



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL GRADO ACADÉMICO DE INGENIERA EN
CONTABILIDAD Y AUDITORÍA CPA**

TEMA:

**“VALORACIÓN DE LA FRANQUICIA TOTTO AMBATO Y EL
RETORNO DE INVERSIÓN”**

AUTORA: Sandra Isabel Naranjo Alomaliza

TUTOR: Dr. Remigio Medina

Ambato – Ecuador 2015

A P R O B A C I Ó N D E L T U T O R

Yo Dr. Remigio Medina Guerra, en mi calidad de tutor del trabajo de graduación con el tema: **“VALORACIÓN DE LA FRANQUICIA TOTTO AMBATO Y EL RETORNO DE INVERSIÓN”**, desarrollado por Sandra Isabel Naranjo Alomaliza, egresada de la carrera de Contabilidad y Auditoría, considero que dicho trabajo de investigación reúne los requisitos tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el reglamento de graduación de pregrado, modalidad independiente y en el normativo para la presentación de trabajos de graduación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría.

Por lo tanto, autorizo la presentación del mismo ante el organismo pertinente, para que sea sometido a la evaluación.

Ambato, 15 de Enero de 2015

TUTOR DE LA TESIS DE GRADO



Dr. Remigio Medina Guerra

C.I 1801391606

AUDITORÍA DE TESIS

Yo, Sandra Isabel Naranjo Alomaliza, con C.I. 1804489837, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el trabajo de **“VALORACIÓN DE LA FRANQUICIA TOTTO AMBATO Y EL RETORNO DE INVERSIÓN”** como también los contenidos presentados, las ideas, análisis, síntesis son de exclusiva responsabilidad de mi persona en calidad de autora de este trabajo investigativo.

Ambato, 15 de Enero de 2015

AUTORA



.....
Sandra Isabel Naranjo Alomaliza
CI: 1804489837

A P R O B A C I Ó N D E L O S M I E M B O S D E L T R I B U N A L D E G R A D O

El tribunal de grado, aprueba el trabajo de graduación con el tema:
"VALORACIÓN DE LA FRANQUICIA TOTTO AMBATO Y EL
RETORNO DE INVERSIÓN" elaborado por Sandra Isabel Naranjo
Alomaliza, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones
reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la
Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, 21 de Febrero del 2015

Por constancia firman:


.....
Econ. Daniel Izquierdo
PROFESOR CALIFICADOR


.....
Dra. Pilar Guevara
PROFESOR CALIFICADOR


.....
Econ. Diego Proaño
PRESIDENTE TRIBUNAL

DEDICATORIA

Dedico este trabajo a Dios, por darme la inteligencia y la sabiduría, por haber iluminado y guiado mi camino para culminar con éxito mis estudios.

A mis padres quienes han sido mi pilar fundamental que en todo momento me apoyaron incondicionalmente y han estado a mi lado brindándome su amor, comprensión y paciencia durante todo este tiempo, por formarme con valores y principios y ser la mujer valiente y luchadora.

A toda mi familia, hermanos y a mis amigos por todos sus consejos, por enseñarme a vencer los obstáculos y seguir adelante, por el apoyo brindado en todo momento de mi vida.

Sandra Naranjo

A G R A D E C I M I E N T O

Agradezco a Dios por haberme dado la vida, por darme la fuerza para cumplir con firmeza mis metas y objetivos trazados.

Mi más sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, en especial a mi querida Facultad de Contabilidad y Auditoría, autoridades, profesores, personal docente y administrativo y a todas aquellas personas que han contribuido en mi formación como profesional, impartíendome todos sus conocimientos académicos, personales y profesional para alcanzar y cumplir mis metas.

A mi Director de Tesis, Dr. Remigio Medina, por brindarme su apoyo incondicional, impartirme sus conocimientos y por la confianza depositada para la culminar con éxito este trabajo de investigación.

Sandra Naranjo

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

Contenido	
Pág.	
Página de Título o Portada	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUDITORÍA DE TESIS	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xix
ÍNDICE DE FIGURAS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
GLOSARIO DE TÉRMINOS	xxiii
RESUMEN EJECUTIVO	xxv
RESUMEN EJECUTIVO	xxv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Tema	3
1.2 Planteamiento del Problema	3
1.2.1 Contextualización	3
1.2.1.1. Contexto Macro	3

1.2.1.2	Contextualización Meso	5
1.2.1.3	Contextualización Micro	7
1.2.2	Análisis crítico del problema	9
1.2.2.1	Árbol de problemas	9
1.2.2.1	Relación causa-efecto	10
1.2.3	Prognosis	11
1.2.4	Formulación del problema	12
1.2.5	Preguntas Directrices	12
1.2.6	Delimitación del Problema	12
1.3.	JUSTIFICACIÓN	13
1.1.	OBJETIVOS	14
1.1.1.	Objetivo General	14
1.1.2.	Objetivos Específicos	14
CAPÍTULO II		15
MARCO TEÓRICO		15
2.1.	ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
2.2.	FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	16
2.3.	FUNDAMENTACIÓN LEGAL	18
2.4.	CATEGORIAS FUNDAMENTALES	24
2.4.1.	Superordinación Conceptual	24
2.4.2.	Subordinación Conceptual.....	25
2.4.2.1	Variable Independiente: Valoración de la Franquicia	25
2.4.2.2.	Variable Dependiente: Retorno de inversión	26
2.4.2.1.	Marco Conceptual de la Variable Dependiente:	
Valoración de la Franquicia		27

2.4.2.1.1	Balance General	27
2.4.2.1.2	Activo	29
2.4.2.1.3	Activo Intangible.....	30
2.4.2.1.4	Valoración de la Franquicia	31
2.4.2.2.	Marco Conceptual de la Variable Independiente: Retorno de Inversión.....	35
2.4.2.2.1.	Análisis Financieros	35
2.4.2.2.2.	Indicadores Financieros	37
2.4.2.2.3.	Indicadores de Rentabilidad	39
2.4.2.2.4.	Centro de inversión	40
2.4.2.2.4.1	Retorno de inversión (ROI)	41
2.5.	HIPÓTESIS	47
2.6.	SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	47
2.6.1.	Variable Independiente:	47
2.6.2.	Variable Dependiente:.....	47
2.6.3.	Unidad de Observación	47
CAPÍTULO III		48
METODOLOGÍA		48
3.1	ENFOQUE	48
3.2.1	Investigación Observacional.....	49
3.2.2	Investigación Analítica	49
3.2.3	Investigación Transversal.....	50
3.3	NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	50
3.3.1	Investigación Descriptiva	50
3.3.2	Investigación Explicativa	51

3.3.3 Investigación Relacional.....	51
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	52
3.4.1 Población	52
3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	54
3.5.2. Variable Independiente: Retorno de Inversión.....	56
3.5.2. Variable Independiente: Retorno de Inversión.....	57
3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	57
3.6.1. Plan para la Recolección de Información	57
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	60
3.7.1. Plan de procesamiento de información.....	60
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados	61
CAPITULO IV	63
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	63
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	63
4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS	64
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	74
CAPÍTULO V	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
5.1 CONCLUSIONES	79
5.2 RECOMENDACIONES	80
CAPÍTULO VI.....	81
PROPUESTA	81
6.1 Datos Informativos	81
6.2 Antecedentes de la Propuesta	83
6.3 Justificación	84

