Al mes, alrededor de 2000 y 2500, más o menos es lo que nosotros más o menos legalmente podemos demostrar, a través de las declaraciones que hacemos mensuales al SRI, entonces ahí nosotros plasmamos mediante cada venta lo que ingresa aquí.

7. ¿Cuál es el factor diferenciador frente a otros negocios similares?

Creo que lo que nos caracterizó desde el primer local, que estaba situado donde ahora funciona nuestra panadería, siempre fue **nuestra atención al cliente** siempre fue el tratar de brindar al cliente esa experiencia de ser bien atendido, de ser tratado con cordialidad, de estar en un lugar tranquilo, seguro, limpio, y **nuestros productos que absolutamente todos son de primera calidad**, nosotros compramos la carne al que es hoy el mejor centro de distribución de faenamiento de Sudamérica, que es AGROPESA, que es un afiliante de corporación Favorita, el pollo compramos a PRONACA, frutas y legumbres también compramos directamente en el SUPERMAXI, entonces ese creo que es también el diferenciador porque todo es de primera calidad.

8. ¿A través de qué medios y con qué frecuencia se ejecuta la publicidad de este negocio?

Las redes sociales son los medios que ocupamos, nosotros pautamos semanalmente, quincenal o mensualmente dependiendo de las necesidades y de lo que haya ese mes, por ejemplo, ahora que viene el día del amor y amistad, **ocupamos el Facebook, Instagram, por medio de publicidad** porque de una u otra manera ahora es comprobado el tema de Instagram, Facebook y WhatsApp son los medios de publicidad que más se está manejando entonces esos son los medios que ocupamos.

9. ¿Cuáles son las herramientas con las que cuenta Galy's café para captar quejas y sugerencias de los clientes?

La que más resultado nos da porque tengo que ser honesto, **no siempre todo está bien, aunque así lo tratamos**, es la comunicación directa con el cliente, mucho más allá de tener algún buzón de quejas, o algo similar, es comunicación que tenemos directamente con el cliente, lo que si **dentro del manual de procedimientos que creamos al inicio, ahí indica que tanto meseros como cajeros y encargado del local deben tanto en el intermedio y al final de la estadía del cliente, preguntar si todo estuvo bien**, si la comida está bien, si están satisfechos, entonces eso ha sido el mejor indicador y es lo que usamos, el contacto directo.

10. ¿En qué periodo de tiempo se realizan las capacitaciones al personal colaborador?

Depende, por ejemplo, **en atención al cliente son cada 3 meses y en capacitación a los chicos de la cocina, la hacemos una o dos veces al año**, ahí contamos con la ayuda de algunos chefs conocidos nuestros, vienen de Sto. Domingo, de Guayaquil y Quito entonces siempre al año en lo que es cocina es una o dos veces. En la parte contable no, porque la llevamos directamente mi suegro y yo.

11. ¿La evaluación de procesos de producción, financieros y administrativos que se realiza en Galy's café, qué frecuencia tiene?

Lo hacemos mensual y bueno la trayectoria y la experiencia en este caso de mi suegro y yo, nosotros mensualmente **siempre nos reunimos cada 5 de cada mes para evaluar todo lo que es el tema financiero y el tema contable, lo que es finanzas, tenemos un sistema contable** y el conocimiento que hemos adquirido en informes financieros, metas, objetivos, sin importar el día que sea, y si se dificulta de manera presencial, se lo realiza vía zoom.

12. ¿Ha pensado en la posibilidad de franquiciar, cree que obtendría mayores beneficios que los actuales?

Sí lo hemos pensado, de hecho, el año pasado estuvimos en contacto con Guido Santillán, hablamos por el tema de las franquicias, pero lamentablemente el tema de la pandemia nos ha retrasado en todo lo planificado, **nosotros del 100% que exigen ellos para poder sacar el negocio franquiciado, tenemos o menos el 80%, ya que el otro 20% era puro trámite.**

La pandemia nos ha hecho detener, entonces, ese ha sido el inconveniente mayor que se nos ha presentado.

