



INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO LA MANÁ

Carrera:

Tecnología Superior en Administración Financiera

PROYECTO DE TITULACIÓN

Previo a la obtención del título de:

TECNÓLOGO SUPERIOR EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

TEMA:

**“ESTUDIO DE MERCADO PARA DETERMINAR LA FACTIBILIDAD DE
IMPLEMENTAR UNA FRANQUICIA KFC EN EL CANTÓN LA MANÁ,
PERIODO 2024”.**

TUTOR:

MS. OSCAR ABRIGO

AUTORES:

**CHASIPANTA MOLINA STEVEN SLEYTER
BRAVO MORALES MARITZA MARIELA**

LA MANÁ-COTOPAXI-ECUADOR

2024

RESUMEN EJECUTIVO

La Investigación tiene como objetivo realizar un estudio de mercado para la implementación de una franquicia KFC en el cantón La Maná. Las oportunidades de negocio han evolucionado con el tiempo y el Ecuador ha implementado la modalidad de franquiciar marcas nacionales e internacionales para diversificar las ideas de negocios y desarrollar la economía. El proyecto se desarrolló considerando la oportunidad que tiene el cantón al manifestar una demanda insatisfecha sobre la marca KFC. Después del estudio realizado, se afirma que el 96,86 % de los habitantes están dispuestos a consumir dichos productos, según la población el 65,97% determina que el lugar más adecuado para implementar la franquicia es en un lugar céntrico del cantón y el mejor horario para consumir estos productos es en jornada de la tarde 56,02%, esto manifiesta que hay una gran demanda para consumir los productos ofertados por esta franquicia. El estudio realizado indica que el monto aproximado de inversión es de \$2.158.200,9 para el que se requiere la participación de inversionistas y de acuerdo al monto de utilidad se repartirán los respectivos dividendos.

Para posicionar esta marca en el cantón se propone el desarrollo de un marketing mix, donde se trabaja en el posicionamiento de los productos, utilizando medios digitales para la promoción entre ellos WhatsApp, Facebook, estableciendo ofertas, descuentos, promociones de los productos. KFC es una empresa consciente de su responsabilidad como institución, manteniendo excelentes incentivos para sus empleados y desarrollando proyectos con responsabilidad social empresarial dirigida hacia el bienestar de la sociedad.

Palabras claves: Estudio de Mercado, Oferta, Demanda, Empresa, Franquicia.

EXECUTIVE SUMMARY

The objective of the Research is to carry out a market study for the implementation of a KFC franchise in canton La Maná. Business opportunities have evolved over time and Ecuador has implemented the modality of franchising national and international brands to diversify business ideas and develop the economy. The project was developed considering the opportunity that canton La Maná has by expressing an unsatisfied demand for KFC brand. After the study was carried out, it is stated that 96.86% of inhabitants are willing to consume these products, according to the population, 65.97% determine that the most appropriate place to implement the franchise is in a central location in downtown and the best time to consume these products is 56.02% in the afternoon, this shows that there is a great demand to consume the products by this franchise offers. The study carried out indicates that the approximate investment amount is \$2,158,200.9 for which the participation of investors is required and according to the correspondent dividends the amount of profit will be distributed.

To settle down this brand positioning in the canton, the development of a marketing mix is proposed, where work is being done on the positioning of the products, using digital media for promotion, including WhatsApp, Facebook, establishing offers, discounts, and product promotions. KFC is a company aware of its responsibility as an institution, maintaining excellent incentives for its employees and developing projects with corporate social responsibility aimed at the well-being of society.

Keywords: Market Study, Supply, Demand, Company, Franchise