6.4	O b j e t i v o s	86
6.4.1	O b j e t i v o G e n e r a l	86
6.4.2	O b j e t i v o s E s p e c í f i c o s	86
6.5	. A n á l i s i s d e F a c t i b i l i d a d	86
6.5.1	S o c i o C u l t u r a l	87
6.5.2	O r g a n i z a c i o n a l	88
6.5.3	E c o n ó m i c o – F i n a n c i e r o	88
6.5.4	L e g a l	88
6.6	F u n d a m e n t a c i ó n C i e n t í f i c o – T é c n i c o	89
6.6.1	E S T A D O S F I N A N C I E R O S	89
6.6.1.1	B a l a n c e g e n e r a l	92
6.6.1.2	E s t a d o s d e P é r d i d a s y G a n a n c i a s	92
6.6.1.3	E s t a d o d e f l u j o d e e f e c t i v o	93
6.6.2	I N D I C A D O R E S F I N A N C I E R O S	94
6.6.2.1	I n d i c a d o r e s d e L i q u i d e z	95
6.6.2.1.1	I n d i c a d o r e s C o r r i e n t e	95
6.6.2.1.2	P r u e b a A c i d a	95
6.6.2.2	I n d i c a d o r e s d e S o l v e n c i a	96
6.6.2.2.1	E n d e u d a m i e n t o d e l A c t i v o	96
6.6.2.2.2	E n d e u d a m i e n t o p a t r i m o n i a l	96
6.6.2.2.3	E n d e u d a m i e n t o d e l A c t i v o F i j o	97
6.6.2.2.4	A p a l a n c a m i e n t o	97
6.6.2.2.5	A p a l a n c a m i e n t o F i n a n c i e r o	97
6.6.2.3	I n d i c a d o r e s d e G e s t i ó n	98
6.6.2.3.1	R o t a c i ó n d e C a r t e r a	98

6.6.2.3.2 Rotación de Activo Fijo	99
6.6.2.3.3 Rotación de Ventas	99
6.6.2.3.4 Periodo Medio de Cobranza	99
6.6.2.3.5 Periodo Medio de Pago	100
6.6.2.3.6 Impacto de los Gastos de Administración y Ventas	100
6.6.2.3.7 Impacto de la Carga Financiera	100
6.6.2.4 Indicadores de Rentabilidad	101
6.6.2.4.1 Rentabilidad del Activo	101
6.6.2.4.2 Margen Bruto	101
6.6.2.4.2 Margen Operacional	102
6.6.2.4.2 Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	102
6.6.2.4.5 Rentabilidad Operacional del Patrimonio	102
6.6.2.4.6 Rentabilidad Financiera	103
6.6.3 Costo de Ventas	103
6.7 Modelo Operativo o Metodológico	106
6.7.1 FASE I: Análisis de Costos y Gastos	107
6.7.1.2 FASE II: Indicadores Financieros	112
6.7.1.2.1 Selección y Cálculo de Indicadores Financieros	116
6.7.1.3 FASE III: Costo de Ventas	122
6.7.1.4 FASE IV: Matriz de Plan de Acción	126
6.7.7. Cronograma y Presupuesto	127
6.8 Administración de la Propuesta	128
6.9 Previsión de la Evaluación	129
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	130
ANEXO No 1	138

ANEXO No 2	141
Página de Título o Portada	i
APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUDITORÍA DE TESIS	iii
APROBACIÓN DE LOS MIEMBROS DEL TRIBUNAL DE GRADO	iv
DEDICATORIA	v
AGRADECIMIENTO	vi
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS	vii
ÍNDICE DE TABLAS	xix
ÍNDICE DE FIGURAS	xx
ÍNDICE DE GRÁFICOS	xxi
ÍNDICE DE CUADROS	xxii
GLOSARIO DE TÉRMINOS	xxiii
RESUMEN EJECUTIVO	xxv
RESUMEN EJECUTIVO	xxv
INTRODUCCIÓN	1
CAPITULO I	3
EL PROBLEMA	3
1.1 Tema	3
1.2 Planteamiento del Problema	3
1.2.1 Contextualización	3
1.2.1.1. Contexto Macro	3
1.2.1.2 Contextualización Meso	5
1.2.1.3 Contextualización Micro	7
1.2.2 Análisis crítico del problema	9

1.2.2.1. Árbol de problemas	9
1.2.2.1. Relación causa-efecto	10
1.2.3. Prognosis	11
1.2.4. Formulación del problema	12
1.2.5. Preguntas Directrices	12
1.2.6. Delimitación del Problema	12
1.3. JUSTIFICACIÓN	13
1.1. OBJETIVOS	14
1.1.1. Objetivo General	14
1.1.2. Objetivos Específicos	14
CAPÍTULO II	15
MARCO TEÓRICO	15
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS	15
2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA	16
2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL	18
2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES	24
2.4.1. Superordinación Conceptual	24
2.4.2. Subordinación Conceptual.....	25
2.4.2.1 Variable Independiente: Valoración de la Franquicia	25
2.4.2.2. Variable Dependiente: Retorno de inversión	26
2.4.2.1. Marco Conceptual de la Variable Dependiente:	
Valoración de la Franquicia	27
2.4.2.1.1 Balance General	27
2.4.2.1.2 Activo	29
2.4.2.1.3 Activo Intangible.....	30

2.4.2.1.4 Valoración de la Franquicia	31
2.4.2.2. Marco Conceptual de la Variable Independiente: Retorno de Inversión.....	35
2.4.2.2.1. Análisis Financieros	35
2.4.2.2.2. Indicadores Financieros	37
2.4.2.2.3. Indicadores de Rentabilidad	39
2.4.2.2.4. Centro de inversión	40
2.4.2.2.4.1 Retorno de inversión (ROI)	41
2.5. HIPÓTESIS	47
2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES	47
2.6.1. Variable Independiente:	47
2.6.2. Variable Dependiente:	47
2.6.3. Unidad de Observación	47
CAPÍTULO III	48
METODOLOGÍA	48
3.1 ENFOQUE	48
3.2.1 Investigación Observacional.....	49
3.2.2 Investigación Analítica	49
3.2.3 Investigación Transversal.....	50
3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN	50
3.3.1 Investigación Descriptiva	50
3.3.2 Investigación Explicativa	51
3.3.3 Investigación Relacional.....	51
3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA	52
3.4.1 Población	52

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES	54
3.5.2. Variable Independiente: Retorno de Inversión.	56
3.5.2. Variable Independiente: Retorno de Inversión.	57
3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	57
3.6.1. Plan para la Recolección de Información	57
3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS	60
3.7.1. Plan de procesamiento de información	60
3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados	61
CAPITULO IV	63
PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS	63
4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS	63
4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS	64
4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS	74
CAPÍTULO V	79
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	79
5.1 CONCLUSIONES	79
5.2 RECOMENDACIONES	80
CAPÍTULO VI	81
PROPUESTA	81
6.1 Datos Informativos	81
6.2 Antecedentes de la Propuesta	83
6.3 Justificación	84
6.4 Objetivos	86
6.4.1 Objetivo General	86
6.4.2 Objetivos Específicos	86