13. ¿Brinda Galy's café todos los beneficios sociales y cumple con las obligaciones que la ley impone hacia sus colaboradores?

Sí, de hecho, parte del cumplimiento para la certificación del ARCSA, es esa, todos nuestros colaboradores están asegurados desde su primer día de trabajo, ganan décimo 3ro, decimo 4to, ganan todos los beneficios legales, aquí les damos

la alimentación sin ningún tipo de descuento, la dotación de uniformes, nosotros pagamos horas extras, entonces los colaboradores tienen toda estabilidad que la ley impone.

“PROCESO DE CONVERSIÓN DE UNA CAFETERÍA- RESTAURANTE A UN MODELO DE NEGOCIO DE FRANQUICIA.

CASO DE ESTUDIO: GALY'S CAFÉ”

El objetivo de la entrevista es la recolección de información con fines académicos, motivo por el cual le pido amablemente me brinde su ayuda, respondiendo las preguntas a continuación, su criterio será muy importante para el estudio anteriormente mencionado.

Modelo de entrevista: Dirigida al asesor de franquicias (Quito).

Nombre del entrevistado: GUIDO SANTILLÁN.

Institución ECUAFRANQUICIAS

Cargo: GERENTE GENERAL DE ECUAFRANQUICIAS

Fecha de entrevista: 01/02/2022

Duración de entrevista: 30 MINUTOS.

Entrevistador: PATRICIA MARTÍNEZ

Preguntas:

1 ¿Qué es franquicia?

Hay dos definiciones de franquicia, la franquicia es la duplicación de un negocio exitoso, y la definición más elaborada dice: la franquicia es una estrategia de expansión comercial, mediante el cual el dueño de una marca permite y apoya a otra persona que es el franquiciado para que replique su negocio bajo las normas establecidas por la franquicia, sería esta la definición más larga.

1. ¿Qué es un contrato de franquicia?

El contrato es uno de los elementos para la franquicia, al igual que otros existentes, como por ejemplo la parte operativa, financiera, la parte legal que es donde está el contrato y la parte promocional, estos son los 4 pilares que nosotros topamos cuando creamos una franquicia, ellos contienen todo lo que se necesita.

2. ¿En qué consiste el contrato de franquicia?

Es el documento legal que firman las partes en donde se concreta la franquicia, Entonces, es un documento legal en donde las partes firman, acordando las cláusulas de la franquicia, es uno de los elementos, de pronto el más importante podría ser el tema de manuales que son complementarios a las franquicias, documento obligatorio que detalla cada una de las actividades del manejo del negocio.

3. ¿De todas las cláusulas incluidas en un contrato de franquicia, cuál es la más relevante y por qué?

Es que es un conjunto de cláusulas que tienen importancia, o sea no podemos resaltar una más que otra, todas deben ser tomadas en cuenta conjuntamente, empezando por los valores de la franquicia, tiempo de duración del contrato, cláusulas de confidencialidad que es muy importante para mantener los secretos del negocio, cláusula de no competencia para que el franquiciado no pueda utilizar esos conocimientos en beneficio exclusivo en otras actividades que nada tengan que ver con la franquicia.

Hay conjunto de cláusulas que se llama, motivos de terminación del contrato, que quiere decir que, en incumplimientos graves del franquiciado, el franquiciante como dueño de la marca, puede optar por esa decisión difícil de impedirle que siga utilizando la marca por violación a las reglas de la franquicia, entonces hay un conjunto de cláusulas que son parte de este documento legal que es el contrato de franquicia, y todas con igual importancia.

4. ¿Cuáles son los requisitos con los que debe cumplir un negocio para poder tramitar su franquicia?

Los principales requisitos son tres:

El negocio para franquiciar debe ser exitoso.

Debe tener la propiedad de la marca.

Finalmente debe estar en condiciones de dar soporte técnico continuo a los franquiciados.

Se debe tener ya Registro de marca, logo y eslogan para proteger la marca, debe tener análisis de viabilidad de franquicia para saber sus condiciones de iniciar un proceso de expansión, Definición del punto piloto, probablemente necesite ya contar con la elaboración de manuales para funcionamiento interno a fin de garantizar que existen procesos estandarizados.

