

## 10. ANEXOS

### Anexo I: carta recomendación Chema Marzo (responsable Frixen cola)

Universidad, 3  
50001 Zaragoza  
675 817 651  
frixencola@gmail.com

frixen  
cola

En Zaragoza, a 15 de Septiembre de 2016

A quien pueda interesar,

El Esqueje, S. Coop. es una empresa creada en 2002 cuya actividad principal es la restauración sostenible, con productos de proximidad y ecológicos, en la medida de lo posible, a través del bar-restaurante Birosta.

Desde El Esqueje participamos activamente en la Red de Economía Alternativa y Solidaria REAS Aragón, somos socios fundadores de la cooperativa de Mercado Social MESCoop Aragón, así como de Coop57 Aragón, desde la que obtenemos nuestra financiación.

En 2012 pusimos en marcha el proyecto FRIXEN COLA para satisfacer la demanda de este producto tipo en el ámbito de la Economía Social y Solidaria. El producto está siendo muy bien aceptado y en 2016 estamos desarrollando el estudio de su distribución a media y gran escala.

En relación con la colaboración realizada por Inés Navarro Navarro durante todos los viernes de febrero a mayo de este año 2016, me permito extender esta carta de recomendación por su trabajo y dedicación en este proyecto FRIXEN Cola, en el que se ha encargado de estructurar un plan de empresa y exponer sus recomendaciones hacia cómo dirigir el proyecto dentro de la filosofía de este empresa.

En su trabajo ha demostrado dedicación, responsabilidad e iniciativa propia, sobresaliendo sus altos valores éticos, así como de honestidad y total respeto por el proyecto, llegando a cumplir en todo momento los objetivos marcados. Asimismo, Inés Navarro ha practicado otras competencias durante este periodo que se recogen en el reverso de esta carta.

Y para que así conste, a los efectos oportunos, firmo la presente en la fecha y lugar arriba indicados.


  
el esqueje, s.coop.  
cif: F-50045989  
c/ universidad, 3-5, local  
50001 Zaragoza

Chema Marzo Paricio  
Presidente de El Esqueje, S. Coop.  
Responsable de FRIXEN Cola

Entre las competencias que Inés Navarro Navarro ha desarrollado durante este periodo han sido, entre otras:

- Estudio del caso.
- Entrevistas a las personas promotoras.
- Desarrollo del diseño de proyecto mediante metodología de lienzo CANVAS.
- Análisis de proveedores y desarrollo de un estudio de mercado.
- Análisis de viabilidad económica del proyecto de distribución a media y gran escala.
- Planteamiento y definición de necesidades de financiación.
- Exposición de recomendaciones y consultoría del caso.

## Anexo II: registro patentes y marcas

|   |
|---|
| <b>SITADEX Expediente: M 3054384 (3) Fecha: 29/09/2016 22:49:42</b>   |
| MARCA PRODUCTOS/SERVICIOS<br>FECHA PRESENTACION SOLICITUD.....: 23/11/2012 A LAS 10:25 EN ZARAGOZA<br>FECHA PRESENTACION SOLICITUD OTORGADA.: 23/11/2012<br>TIPO.....: DENOMINATIVA<br>DENOMINACION.....:<br>FRIXEN<br>SOLICITANTE/TITULAR...: EL ESQUEJE S. COOP.<br>DOMICILIO.....: UNIVERSIDAD 3 LOCAL BAR BIROSTA<br>LOCALIDAD.....: ZARAGOZA<br>PROVINCIA/COD.POSTAL...: 50001 ZARAGOZA<br>REPRESENTANTE.....: SIN REPRESENTANTE |
| ---- CLASES Y PRODUCTOS/SERVICIOS O ACTIVIDADES SOLICITADOS ----<br>32 AGUAS MINERALES Y GASEOSAS Y OTRAS BEBIDAS NO ALCOHOLICAS; BEBIDAS Y ZUMOS DE FRUTAS, SIROPES Y OTRAS PREPARACIONES PARA HACER BEBIDAS   |
| ---- CLASES Y PRODUCTOS/SERVICIOS O ACTIVIDADES CONCEDIDOS ----<br>* LOS SOLICITADOS  |
| ----- ACTOS DE TRAMITACION -----<br>05/12/2012 EFECTUADO TRAM. ART.18.4 LEY SIN DETECTAR ANTERIORIDADES RELEVANTES<br>12/12/2012 PUBLICACION DE SOLICITUD<br>13/03/2013 PUBLIC. CONCESION DE F. RESOL. 06/03/2013   |
|    |