6.5	. Análisis de Factibilidad	86
6.5.1	Socio Cultural	87
6.5.2	Organizacional	88
6.5.3	Económico – Financiero	88
6.5.4	Legal	88
6.6	Fundamentación Científico – Técnico	89
6.6.1	ESTADOS FINANCIEROS	89
6.6.1.1	Balance general	92
6.6.1.2	Estados de Pérdidas y Ganancias	92
6.6.1.3	Estado de flujo de efectivo	93
6.6.2	INDICADORES FINANCIEROS	94
6.6.2.1	Indicadores de Liquidez	95
6.6.2.1.1	Indicadores Corriente	95
6.6.2.1.2	Prueba Acida	95
6.6.2.2	Indicadores de Solvencia	96
6.6.2.2.1	Endeudamiento del Activo	96
6.6.2.2.2	Endeudamiento patrimonial	96
6.6.2.2.3	Endeudamiento del Activo Fijo	97
6.6.2.2.4	Apalancamiento	97
6.6.2.2.5	Apalancamiento Financiero	97
6.6.2.3	Indicadores de Gestión	98
6.6.2.3.1	Rotación de Cartera	98
6.6.2.3.2	Rotación de Activo Fijo	99
6.6.2.3.3	Rotación de Ventas	99
6.6.2.3.4	Periodo Medio de Cobranza	99

6.6.2.3.5	Periodo Medio de Pago	100
6.6.2.3.6	Impacto de los Gastos de Administración y Ventas	100
6.6.2.3.7	Impacto de la Carga Financiera	100
6.6.2.4	Indicadores de Rentabilidad	101
6.6.2.4.1	Rentabilidad del Activo	101
6.6.2.4.2	Margen Bruto	101
6.6.2.4.2	Margen Operacional	102
6.6.2.4.2	Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)	102
6.6.2.4.5	Rentabilidad Operacional del Patrimonio	102
6.6.2.4.6	Rentabilidad Financiera	103
6.6.3	Costo de Ventas	103
6.7	Modelo Operativo o Metodológico	106
6.7.1	FASE I: Análisis de Costos y Gastos	107
6.7.1.2	FASE II: Indicadores Financieros	112
6.7.1.2.1	Selección y Cálculo de Indicadores Financieros	116
6.7.1.3	FASE III: Costo de Ventas	122
6.7.1.4	FASE IV: Matriz de Plan de Acción	126
6.7.7.	Cronograma y Presupuesto	127
6.8	Administración de la Propuesta	128
6.9	Previsión de la Evaluación	129
	REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS	130
	ANEXO No 1	138
	ANEXO No 2	141

ÍNDICE DE TABLAS

Contenido	Pág.
Tabla 1: Matriz de la Población	53
Tabla 2: Cuantificación de Datos	60
Tabla 3: Negocio Independiente	64
Tabla 4: Franquicia	65
Tabla 5: Valoración de la Franquicia	66
Tabla 6: Flujos de Efectivo	67
Tabla 7: Importancia de la Franquicia	68
Tabla 8: Rendimiento y Riesgo	69
Tabla 9: Retorno de la Inversión	70
Tabla 10: Análisis Financiero	71
Tabla 11: Operaciones Transaccionales	72
Tabla 12: Indicadores Financieros	73
Tabla 13: Frecuencia Observada	76
Tabla 14: Frecuencia Esperada	77
Tabla 15: Cálculo del Chi Cuadrado	77
Tabla 16: Recursos Materiales	82
Tabla 17: Análisis de Costos y Gastos	107
Tabla 18: Costo de Ventas Año 2012	123
Tabla 19: Costo de Ventas Año 2013	124
Tabla 20: Costo de Ventas Año 2014	125

ÍNDICE DE FIGURAS

Contenido	Pág.
Figura 1: Árbol de Problemas	9
Figura 2: Red de Inclusiones Conceptuales	24
Figura 3: Constelación de ideas de la Variable Independiente	25
Figura 4: Constelación de ideas de la Variable Dependiente	26

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Contenido	Pág.
Gráfico 1: Representación Gráfica.....	61
Gráfico 2: Negocio Independiente	64
Gráfico 3: Franquicia	65
Gráfico 4: Valoración de la Franquicia	66
Gráfico 5: Flujos de Efectivo	67
Gráfico 6: Importancia de la Franquicia.....	68
Gráfico 7: Rendimiento y Riesgo	69
Gráfico 8: Retorno de la Inversión	70
Gráfico 9: Análisis Financiero	71
Gráfico 10: Operaciones Transaccionales	72
Gráfico 11: Indicadores Financieros	73

ÍNDICE DE CUADROS

Contenido	Pág.
Cuadro 1: Operacionalización de Variable Independiente	55
Cuadro 2: Operacionalización de Variable Dependiente	56
Cuadro 3: Procedimiento de recolección de Información	58
Cuadro 4: Procedimientos para la recolección de Información	59
Cuadro 5: Marco Operativo	106
Cuadro 6: Registro de Estados Financieros	110
Cuadro 7: Pago de Regalías	110
Cuadro 8: Costo de la Franquicia	111
Cuadro 9: Recuperación de Inversión	111
Cuadro 10: Plan de Acción	126
Cuadro 11: Cronograma y Presupuesto	127
Cuadro 12: Administración de la Propuesta	128
Cuadro 13: Previsión de la Evaluación	129

G L O S A R I O D E T É R M I N O S

(Hernández, Vargas, & Estrada, 2000).

Franquicia.- Formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios, en la cual una persona -natural o jurídica- concede a otra por un tiempo determinado el derecho de usar una marca o nombre comercial. Este proceso también incluye la transmisión de los conocimientos técnicos necesarios que permitan comercializar, de forma uniforme, determinados bienes y servicios con métodos comerciales y administrativos probados en diferentes mercados.

Franquiciante.- Es el titular de una marca o propiedad industrial, así como del conocimiento particular ("know how") que tiene que ver con la fabricación, distribución, comercialización y prestación de ciertos servicios y productos.

Franquiciado.- Persona a la cual le es concedido por un tiempo determinado el uso de una marca comercial debidamente registrada, así como del "know how" para comercializar determinados bienes y servicios.

Fee inicial.- Es el costo que un franquiciado cancela al franquiciante por utilizar una marca debidamente registrada. No incluye ni el costo del local ni de los equipos o mobiliario de trabajo.

Regalías.- Tasa que debe pagar mensual o anualmente el franquiciado por el uso de la marca que le fue otorgada. Generalmente representa un porcentaje que se calcula en base al total de ingresos por local franquiciado depende de la política de la empresa, puede ser entre el 1 y 20% , algunas marcas lo exoneran.

Fondo de publicidad.- Tasa mensual que cobran algunas franquicias para destinarlo a un fondo único de mercadeo y promoción de la marca y sus productos. Se reparte entre todos los franquiciados. Usualmente es menos del 3% de las ventas.