5. ¿Cuáles son los documentos de soporte necesarios para hacer de un negocio, la franquicia?

Aparte del contrato te decía los manuales de operación por un lado y luego el análisis económico financiero por otro lado y luego el tema promocional que se refiere a publicidad o documentos para producción de la marca o estrategias por promoción de marca.

6. ¿Aproximadamente, cuál es el precio de un trámite completo para ser franquicia?

Debemos aclarar si es del uso de la marca o del dinero necesario para montaje del local, a veces se suele confundir cuando se lanza un valor porque no se sabe si en ese valor está incluido el dinero necesario para montaje del local, o solamente es por el permiso para accionar bajo esa marca, porque para colocar una franquicia, debo tener esos dos rubros.

Es decir: el local, el dinero para las mesas, sillas, televisores, congeladores, letreros, parte interna, parte externa, hasta las ollas, todo eso es un dinero que se necesita, pero a más de eso está el valor que el franquiciante cobra por su marca.

7. ¿De qué dependen estos valores monetarios?

Este primer valor depende del número de mtrs cuadrados, el tipo de instalaciones, etc.

El segundo valor depende de la rentabilidad del negocio, de qué tan conocida es la marca, de los montos de inversión, todos estos son los parámetros generales para definir los valores de la franquicia.

8. Según su experiencia, ¿cuáles son las franquicias que usualmente logran el éxito esperado?

En la medida que una marca tenga más años de experiencia por ende más conocimiento, hace que sea papel importante para no fracasar, por ejemplo las marcas DISENSA que está trabajando muy bien el tema de franquicias, y ha apoyado a una empresa de Holcim y tiene más de 500 locales en Ecuador, y tiene presencia en otros países, otra es CRUZ AZUL, tiene 800 locales a nivel nacional, otra de ellas que crece de manera importante es ceviches de la Rumiñahui, tiene 52 locales en Ecuador y tiene presencia en Colombia, todas estas marcas tienen muchos años de experiencia, entonces ya saben que funciona, que no funcionan y eso les permite ser exitosos en la operación del negocio, solo es conocimiento y experiencia.

9. ¿Cuál es la importancia del know how en la franquicia?

Es fundamental, los manuales son parte del know how, en la medida que más detallados estén, será mejor porque permite que se sigan las reglas y con eso se estandarice la operación de todos los locales, como marcas importantes, como kfc es exactamente la misma imagen y procesos, la misma maquinaria, la misma materia prima, para sacar el mismo producto y que la persona que compra en kfc, de aquí sea el mismo de Guayaquil, o Cuenca.

Esta es la importancia del saber hacer.

10. ¿Cuántos y cuáles son los manuales con los que se maneja el funcionamiento de una franquiciad?

No está estipulado un mínimo, la idea es de que exista el conocimiento de cómo manejar el negocio, por ejemplo si es un restaurante, tengo que a más de las recetas, saber el tiempo y proceso de preparación de cada plato, entonces justamente ahí nosotros hemos desarrollado una metodología, la cual permite que esto se detalle paso a paso para que el franquiciado siga precisamente el mismo proceso de tal manera que el plato salga con el mismo sabor, utilizando los mismos ingredientes, si es factible.

El número de manuales serán los necesarios para la operación del negocio, no solo preparación, sino también el resto de los procesos, como atención al cliente, facturación, inventarios, caja, proceso de apertura y cierre del negocio, procesos adicionales, Todos los que sean necesarios deben estar por escritos como instrucciones para replicarlo exactamente y con eficiencia, tal como en la matriz.

11. ¿Cuáles son los tipos de penalizaciones en caso de que una franquicia fracase?

Al momento hay una cláusula en donde se menciona que el dueño de una marca podría tomar acciones legales porque su marca ha sido patentada, entonces hay quienes colocan una penalización económica, es decir, un valor económico en caso de que por fallas en la operación del negocio debido a no seguir las reglas de la franquicia hagan fracasar la marca.