Fuente:[http://www.oepm.es/es/signos\\_distintivos/resultados\\_expediente.html?mod=M&exp=3054384&bis=](http://www.oepm.es/es/signos_distintivos/resultados_expediente.html?mod=M&exp=3054384&bis=)

### Anexo III: listado clientes Frixen

| ZARAGOZA                                      |             |            |
|---|-------------|------------|
| NOMBRE  | ZONA        | NEGOCIO    |
| A Flama                                       | La Madalena |            |
| Alacena de Aragón                             | La Madalena | Tienda     |
| Bar Entalto                                   | La Madalena |            |
| Bar Gallizo                                   | La Madalena |            |
| Bar Gallo                                     | La Madalena |            |
| Bar La Vía Láctea (Barrio Verde)              | La Madalena | CSO        |
| Barrio sur                                    | La Madalena |            |
| Barrio Verde-Via                              | La Madalena | Asociación |
| Centro Social Librería La Pantera Rossa       | La Madalena | Tienda     |
| Concierto San Agustín                         | La Madalena | Barra      |
| Ecomonegros                                   | La Madalena | Tienda     |
| El arrebato 1                                 | La Madalena | CSO        |
| El arrebato 2                                 | La Madalena | CSO        |
| El Plato Reberde                              | La Madalena |            |
| El Refugio del Crápula                        | La Madalena |            |
| La ciclería                                   | La Madalena |            |
| La Ciclería                                   | La Madalena |            |
| La otra                                       | La Madalena |            |
| Modalena                                      | La Madalena |            |
| Sidrería Pottoka                              | La Madalena |            |
| Suralia                                       | La Madalena | Tienda     |
| Koralium                                      | San Miguel  | Tienda     |
| Momo  | Universidad |            |
| Restaurante Baobab                            | Universidad |            |
| Las Fuentes con Aragón                        | Las Fuentes |            |
| Borrajatela                                   | Gancho      | Asociación |
| Cabalá café                                   | Gancho      |            |
| Red Semillas Aragón                           | Gancho      |            |
| A.M.Z. Asociación de Malabaristas de Zaragoza | Arrabal     | Barra      |

| ZARAGOZA                      |            |            |
|-------------------------------|------------|------------|
| NOMBRE                        | ZONA       | NEGOCIO    |
| Ateneo Laico                  | Arrabal    |            |
| Estudios...                   | Arrabal    |            |
| La huertaZa 1                 | Arrabal    | Tienda     |
| La huertaZa 2                 | Arrabal    | Tienda     |
| Libroteca el Gato de Cheshire | Arrabal    |            |
| Mapiser                       | Picarral   |            |
| La Abacería bermejo           | Delicias   |            |
| La Despensa de Ganhesa        | Delicias   |            |
| La quinoa                     | Delicias   |            |
| Bio Bio                       | Casablanca |            |
| Asociación Vecinos Venecia    | Torrero    |            |
| Bodegas Lozano                | Torrero    | Tienda     |
| CSO Kike Mur 1                | Torrero    | CSO        |
| CSO Kike Mur 2                | Torrero    | CSO        |
| CSO Kike Mur 3                | Torrero    | CSO        |
| A Zesta Berda S.Coop.         | Online     |            |
| Alsocaire La Carmen           |            | Asociación |
| Hoguera San Juan              |            | Barra      |
| Radio Topo                    |            |            |
| Tiebel Cooperativa            |            |            |
| Towanda                       |            | Barra      |