Franquicia chatarra.- Es aquella franquicia que entra en un mercado sin poseer los conocimientos técnicos ni el apoyo suficiente para garantizar el éxito de sus franquiciados, los cuales, en la mayoría de los casos, terminan perdiendo su inversión.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo de investigación, tuvo como propósito determinar la valoración de la Franquicia los problemas económicos a los que se enfrenta el empresario al momento de invertir, consiste en asegurar los recursos monetarios que le son indispensables para el funcionamiento de la franquicia, mediante el manejo eficiente y eficaz de los recursos financieros para la toma de decisiones futuras. El retorno de inversión mide el rendimiento de una inversión, para evaluar que tan rentable va a ser el gasto que estamos haciendo o planeamos realizar es decir brinda objetividad al momento de tomar la decisión de aceptar y rechazar la inversión y conocer la utilidad neta obtenida, El cálculo de los indicadores financieros y el análisis del costo de ventas para orientar la evaluación de la situación actual y la forma de administración de la franquicia, Optimizando de una mejor manera la gestión de recursos financieros brindando producto y servicios de mayor calidad y satisfaciendo las necesidades del cliente teniendo más demanda en el mercado y una mayor rentabilidad para los dueños de las tiendas comerciales.

DESCRIPTORES:

Valoración de la Franquicia, Retorno de Inversión, Indicadores Financieros, Estados Financieros, Recuperación de la Inversión, Costo de Ventas.

INTRODUCCIÓN

El presente proyecto de investigación, se realizó a partir del diagnóstico de la situación en la que se encuentra actualmente la empresa, se desarrolló en seis capítulos distribuidos de la siguiente manera:

Capítulo 1.- Se orienta en el problema de investigación que es la parte modular, en la contextualización se analiza las variables de manera macro, meso y micro; posteriormente mediante la elaboración de un árbol de problemas se consideran las causas y efectos que han provocado la situación actual, que nos ayuda a identificar los puntos críticos del trabajo de investigación, se procede con la prognosis, la misma que responde a la interrogante que sucederá si no se resuelve el problema, finalmente se justifica el impacto de la investigación y se definen el objetivo general como los específicos .

Capítulo 2.- En este capítulo se desarrolla el marco teórico, el cual hace referencia a los antecedentes de investigaciones. Se debe determinar la fundamentación filosófica que manifiesta el motivo por el que se llevó a cabo la investigación y la fundamentación legal que es el soporte y sustento de la realización del proyecto, también se establece la categorización de las variables motivo de estudio, se plantea la hipótesis y se realiza el señalamiento de variables independiente y dependiente.

Capítulo 3.- Se desarrolla las modalidades y tipos de investigación aplicables al proyecto, se determinan como se llevara a cabo la investigación de campo, los instrumentos y técnicas a utilizar para la recopilación de información para el posterior análisis de los resultados obtenidos, permite establecer la población y muestra, como también se determina la operacionalización de las variables.

Capítulo 4.- En este capítulo se presentan el análisis e interpretación de los resultados obtenidos de las técnicas e instrumentos de investigación,

estos datos se representan en forma cuantitativa, también se realizó un análisis de los estados financieros para determinar las actividades que realiza la empresa y cuales los recursos financieros con los que cuenta actualmente, que es una herramienta clave para la verificación de la hipótesis mediante la aplicación de la prueba del Chi Cuadrado.

Capítulo 5.- Mediante las interpretaciones de los resultados obtenidos de la encuesta se realizó las conclusiones y las recomendaciones como posibles soluciones.

Capítulo 6.- En este capítulo se plantea la propuesta que es el cálculo de los indicadores financieros y el análisis del costo de ventas; esto contribuirá para determinar la valoración de la franquicia TOTTO y el retorno de inversión, establecer el monto invertido en las tiendas comerciales. Optimizando de una mejor manera los recursos materiales, humanos y económicos, utilizándolos de manera eficiente y eficaz ayudara a tener una mayor rentabilidad y a la toma de decisión oportuna.

CAPITULO I

EL PROBLEMA

1.1 Tema

“Valoración de la Franquicia TOTTO Ambato y el Retorno de Inversión”

1.2 Planteamiento del Problema

1.2.1 Contextualización

1.2.1.1. Contexto Macro

“Los antecedentes más remotos que tiene la franquicia se detecta durante la Edad Media, ya que era un acostumbre habitual, por parte de los gobiernos locales, ofrecer a personas de alto nivel, una licencia que consistía el derecho de mantener un orden civil, determinar y recaudar impuestos públicos, así como instaurar otros gravámenes especiales” (Alba, 2005:1).

(Hernández, 2000) consideran que:

Su origen se remonta en épocas medievales en las que la Iglesia Católica otorgaba franquicias a oficiales que fungían como recolectores de impuestos, los cuales se quedaban con un porcentaje de los mismos y entregaban el resto al Papa. En el siglo XVIII los nobles ingleses otorgaban franquicias similares a cambio de pagos o responsabilidades específicas.

Se creó un sistema de consumimos que dio pie a la compra generalizada de todo tipo de bienes, entre las que figuró los automóviles. Al incrementar el número de autos, se hizo evidente la necesidad de una mejor infraestructura de carreteras, estacionamientos, esto impulsó la creación de centros comerciales, esto generó una férrea competencia con las tiendas, hoteles restaurantes y negocios tradicionales o familiares ubicados en los centros de las poblaciones y ciudades. Debido a esto se

presentaron las franquicias como el medio ideal para distribuir cientos de nuevos productos que satisfacían las nuevas condiciones de negocios, así como la voraz demanda de los consumidores norteamericanos, en este sistema, además resolvían los problemas de falta de capital en las empresas, de controles administrativos y de control de calidad de sus productos y servicios, asegurándose así que todo se producía de acuerdo a sus requerimientos.

Según Rojas (2003:332) señala que:

En el entorno la franquicia se presenta una prioridad para afrontar el crecimiento de los mercados, puesto que se le reconoce el valor preferente para la fijación y firmeza de proyectos empresariales, sobre todo en el sector servicios. La franquicia presenta la mayor aceptación para ganar nuevos mercados.

Hoy los mercados nacionales sufren ralentización económica, por la disminución de velocidad en la maquinaria en procesos de actividad. La Asociación Española de franquiciadores (AEF) expresa que el asentamiento de la franquicia en los mercados internacionales es lógico y predecible. El país líder en el mercado es EEUU, el segundo es Brasil, Alemania y Francia son los líderes en la Unión Europea.

En España las actividades por franquicia está repartida de la siguiente manera: el sector servicio alcanza el 41%, la hotelería el 10%, el comercio el 36% y el sector industrial el 13% en el año 2000.

La internacionalización de las franquicias aporta grandes riesgos en lo que hace referencia a las pequeñas y medianas empresas, puesto que se debe estudiar en profundidad el mercado objetivo, así como las leyes entre países y la posesión de los beneficios adoptados a la diferenciación existente en cada país de establecimiento local.

“En sus inicios el Retorno Inversión (ROI) era un ratio que se utilizaba para evaluar inversiones económicas, negocios, compra de acciones. En la actualidad es indispensable a la hora de plantearse cualquier inversión y se aplica para medir la rentabilidad de todas las inversiones: tanto para las actividad relacionadas con explotación de la empresa, como también aquellas que puedan impactar en mayor o menor medida en el negocio” (Medina, 2011:339).