Merecida y prevenidamente puede ponerse una cláusula de contrato que diga que puede haber una penalización por mal uso de la marca donde el dueño de la marca principalmente es el que valora, él es el que debe poner ese tipo de reglas llegando a un acuerdo entre las partes

12. Puede por favor detallarme los pasos a seguir para lograr convertir un emprendimiento, en el modelo de negocio: Franquicia.

Primeramente, **debe tener la marca registrada en el SENADI** antes se llamaba IEPI ahora se llama SENADI estatal en donde se registran las marcas, pues al tener la marca registrada le permite justamente en que pueda otorgar franquicias al dueño de la marca licencias y franquicias puede otorgar al propietario de una marca registrada, entonces ese es el primer elemento.

Tener la marca registrada es un proceso que de no tenerlo toma al menos de 6 a 8 meses por lo tanto hay que empezar cuanto antes, porque al no tener la marca registrada es como estar construyendo una casa en un terreno que no es propiedad de la persona que está construyendo, alguien puede aparecer y decir yo tengo un nombre muy similar al suyo así que yo me opongo que usted lo siga utilizando entonces en eso radica la importancia de que haya ese registro de marca o el cual deba permitir ser el propietario de esa marca y poder otorgar franquicias.

Entonces luego de tener la marca, **estructurar la franquicia, crear la franquicia** decía también básicamente **estructurar son cuatro elementos; el tema numero 1: los manuales de operación** los cuales se complementan con el tema de capacitación y supervisión; **el tema numero 2: el tema económico financiero** para ahí poder decidir los valores de la franquicia tomando en cuenta el tema de inversión requerida para el montaje del local, ventas estimadas, gastos estimados, rentabilidad y de ahí se hace el cálculo de un conjunto de índices financieros para de ahí poder definir los valores adecuados para la franquicia, una franquicia que básicamente cobra el derecho de entrada y regalías que son para el dueño de la marca, entonces en el segundo plano es el tema financiero; con **el tema legal que es el contrato de franquicia** el cual decíamos al inicio que se establecerá tomando en cuenta marca registrada o en proceso de registro y **finalmente el tema de la promoción de la franquicia o búsqueda de franquiciados.**

Le repito los cuatro elementos: **MANUALES DE OPERACIÓN con tema de capacitación y supervisión, la parte financiera donde se define los valores de la franquicia, la parte legal en donde está el contrato de franquicia** es el documento

que une legalmente las partes y establece el acuerdo entre las ellas y finalmente el tema promocional para dar a conocer la existencia de las franquicias a las personas y empiece el proceso de expansión de la marca, este es el resumen de los cuatro elementos que nosotros aplicamos para la creación de una franquicia.

“PROCESO DE CONVERSIÓN DE UNA CAFETERÍA- RESTAURANTE A UN MODELO DE NEGOCIO DE FRANQUICIA.

CASO DE ESTUDIO: GALY’S CAFÉ”

El objetivo de la encuesta es la recolección de información con fines académicos, motivo por el cual le pido amablemente me brinde su ayuda, respondiendo las preguntas a continuación, su criterio será muy importante para el estudio anteriormente mencionado.

MODELO DE ENCUESTA: Dirigida a los clientes de Galy’s Café.

NOMBRE DEL ENCUESTADO:

CARGO:

FECHA DE ENCUESTA: 12/03/2022

DURACIÓN DE ENCUESTA: 5 MINUTOS.

ENCUESTADORR: PATRICIA MARTÍNEZ

PREGUNTAS:

1. **¿CON QUÉ FRECUENTA VISITA USTED GALY’S CAFÉ?**
 - a) Semanalmente.
 - b) Trimestralmente.
 - c) Semestralmente.
 - d) Anualmente.

2. **¿HA SIDO BIEN RECIBIDA EN GALY’S CAFÉ? (LE ABREN LA PUERTA, LE DAN LA BIENVENIDA, LE EXIGEN MASCARILLA, LE BRINDAN ALCOHOL).**
 - a) Sí.
 - b) No.