| OTRAS CIUDADES                  |                      |                     |
|---------------------------------|----------------------|---------------------|
| NOMBRE                          | CIUDAD               | NEGOCIO             |
| FES+Chapeau                     | Calatayud            | Festival            |
| JM Tarazona                     | Tarazona             |                     |
| Sergio Sahun Tarazona           | Tarazona             |                     |
| Chorche Paniello                | Huesca               |                     |
| La Litera                       | Huesca               |                     |
| Asoc. Patata Rinconera          | Teruel               |                     |
| El Empeltre                     | Alcañiz              |                     |
| Rte. La mayata                  | Logroño              |                     |
| Essenci - Wine&Bar (1)          | Guipuzcua (Donostia) |                     |
| Essenci - Wine&Bar (2)          | Guipuzcua (Donostia) |                     |
| El mago                         | Euskadi              |                     |
| Gaztetxe abadiño (1)            | Vizcaya (bilbao)     |                     |
| Gaztetxe abadiño (2)            | Vizcaya              |                     |
| Kirikanausi (1)                 | Vizcaya (Bilbao)     |                     |
| Kirikanausi (2)                 | Vizcaya              |                     |
| Oiartzun                        | Guipuzcua (Irún)     |                     |
| Alter Mercat                    | Barcelona            |                     |
| El gato verde/A.C. Código Verde | Madrid               |                     |
| La oveja negra                  | Madrid               |                     |
| Madera de lupulo                | Madrid               | Distribuidor        |
| Somos alcala                    | Madrid               |                     |
| Nehuen Tasca Vegeta             | Valencia             |                     |
| Pastapalabra                    | Valencia             |                     |
| Rte. Verdeando                  | Alicante             |                     |
| La nevera                       | Castellón            | CSO                 |
| IDEAS                           | Córdoba              | Tienda-Distribuidor |

Fuente: Elaboración propia

## Anexo IV

CUADRO 9

Consumo per cápita de bebidas refrescantes según la tipología de hogar (litros)

|                            | CONSUMO MEDIO | TIPO DE HOGAR          |                           |                            |                        |                           |                        |           |
|----------------------------|---------------|------------------------|---------------------------|----------------------------|------------------------|---------------------------|------------------------|-----------|
|                            |               | JOVENES INDEPENDIENTES | PAREJAS JÓVENES SIN HIJOS | PAREJAS CON HIJOS PEQUEÑOS | HOGARES MONOPARENTALES | PAREJAS ADULTAS SIN HIJOS | ADULTOS INDEPENDIENTES | RETIRADOS |
| REFRESCOS Y GASEOSAS       | 46,7          | 64,6                   | 53,3                      | 39,3                       | 47,2                   | 49,9                      | 59,3                   | 39,1      |
| GASEOSAS                   | 4,0           | 2,2                    | 2,7                       | 1,6                        | 3,9                    | 6,5                       | 4,9                    | 6,1       |
| BEBIDAS REFRESCANTES       | 42,7          | 62,4                   | 50,6                      | 37,7                       | 43,4                   | 43,4                      | 54,4                   | 33,0      |
| NARANJA                    | 6,1           | 4,4                    | 5,8                       | 4,9                        | 6,8                    | 7,3                       | 5,3                    | 5,2       |
| LIMÓN                      | 2,9           | 3,9                    | 3,1                       | 2,2                        | 2,3                    | 3,4                       | 3,6                    | 3,3       |
| COLA                       | 22,1          | 38,7                   | 29,1                      | 20,0                       | 22,1                   | 22,3                      | 30,9                   | 15,5      |
| COLA NORMAL                | 11,7          | 13,7                   | 14,4                      | 10,4                       | 11,8                   | 11,4                      | 15,7                   | 7,6       |
| COLA LIGHT                 | 7,4           | 19,6                   | 11,6                      | 6,2                        | 7,2                    | 8,8                       | 10,7                   | 5,4       |
| COLA SIN CAFEÍNA           | 1,0           | 0,9                    | 0,5                       | 1,0                        | 1,6                    | 0,7                       | 1,8                    | 1,0       |
| COLA LIGHT SIN CAFEÍNA     | 2,0           | 4,4                    | 2,6                       | 2,4                        | 1,6                    | 1,4                       | 2,6                    | 1,4       |
| TONICA                     | 0,7           | 1,0                    | 0,9                       | 0,3                        | 0,8                    | 1,1                       | 1,3                    | 0,9       |
| REFRESCO TÉ/CAFÉ           | 1,5           | 2,6                    | 1,9                       | 1,1                        | 2,1                    | 1,6                       | 2,2                    | 1,4       |
| BEBIDAS ISOTÓNICAS         | 2,7           | 4,4                    | 3,9                       | 2,0                        | 2,5                    | 2,8                       | 4,2                    | 2,3       |
| OTRAS BEBIDAS REFRESCANTES | 6,7           | 7,4                    | 6,0                       | 7,1                        | 6,6                    | 4,9                       | 6,8                    | 4,4       |
| REFRESCOS ZUMO+LECHE       | 3,7           | 2,8                    | 2,6                       | 4,8                        | 3,8                    | 1,7                       | 2,3                    | 1,4       |

Fuente: Elaboración propia con datos del MAGRAMA (2014).