(Guerra, 2007), establece que:

“En 1997 Phillips popularizó que la metodología ROI, mide el retorno de la inversión de programas y soluciones, particularmente aquellas relacionadas con el entrenamiento y desempeño humano; mide los beneficios monetarios y el desarrollo de programas contra sus costos.

Para que el ROI sea beneficioso, se debe balancear factibilidad, simpleza, creatividad y solidez. Además se debe tomar en cuenta las barreras que pueden presentar como: costo y tiempo; falta de habilidad, detección de necesidades defectuosas, temor de invertir, falta de planificación y suposiciones falsas”.

1.2.1.2 Contextualización Meso

“Las empresas maximizan el valor de los accionistas a través de la mejor combinación de las decisiones de inversión, financiamiento y dividendos. Las decisiones de inversión se refieren a la colocación de capital en proyectos de inversión viables con expectativas de retornos futuros. Un retorno de inversión se define como la unidad básica de planeación que se conforma por una serie de actividades entrelazadas, que suceden y complementan en la toma de decisiones referente a la inversión de la empresa. Las ventas de la franquicia son proyectos de inversión, este tipo de inversión busca hacer crecer en una misma rama de negocios” (Alba, 2005:65).

(O. E. Gaitán, 2006) señala que:

“Las empresas diariamente tienen problemas de distinta índole, debido a su poca liquidez por la congelación de recursos en activos fijos, por disminución de ventas o de prestación de servicios por efectos de saturación del mercado, contrabando, competencia desleal o agresiva u

otros factores, por inadecuado manejo de endeudamiento o abuso del mismo sin causas reales justificadas, apoyo de sus dueños sin compensación razonable en el retorno de su inversión, por disminución de utilidades o por poco interés del dueño en capitalizarlas; costos inmanejables que pueden llevar a la recesión de operaciones o la liquidación de la misma, y otros factores internos y externos negativos que la afectan”.

La Revista Ekos (2013) menciona que:

En Ecuador existen negocios provenientes de otros países como Estados Unidos, Venezuela, Colombia y México, principalmente. De todas maneras, el país de origen con el mayor número de franquicias presentes en Ecuador es de EE UU, que de acuerdo a las estimaciones representa un 50% del total de franquicias, según la Asociación Ecuatoriana de Franquicias (Aefran).

Guido Santillán, Gerente General de Ecuafanquicias, apunta que la historia en Ecuador sobre las franquicias tiene dos etapas. La primera con la llegada de las franquicias extranjeras; Martinizing, en 1967. Posteriormente ingresaron otras marcas como Kentucky Fried Chicken (KFC) en 1975; Pizza Hut, en 1982; Burger King, en 1986; y, McDonald's en 1997.

La segunda etapa empieza en 1997 con el desarrollo de las franquicias nacionales, de las cuales se estima que al momento existen cerca de 35. Entre ellas destacan Cassave, Disensa, Farmacias Cruz Azul, Los Cebiches de la Rumiñahui, Pañaleras Pototín, Restaurante Pims y Yogurt Persa. Así mismo el 83% de las marcas franquiciadas que existen en Ecuador son internacionales.

Uno de los factores para entender el crecimiento de las franquicias en Ecuador se evidencia, de acuerdo con el mismo estudio, a partir del año 2000, cuando el país se dolarizó, lo que proporcionó seguridad al inversionista sobre el sistema financiero a través del tipo de cambio.

El sector más comercializado es el de servicios (comunicación, hotel, capacitación), con una participación de alrededor del 37% sobre el total de franquicias; seguido por el 36% en el sector de alimentos (restaurant, bar), y el 27% sector rentail (moda, confección y lavandería).

1.2.1.3 Contextualización Micro

Yonatan Bursztyn empezó sus actividades en un pequeño taller de manufacturas de cuero, ubicado en una bodega muy antigua de Bogotá, empezó hace 24 años una compañía que hoy es una de las más reconocidas en Colombia y América Latina TOTTO. Esta empresa ofrece la más sofisticada tecnología en ropa, morrales, mochilas, bolsos, maletines y accesorios.

Nalsani S.A es la empresa que nace en el año 1987. En 1988 diseña sus primeros maletines en lana, productos que lanza bajo la marca TOTTO, con mucho éxito durante la feria internacional de Bogotá. Aprovechando la capacidad exportadora de la compañía, Nalsani S.A. envía su primera colección a Estados Unidos, Japón, Hong Kong, Inglaterra, Australia, Canadá, Singapur, México y las islas del Caribe.

En 1989 adquiere la licencia de Walt Disney y lanza su primera colección infantil. En el año 1992 se abre la primera tienda internacional en la ciudad de Quito - Ecuador, y en San José de Costa Rica. En el 2000 la Compañía empieza a operar como franquiciante. En el 2004 TOTTO obtiene su certificación para el sistema de gestión de calidad de la compañía bajo la NTC ISO 9001 versión 2000.

En la actualidad es una empresa reconocida por su marca. En la provincia del Tungurahua cantón Ambato existe una franquicia. Sus diseños están pensados para adaptarse y satisfacer cualquier necesidad de forma original, cómoda y versátil, garantizando estándares de excelente calidad. Por eso todos nuestros productos proyectan un balance entre lo estético, práctico y lo funcional para lograr una imagen fresca, casual y dinámica de todos nuestros clientes.

El desconocimiento de los montos invertidos en franquicias TOTTO Ambato, ha ocasionado que los dueños de la empresa no realice un

estudio minucioso del plan de negocios a aplicar, para garantizar que las ventas le aseguren que su inversión se va a recuperar y va a obtener un beneficio.

Debido a la inexistencia de una valoración adecuada de montos invertidos en los activos, la empresa no cuenta con información real para establecer su retorno de inversión, debido a que no se ha logrado determinar qué tan rentable está siendo el gasto que está realizando o va a realizar.

La empresa ha desatendido el nivel real de competitividad de la franquicia así como las posibilidades de éxito o fracaso. Por lo que no ha logrado la toma de decisiones oportuna al momento de poner en marcha las metas y estrategias propuestas por la empresa.

La persona encargada de efectuar las transacciones de compras, ventas no las realiza oportunamente, debido a esta situación no se ha logrado tener un registro adecuado para establecer los montos invertidos, obtener la valoración real y determinar el beneficio o rentabilidad de la empresa.

La falencia de organigrama estructural por departamentos y la ausencia de un manual de organización y funciones conllevan a que no tenga un registro adecuado y eficiente de control del cumplimiento de las actividades diarias asignadas a cada colaborador, por lo que el personal no tiene claro el objetivo de lo que persigue la empresa, no posee políticas y reglamentos para el cumplimiento de metas para la toma de decisiones oportunas, causando un retraso en el servicios prestado y molestias al cliente.

Los problemas y falencias que presenta la empresa deben evaluarse suficiente y de manera oportuna, realizando un análisis minucioso y estableciendo alternativas de solución, ya que pueden ser generados por factores externos difíciles de detectar y controlar.