3. **DESDE SU PERCEPCIÓN, LA CARTILLA DE LOS PRODUCTOS DE GALY’S CAFÉ, ¿ES LO SUFICIENTEMENTE EXPLICITA Y DE FÁCIL ENTENDIMIENTO?**
 - a) Sí.
 - b) No.

- 4. ¿CONSIDERA USTED QUE LOS COLABORADORES DE GALY'S CAFÉ ESTÁN PREDISPUESTOS A ATENDER ALGÚN REQUERIMIENTO DE SU PARTE, DURANTE SU ESTADÍA?**
- a) Sí.
 - b) No.
- 5. ¿ES AGRADABLE LA ATENCIÓN RECIBIDA EN LA CAJA?**
- a) Sí.
 - b) No.
- 6. INDIQUE SU GRADO DE SATISFACCIÓN DE SU EXPERIENCIA CON LA ATENCIÓN DE GALY'S CAFÉ, ATRIBUYÉNDOLE UNA CALIFICACIÓN DEL 1 AL 5. DONDE 1 ES NADA SATISFECHO Y 5 ES COMPLETAMENTE SATISFECHO.**
- a) 1.
 - b) 2.
 - c) 3.
 - d) 4.
 - e) 5.
- 7. INDIQUE SU GRADO DE SATISFACCIÓN DE SU EXPERIENCIA CON LOS PRODUCTOS SERVIDOS EN GALY'S CAFÉ, ATRIBUYÉNDOLE UNA CALIFICACIÓN DEL 1 AL 5. DONDE 1 ES NADA SATISFECHO Y 5 ES COMPLETAMENTE SATISFECHO.**
- a) 1.
 - b) 2.
 - c) 3.
 - d) 4.
 - e) 5.
- 8. ¿CONSIDERA USTED QUE GALY'S DEBE TENER UN BUZÓN DE SUGERENCIAS PARA COMPRENDER MEJOR LAS NECESIDADES DE LOS CLIENTES?**
- a) Sí.
 - b) No.

“PROCESO DE CONVERSIÓN DE UNA CAFETERÍA- RESTAURANTE A UN MODELO DE NEGOCIO DE FRANQUICIA.

CASO DE ESTUDIO: GALY’S CAFÉ”

El objetivo de la encuesta es la recolección de información con fines académicos, motivo por el cual le pido amablemente me brinde su ayuda, respondiendo las preguntas a continuación, su criterio será muy importante para el estudio anteriormente mencionado.

MODELO DE ENCUESTA: Dirigida a los colaboradores de Galy’s Café.

NOMBRE DEL ENCUESTADO:

CARGO:

FECHA DE ENCUESTA: 12/03/2022

DURACIÓN DE ENCUESTA: 10 MINUTOS.

ENCUESTADORR: PATRICIA MARTÍNEZ

PREGUNTAS:

1. **¿QUÉ TIEMPO APROXIMADO TIENE USTED PERTENECIENDO AL EQUIPO COLABORADOR DE GALY’S CAFÉ?**
 - a) 6 meses a 1 año.
 - b) 1 año y 6 meses a 2 años.
 - c) 2 años y 6 meses a 3 años.
 - d) 3 años con 6 meses o más.

2. **¿CUENTA USTED CON UN CONTRATO LEGAL QUE REFLEJE SU RELACIÓN LABORAL CON GALY’S CAFÉ?**
 - a) Sí.
 - b) No.

3. **¿GALYS CAFÉ CUMPLE CON SU AFILIACIÓN AL INSTITUTO ECUATORIANO DE SEGURIDAD SOCIAL, COMO COLABORADOR DE ESTA MICROEMPRESA?**
 - a) Sí.
 - b) No.

4. ¿RECIBE USTED LOS BENEFICIOS SOCIALES QUE LA LEY ECUATORIANA IMPONE, DEBEN SER PAGADOS POR PARTE DEL EMPLEADOR A SUS COLABORADORES?