Fuente: ANFABRA con datos del MAGRAMA

## Anexo V: Elección de la distribución

Así pues, se van a señalar tres zonas y después se valorará su incidencia en los factores.

La primera opción de almacenamiento es en el barrio zaragozano de la Magdalena, donde se sitúan la mayor parte de los clientes potenciales, así como el bar restaurante Birosta. Se cree que puede ser una opción con potencial debido a su cercanía a los clientes.

La segunda opción de almacenamiento es en la zona de Madrid. Se deduce que situar el producto en Madrid reduciría los costes de transporte desde el actual almacén hasta nuestros clientes madrileños.

Y por último, la tercera opción de almacenamiento es en la zona zaragozana de Cogullada.

A continuación, se pasará a analizar los diversos factores que son relevantes en la toma de decisiones acerca de la localización del almacén.

El primer factor de relevancia es la proximidad al fabricante. Como se ha comentado, el producto lo elabora la Zaragozana, por lo que la cercanía del almacén a dicho fabricante es un factor clave en este análisis. Es clave ya que al reducir distancias se podrían reducir costes de transporte.

- En cuanto a ubicar el almacén en el polígono de Cogullada, se considera que está poco próximo al fabricante pues se distancian en 136km. Esto último significa que para el traslado desde la fábrica de la Zaragozana situada en Jaraba hasta el polígono de Cogullada, el transportista tardaría hora y media en llevar la Frixen hasta el almacén.
- En segundo lugar, situar el almacén en Madrid aumentaría la distancia con respecto a la fábrica, en total, el transportista debería recorrer 218 km. Lo que supondría unas dos horas y media de recorrido.
- Por último, situar el almacén en las proximidades del barrio de la Magdalena supondría una distancia de 135 km, lo que supondría una hora y media de recorrido.

En conclusión, se puede decir que ubicar el almacén en una zona cercana a Zaragoza reduciría costes de transporte en mayor medida que ubicarla en Madrid.

Otro factor clave a analizar es la proximidad a los clientes. Este factor es el más relevante de todos ya que, cuánto más cerca se situé el almacén de los clientes, menos costes de transporte tendrá que soportar la empresa y los clientes estarán más satisfechos con el servicio ofrecido por esta.

Para realizar un buen análisis sobre la proximidad de los clientes al almacén debemos conocer el porcentaje de ventas que se realiza a cada área.

Como se puede observar en el gráfico 3.4. Ventas en España, la mayor parte de la Frixen se vende en la provincia de Zaragoza, seguida por Madrid y Huesca.

- Situar el almacén en el polígono de Cogullada, podría ser una buena opción ya que la mayoría de los clientes se localizan en esa área.

- En segundo lugar, situar el almacén en el barrio de la Magdalena, sería una buena opción, ya que de la zona de Zaragoza, el porcentaje de clientes que consumen Frixen en esta zona es un 58.54% (gráfico 3.2. Ventas en Zaragoza) Una opción de distribución podría ser localizar el almacén en esa zona y que los clientes acudieran al almacén a recoger sus pedidos en lugar de transportarlos a sus locales. Aunque esta opción, solo sería útil para la zona de la Magdalena y deberíamos considerar el resto de barrios y provincias.

- Finalmente, localizar el almacén en Madrid no sería tan adecuado como situarlo en Zaragoza. El motivo de esto es que el número de consumidores del producto es más reducido en Madrid, como se observa en el gráfico 3.3. Ventas en España en concreto un 32,54%.

En conclusión, la mejor alternativa posible sería localizar el almacén en Zaragoza debido a la cercanía a los clientes que más facturación representan para la empresa.

El tercer factor clave es la accesibilidad de la instalación, es decir, cómo de fácil sea acceder al almacén. Esto último es otro factor de éxito ya que cuanto más sencillo sea acceder al almacén por carreteras o caminos, más rápida será la entrega a los clientes y, por lo tanto más satisfechos estarán con el producto.

- En primer lugar, la ubicación del almacén en el polígono de Cogullada, se considera adecuada ya que es un polígono accesible desde cualquier vía o carretera, además, al ser una zona poco transitada, el desplazamiento es más rápido que si se hiciese en el centro de una ciudad.