1.2.2 Análisis crítico del problema

1.2.2.1. Área de problemas

EFECTOS

Dividendos desfavorables

Interoperación de recuperación de capital invertido

Lesionamiento del Retorno de Inversión

Inestabilidad económica

PROBLEMA

IMPACTO DE LOS MONTECINERTIDOS EN FRANQUICIAS TOTOAMBATO

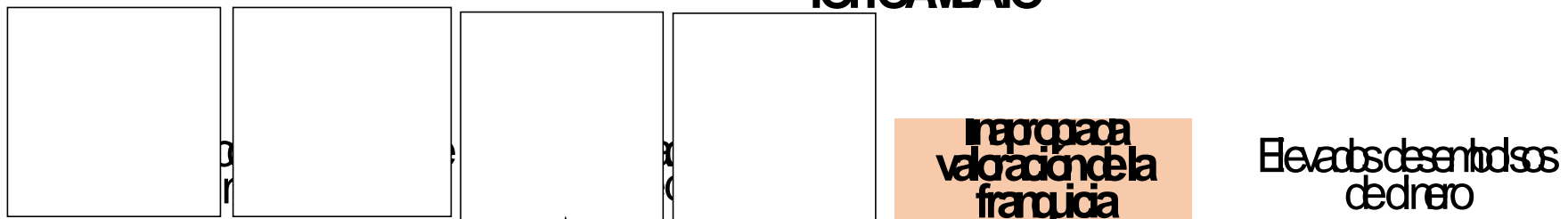


Figura 1: Área de Problemas
Elaborado por:
Fuente: H

1.2.2.1. Relación causa-efecto

Una vez analizado el problema de investigación se identificó que la impericia de los montos invertidos en franquicias TOTTO Ambato provoca la reducción de costos de mercadería ocasionando dividendos desfavorables, debido a que el futuro es incierto y no le garantiza al dueño de la empresa que las ventas le aseguren que la inversión se recuperara favorablemente y va alcanzar una rentabilidad alta.

Las fluctuaciones del ambiente de mercado provoca un periodo incierto en la recuperación de capital invertido. El franquiciado buscará ubicarse en un lugar estratégico, en donde su mercado meta pueda tener acceso a su producto, esto no le garantiza que va a tener el nivel de ventas requeridas para recuperar su inversión en el tiempo deseado. Cuando la inversión se recupera en más tiempo el riesgo de perder la franquicia es mayor.

La inapropiada valoración de la franquicia provoca el desconocimiento del retorno de inversión. La organización no ha realizado un análisis de los parámetros a los que está expuesto el inversionista al momento de invertir en una franquicia, y el tiempo estimado para recuperar el dinero. Por lo que las ventas varían de acuerdo al sector, la época y a la franquicia sin embargo, el inversionista busca recuperar el capital invertido en un tiempo mínimo, y obtener un buen beneficio económico.

Los elevados desembolsos de dinero provoca la inestabilidad económica. Debido a que la franquicia TOTTO no realiza una distribución adecuada de los recursos que posee actualmente y no efectúa un análisis costo-beneficio para evaluar los porcentajes invertidos en compras de insumos, accesorio y gastos que realizan para innovar su negocio y satisfacer las necesidades de sus clientes.

1.2.3. Prognosis

El adquirir una franquicia da la garantía de no iniciar un negocio desde cero y tener el apoyo de quien conoce el mercado, ayudara a disminuir el tiempo que un emprendedor tardara en conocer el mercado y entender el negocio, tiempo en el cual, puede perder dinero, se puede desesperar, desistir de la idea y cerrar el negocio.

Si no se da solución al problema planteado como es la impericia de los montos invertidos en franquicias TOTTO Ambato, se vería afectada en los movimientos de efectivo realizadas por la empresa produciendo pérdidas de dinero y clientes, debido a que las actividades que se realizan requieren de una administración efectiva, un control adecuado de los niveles de dinero e identificar los flujos de efectivo que se generan como parte de la operación diaria como: ventas en efectivo, cobranzas a clientes, pago de compras, compra de materiales accesorios e insumos, pago de sueldos, la pérdida de clientela afectaría notablemente produciendo desventajas, debido a que los clientes buscarían otros proveedores que satisfagan sus necesidades, ocasionando así que la organización tenga un bajo beneficio económico, desconocimiento del retorno de inversión, produciendo una inestabilidad económica y en muchas ocasiones a la quiebra de la empresa.

Al no realizar un análisis y evaluación de la toma de decisiones de invertir en una franquicia, traerá complicaciones debido a que no se podrá identificar el capital invertido por los accionistas. Así determinar en qué tiempo se recupera la inversión, es decir el retorno sobre la inversión en tiempo y dinero.

Al no tener un control óptimo de los recursos que posee la empresa, no permitirá determinar la manera en que están siendo utilizados o

desperdiciados, por lo que no ayudará a tomar decisiones ni dan impulso al futuro rendimiento financiero de la franquicia.

1.2.4. Formulación del problema

¿La valoración de la Franquicia TOTTO Ambato influye en el retorno de inversión?

Variable Independiente: Valoración de la Franquicia TOTTO Ambato

Variable Dependiente: Retorno de la Inversión

1.2.5. Preguntas Directrices

- ¿Realiza la empresa un estudio de la valorización de la Franquicia para conocer en qué periodo se está recuperando el capital invertido en el negocio?
- ¿La empresa realiza un análisis para identificar los factores que influyen al momento de invertir en una franquicia y evaluar el retorno de la inversión?
- ¿La aplicación de indicadores financieros permitirá determinar la valoración de la franquicia y maximizar el beneficio del retorno de la inversión?

1.2.6. Delimitación del Problema

Campo: Finanzas

Área: Gestión Financiera

Aspecto: Valoración de Franquicias

Delimitación Espacial:

La investigación se llevara a cabo en Franquicias TOTTO, ubicada en la Provincia de Tungurahua, Cantón Ambato, Parroquia Huachi Chico, Av. Víctor Hugo S/N y Av. Atahualpa; sucursal Av.Cevallos y Castillo, RUC: 0601462906001.

Delimitación Temporal:

Abril 2014 – Febrero 2014

1.3. JUSTIFICACIÓN

La presente investigación es de gran importancia, puesto que el cálculo de indicadores financieros permitirá al empresario saber cuáles es el camino que está persiguiendo su negocio, tomar decisiones a futuro y tener una mayor visión de crecimiento en el mercado.

Los indicadores financieros permiten medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, el rendimiento y la rentabilidad de la empresa, para conocer las cifras, resultados o información del negocio en marcha para saber cómo actuar frente a las diversas circunstancias financieras que puedan presentarse durante el periodo de inversión y recuperación del capital invertido y evaluar que tan eficiente es el gasto que están haciendo o planean realizar.

Es por esto que la presente investigación es factible, porque se tiene la apertura de los dueños de la franquicia TOTTO, el apoyo y colaboración del personal que labora en la organización, como también se cuenta con los recursos materiales y económicos para realizar el trabajo de estudio, que será un gran aporte para identificar los montos invertidos en el negocio y mejorar la situación actual en la que se encuentra, adquiriendo

accesorios e insumos necesarios para satisfacer las necesidades del cliente.