- a) Sí.
- b) No

5. INDIQUE LOS BENEFICIOS SOCIALES ATRIBUIDOS POR SU EMPLEADOR EN LOS TIEMPOS CORRESPONDIENTES.

PAGO POR:

- a) Horas extras y suplementarias.
- b) Décimo Tercero.
- c) Décimo Cuarto.
- d) Fondo de reserva.
- e) Vacaciones.
- f) Licencia por maternidad. (Si ha sido necesario).
- g) Licencia por paternidad. (Si ha sido necesario).
- h) Utilidades.
- i) Cargas familiares.

6. CON QUÉ FRECUENCIA DE TIEMPO RECIBE USTED, CAPACITACIONES LABORALES, CUYO VALOR MONETARIO SEA CUBIERTO POR GALY'S CAFÉ.

- a) Trimestralmente.
- b) Semestralmente.
- c) Anualmente.

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Modelo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	✓		✓			✓	✓		✓		
2	✓		✓			✓	✓		✓		
3	✓		✓			✓	✓		✓		
4	✓		✓			✓	✓		✓		
5	✓		✓			✓	✓		✓		
6	✓		✓			✓	✓		✓		
7	✓		✓			✓	✓		✓		
8	✓		✓			✓	✓		✓		
9	✓		✓			✓	✓		✓		
10	✓		✓			✓	✓		✓		
11	✓		✓			✓	✓		✓		
12	✓		✓			✓	✓		✓		
13	✓		✓			✓	✓		✓		

ASPECTOS GENERALES		SI	NO	OBSERVACIONES
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario		✓		
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación		✓		
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia		✓		
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir		✓		
VALIDEZ				
APLICABLE:		✓	NO APLICABLE:	
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:		✓	LA PRESENTA 2 y 11 NIDEN LO MISMO	
Validado por:	Mgt. Fredy Paez Vega Morán			
C.I:	L71212882-4			
Firma:				
Fecha:	26/01/2022			

ÍTEM	CRITERIOS A EVALUAR										OBSERVACIONES
	Claridad en la redacción		Coherencia interna		Inducción a la respuesta (sesgo)		Lenguaje adecuado con el nivel del informante		Mide lo que pretende		
	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	SI	NO	
1	X		X			X	X		X		
2	X		X			X	X		X		
3	X		X			X	X		X		
4		X	X			X	X		X		Redactar: ¿Considera que la rentabilidad actual del negocio lo caracteriza como sustentable?
5	X		X			X	X		X		
6	X		X			X	X		X		
7	X		X			X	X		X		
8	X		X			X	X		X		
9	X		X			X	X		X		
10	X		X			X	X		X		
11		X	X		X		X		X		Redactar: ¿Ha pensado en la posibilidad de franquiciar? Si su respuesta es afirmativa: ¿cree que obtendría mayores beneficios que los actuales?
12	X		X			X	X		X		

7	X		X			X	X		X							
8	X		X			X	X		X							
9	X		X			X	X		X							
10	X		X			X	X		X							
11		X	X		X		X		X		Redactar: ¿Ha pensado en la posibilidad de franquiciar? Si su respuesta es afirmativa: ¿cree que obtendría mayores beneficios que los actuales?					
12	X		X			X	X		X							
ASPECTOS GENERALES									SI	NO	OBSERVACIONES					
El instrumento contiene instrucciones claras y precisas para responder el cuestionario									X							
Los ítems permiten el logro del objetivo de la investigación									X							
Los ítems están distribuidos en forma lógica y secuencia									X							
El número de ítems es suficiente para recoger la información. En caso de ser negativa su respuesta sugiera los ítems a añadir										X	Pienso que se debería incluir algo referente a la disponibilidad de recursos económicos que tiene la empresa para poder invertir en cambios que se requieran para franquiciar, y los trámites que esto conlleva.					
VALIDEZ																
APLICABLE:						NO APLICABLE:										
APLICABLE ATENDIENDO LAS OBSERVACIONES:						X										
Validado por:	ANA SARAIA INTRIAGO															
C.I:	0901558446															
Firma:																
Fecha:																