- En segundo lugar, para el estudio de situar el almacén en Madrid se deberían analizar dos opciones:

O bien, situarlo en un almacén cerca del centro de la ciudad, lo que supondría una peor accesibilidad y por lo tanto, un desplazamiento más lento hasta los clientes. O bien, hacerlo en un polígono de la ciudad, lo que supondría una mejor accesibilidad ya que los polígonos de la capital son fácilmente accesibles. Así pues, se va a presuponer que se localizará en un polígono pues es considerado la mejor alternativa de las dos.

- Por último, situar el almacén en las proximidades del barrio de la Magdalena supondría una peor accesibilidad ya que la mayor parte del barrio es zona peatonal, lo que generaría un retraso en el desplazamiento.

En conclusión, se puede decir que la mejor alternativa sería localizar el almacén en el polígono de Cogullada o en un polígono en Madrid.

Otro factor clave del estudio, es el coste del local. Es un factor clave ya que cuanto más económico sea el local para el proyecto, más inversiones se podrán realizar en otras áreas del negocio

- Para saber si ubicar el almacén en el polígono de Cogullada es rentable se ha consultado en diversas páginas web para estimar el precio. En el caso del polígono, los almacenes de 500 metros cuadrados rondan los 750 euros. Este precio es algo elevado en comparación a lo que se paga por el almacén actual pero está previsto que Frixen se expanda y necesite mayor capacidad de almacén que la actual. Por lo que se considera que es un precio competitivo.
- En segundo lugar, situar el almacén en Madrid supondría un precio similar al de situarlo en el polígono de Zaragoza. Sin embargo, estos 750 euros suponen 180 metros cuadrados de local. Por lo que se concluye que no es nada rentable en comparación al de Zaragoza.
- Por último, situar el almacén en las proximidades del barrio de la Magdalena supondría un coste de 1500 euros. Esta cantidad última es lo que costaría un almacén de 200 metros cuadrados, por lo que se concluye que la relación metros cuadrados-precio no es la más acertada.

En conclusión, se puede asumir que ubicar el almacén en el polígono de Cogullada es la opción más rentable y por lo tanto, la mejor de las tres alternativas.

Por último, los servicios adicionales serán otro factor de éxito. Servicios adicionales, se consideran a los servicios como la descarga del camión del producto o la seguridad para el control de la mercancía entre otras.

- En cuanto a ubicar el almacén en el polígono de Cogullada, se considera que puede ser una buena opción puesto que al ser una zona de almacenes, te ofrece la posibilidad de acceder a servicios adicionales como una buena vigilancia.
- En segundo lugar, situar el almacén en un polígono de Madrid, también es considerado como una buena alternativa ya que te permite obtener servicios adicionales, de la misma manera que en el zaragozano de la Cogullada.



- Finalmente, situar el almacén en las proximidades del barrio de la Magdalena no se considera buena opción puesto que no hay posibilidad de acceder a servicios adicionales. Esto supondría un aspecto negativo puesto que el almacén estaría expuesto a robos por la falta de vigilancia en la zona.

En conclusión, se puede decir que la opción más factible y positiva sería ubicar el almacén en una zona de polígono pues estos ofrecen mayores servicios adicionales.

A continuación, se muestra un cuadro que resume los factores relacionados con cada área.

Método de calificaciones ponderadas

| FACTOR CRÍTICO DE EXITO                        | PESO | CALIFICACIONES |        |           | CALIFICACIONES PONDERADAS |        |           |
|--|------|----------------|--------|-----------|---------------------------|--------|-----------|
|  |      | COGULLADA      | MADRID | MAGDALENA | COGULLADA                 | MADRID | MAGDALENA |
| Proximidad al fabricante                       | 0,1  | 4              | 2      | 4         | 0,4                       | 0,2    | 0,4       |
| Proximidad al cliente                          | 0,3  | 4              | 2      | 5         | 1,2                       | 0,6    | 1,5       |
| Accesibilidad de la instalación/comunicaciones | 0,2  | 4              | 5      | 1         | 0,8                       | 1      | 0,2       |
| Coste del local                                | 0,3  | 5              | 2      | 1         | 1,5                       | 0,6    | 0,3       |
| Otros servicios adicionales                    | 0,1  | 5              | 5      | 1         | 0,5                       | 0,5    | 0,1       |
| TOTAL  | 1    |                |        |           | 4,4                       | 2,9    | 2,5       |

*Fuente: elaboración propia (2016)*