1.1. OBJETIVOS

1.1.1. Objetivo General

- Identificar la influencia de la valoración de la franquicia TOTTO Ambato en el retorno de inversión para evaluar que tan rentable es el gasto que está haciendo o planean realizar.

1.1.2. Objetivos Específicos

- Determinar la valorización de la Franquicia para conocer en qué periodo se está recuperando el capital invertido en el negocio.
- Identificar los factores que influyen al momento de invertir en una franquicia y evaluar el retorno de la inversión.
- Calcular indicadores financieros para establecer la valoración de la franquicia y maximizar el beneficio del retorno de inversión.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

Al realizar un estudio minucioso de la presente investigación, hemos podido observar cómo las franquicias han implementado su negocio y han adoptado el cálculo del ROI para evaluar la rentabilidad, determinar si se recupera el valor de la inversión y se obtiene un beneficio económico.

Para sustentar la viabilidad del presente trabajo fue necesario acudir a fuentes de información, para guiarnos en trabajos similares al tema de investigación.

Según Zuluaga & Carmona (2008), en su tesis de maestría "Evaluación financiera de las franquicias en Pereira bajo condición de incertidumbre", en la cual plantean como objetivo general:

"Evaluar la propuesta financiera de inversión en una franquicia incluyendo el riesgo enfocada al franquiciado". Luego de una exhaustiva investigación de campo, un análisis de la información y los datos recopilados por los autores llegaron a la siguiente conclusión: El sistema de franquicias es un formato de negocios de mucho crecimiento a nivel mundial y que está en proceso de nacimiento a nivel local y cuyo desarrollo de negocio está muy correlacionado con el auge constructivo de los centros comerciales, porque estos constituyen el nicho para el establecimiento de los puntos de ventas franquiciados. También menciona que:

Los empresarios Franquiciadores, que ya han empezado a expandir sus negocios bajo el formato de franquicia, han entendido muy bien que para asegurar el éxito de su expansión comercial deben acompañar permanentemente a sus franquiciados, porque el posicionamiento de una marca y el know-how de la misma no se pueden dejar a la deriva en manos de simples inversionistas de capital. Las inversiones de las franquicias deben ser realizadas por los propios emprendedores y ser gerentes de sus propios negocios franquiciados. Los beneficios de la franquicia traen consigo un sistema de expansión, mayor participación de

mercado y fortalecimiento de marca, con baja inversión de dinero, gente y tiempo.

La necesidad de conocer más a fondo sobre el tema se hace referencia a la tesis doctoral de (Medina, 2011), que expresa como objetivo general:

Inversión de la empresa en formación, clave de la excelencia empresarial y análisis de su rentabilidad (predicción del ROI) "Predecir el ROI de la inversión en formación, demostrando no sólo su valor teórico sino el económico. De la cual se concluyó que: El cálculo del ROI es cada vez más utilizado a la hora de valorar una inversión porque su metodología de estimación no excesivamente compleja y nos permite ver el retorno de una inversión así como compararla con otra. Si sabemos recopilar datos consistentes, fiables y necesarios, nos proporcionarán una información real, que comparada con los costes incurridos nos dará esta visión del retorno de la inversión que buscamos.

También se hace referencia a la tesis de Villalta (2012) con el tema "Proyecto de inversión para la implantación de una franquicia de McDonald's en la ciudad de Loja", que plantea como objetivo general:

Determinar el estudio de mercado, técnico, legal - administrativo, económico y evaluar financieramente la factibilidad de la implantación de la franquicia. Del estudio realizado se concluyó que: La falta de un estudio de mercado en un proyecto de inversión, no proporcionará información necesaria para conocer con detalle el mercado meta; Así como la competencia, los clientes potenciales, los gustos y preferencias de los habitantes. También señala que:

La falta de análisis y determinación del tamaño, localización, instalaciones y organización en el estudio técnico del proyecto, dificultará en mayor medida a que no se logre la mayor tasa de rentabilidad sobre el capital u obtener el coste unitario mínimo.

2.2. FUNDAMENTACIÓN FILOSÓFICA

"Desde el punto de vista positivista la realidad se presenta como simple, tangible, convergente y fragmentarle. Esta concepción supone la legitimidad de estudiar la realidad en sus manifestaciones externas, con la

posibilidad de observar y medir sus elementos. La finalidad de la ciencia es conocer y explicar la realidad con el objeto de dominarla y controlarla” (Quesada, 2007:34).

Garay (2010) expresa que el paradigma positivista:

Intenta sustituir las nociones científicas de explicación, predicción y control del paradigma positivista por las cohesiones de comprensión, significado y acción. En el trabajo se propone la relación sujeto-objeto, se realizara a través del campo de la dialéctica, que se caracteriza por plantear una investigación sobre hechos y fenómenos reales, objetivos, concretos y por lo tanto son susceptibles de ser medibles, valorados, cuantificados, demostrados, comprobados, sin llegar al campo del idealismo y subjetividad.

La presente investigación, se desarrollará en base a la normativa del paradigma positivista, puesto que tiene como finalidad comprender y evaluar la posición en la que se encuentra la empresa, así como identificar los accesorios e insumos que brindan a los clientes y los servicios que ofrecen al mercado.

Mediante la metodología determinada se puede realizar un estudio administrativo financiero de la situación actual que presenta la empresa, permitirá tomar las medidas necesarias para que el negocio de la franquicia tenga los beneficios esperados, las decisiones sean tomadas a tiempo para cumplir con las metas y objetivos propuestos.

Para esta investigación la metodología planteada es adecuada y factible, por lo que se llevara a cabo el estudio, implementando estrategias para maximizar los beneficios y establecer la eficiencia y eficacia con que son utilizados los recursos financieros, humanos y materiales de la empresa, determinar si son invertidos adecuadamente y cual es utilidad obtenida de los mismos.

2.3. FUNDAMENTACIÓN LEGAL

El presente trabajo de investigación es fundamentado legalmente en las siguientes leyes, reglamentos y códigos:

Reglamento para la Aplicación de la Ley de Régimen Tributario Interno, Cap. IV. Base Imponible, Art 46. establece:

Art. 46.- Conciliación tributaria.- Para establecer la base imponible sobre la que se aplicará la tarifa del impuesto a la renta, las sociedades y las personas naturales obligadas a llevar contabilidad, procederán a realizar los ajustes pertinentes dentro de la conciliación tributaria y que fundamentalmente consistirán en que la utilidad o pérdida líquida del ejercicio será modificada con las siguientes operaciones:

1. Se restará la participación laboral en las utilidades de las empresas, que corresponda a los trabajadores de conformidad con lo previsto en el Código del Trabajo.
2. Se restará el valor total de ingresos exentos o no gravados;
3. Se sumarán los gastos no deducibles de conformidad con la Ley de Régimen Tributario Interno y este Reglamento, tanto aquellos efectuados en el país como en el exterior.
4. Se sumará el ajuste a los gastos incurridos para la generación de ingresos exentos, en la proporción prevista en este Reglamento.
5. Se sumará también el porcentaje de participación laboral en las utilidades de las empresas atribuibles a los ingresos exentos; esto es, el 15% de tales ingresos.
6. Se restará la amortización de las pérdidas establecidas con la conciliación tributaria de años anteriores, de conformidad con lo previsto en la Ley de Régimen Tributario Interno y este Reglamento.
7. Se restará cualquier otra deducción establecida por ley a la que tenga derecho el contribuyente.
8. Se sumará, de haber lugar, el valor del ajuste practicado por la aplicación del principio de plena competencia conforme a la metodología de precios de transferencia, establecida en el presente Reglamento.
9. **Se restará el incremento neto de empleos.-** A efecto de lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno se considerarán los siguientes conceptos:

Empleados nuevos: Empleados contratados directamente que no hayan estado en relación de dependencia con el mismo empleador, con sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad y segundo de afinidad o con sus partes relacionadas, en los tres años anteriores y que hayan estado en relación de dependencia por seis meses consecutivos o más, dentro del respectivo ejercicio.

Incremento neto de empleos: Diferencia entre el número de empleados nuevos y el número de empleados que han salido de la empresa. En ambos casos se refiere al período comprendido entre el primero de enero al 31 de diciembre del ejercicio fiscal anterior.

Valor promedio de remuneraciones y beneficios de ley.- Es igual a la sumatoria de las remuneraciones y beneficios de ley sobre los que se aporte al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social pagados a los empleados nuevos, dividido para el número de empleados nuevos.

Gasto de nómina.- Remuneraciones y beneficios de ley percibidos por los trabajadores en un periodo dado.

Valor a deducir para el caso de empleos nuevos.- Es el resultado de multiplicar el incremento neto de empleos por el valor promedio de remuneraciones y beneficios de ley de los empleados que han sido contratados, siempre y cuando el valor total por concepto de gasto de nómina del ejercicio actual menos el valor del gasto de nómina del ejercicio anterior sea mayor que cero, producto del gasto de nómina por empleos nuevos; no se considerará para este cálculo los montos que correspondan a ajustes salariales de empleados que no sean nuevos. Este beneficio será aplicable únicamente por el primer ejercicio económico en que se produzcan.

Cuando se trate de nuevas inversiones en zonas económicamente deprimidas y de frontera, la deducción adicional se podrá considerar durante los primeros cinco periodos fiscales a partir del inicio de la nueva inversión y en cada periodo se calculará en base a los sueldos y salarios que durante ese periodo se haya pagado a los trabajadores residentes en dichas zonas, la deducción será la misma y por un período de cinco años. Para efectos de la aplicación del inciso anterior, se consideraran trabajadores residentes en zonas deprimidas o de frontera, a aquellos que tengan su domicilio civil en dichas zonas, durante un periodo no menor a dos años anteriores a la iniciación de la nueva inversión.

10. Se restará el pago a empleados contratados con discapacidad o sus sustitutos, multiplicando por el 150% el valor de las remuneraciones y beneficios sociales pagados a éstos y sobre los cuales se aporte al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, cuando corresponda, siempre y cuando no hayan sido contratados para cubrir el porcentaje legal mínimo de personal con discapacidad. Este beneficio será aplicable para el caso de trabajadores con discapacidad existente y nueva, durante el tiempo que dure la relación laboral.

La liquidación de este beneficio se realizará en el año fiscal siguiente a aquel en que se incurra en dichos pagos, según la Resolución que para

el efecto expida el Servicio de Rentas Internas. Dicho beneficio procederá exclusivamente sobre aquellos meses en que se cumplieron las condiciones para su aplicación.

En el caso de trabajadores nuevos y que sean personas con discapacidad, sustitutos o trabajadores que tengan cónyuge, pareja en unión de hecho o hijo con discapacidad, y que se encuentren bajo su cuidado, el empleador podrá hacer uso únicamente del beneficio establecido en el primer inciso de este numeral. (9)

11. Los gastos personales en el caso de personas naturales.

12. Para el caso de medianas empresas, se restará el 100% adicional de los gastos de capacitación. A efecto de lo establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno se considerarán los siguientes conceptos:

Capacitación técnica dirigida a investigación, desarrollo e innovación tecnológica, que mejore la productividad, dentro de los límites señalados en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Gastos en la mejora de la productividad a través de las siguientes actividades: asistencia técnica en el desarrollo de productos, mediante estudios y análisis de mercado y competitividad; asistencia tecnológica a través de contrataciones de servicios profesionales para diseño de procesos, productos, adaptación e implementación de procesos, de diseño de empaques, de desarrollo de software especializado y otros servicios de desarrollo empresarial, dentro de los límites señalados en la Ley de Régimen Tributario Interno. Y otros servicios de desarrollo empresarial.

Gastos de viaje, estadía y promoción comercial para el acceso a los mercados internacionales, tales como ruedas de negocios, participaciones en ferias internacionales, entre otros costos y gastos de similar naturaleza, dentro de los límites señalados en la Ley de Régimen Tributario Interno.

Para la aplicación de las deducciones adicionales señaladas anteriormente, tales gastos deberán haber sido considerados como deducibles de conformidad con las disposiciones de la Ley de Régimen Tributario Interno y este Reglamento.

13. Se restará el 100% adicional de la depreciación y amortización que correspondan a la adquisición de maquinarias, equipos y tecnologías, y otros gastos, destinados a la implementación de mecanismos de producción más limpia, a mecanismos de generación de energía de fuente renovable (solar, eólica o similares) o a la reducción del impacto ambiental de la actividad productiva, y a la reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, siempre que tales adquisiciones no sean necesarias para cumplir con lo dispuesto por la autoridad ambiental competente para reducir el impacto de una obra o como requisito o condición para la expedición de la licencia ambiental, ficha o permiso correspondiente. En cualquier caso deberá existir una autorización por parte de la dicha autoridad.

En total, este gasto adicional no podrá superar el límite establecido en la Ley de Régimen Tributario Interno, equivalente al 5% de los ingresos totales.

Este incentivo no constituye depreciación acelerada.

Para efectos de la aplicación de este numeral, se entenderá por "producción limpia" a la producción y uso de bienes y servicios que responden a las necesidades básicas y conducen a una calidad de vida mejor, a la vez que se minimiza el uso de recursos naturales, materiales tóxicos, emisiones y residuos contaminantes durante el ciclo de vida sin poner en riesgo las necesidades de las generaciones futuras.

El resultado que se obtenga luego de las operaciones antes mencionadas constituye la utilidad gravable.

Si la sociedad hubiere decidido reinvertir parte de estas utilidades, deberá señalar este hecho, en el respectivo formulario de la declaración para efectos de la aplicación de la correspondiente tarifa.

Ley de Régimen Tributario Interno Cap. IV Depuración de los Ingresos Art. 11; Deduce que:

Art. 11.- Pérdidas.- Las sociedades, las personas naturales obligadas a llevar contabilidad y las sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad (4) pueden compensar las pérdidas sufridas en el ejercicio impositivo, con las utilidades gravables que obtuvieren dentro de los cinco períodos impositivos siguientes, sin que se exceda en cada período del 25% de las utilidades obtenidas. Al efecto se entenderá como utilidades o pérdidas las diferencias resultantes entre ingresos gravados que no se encuentren exentos menos los costos y gastos deducibles.

En caso de liquidación de la sociedad o terminación de sus actividades en el país, el saldo de la pérdida acumulada durante los últimos cinco ejercicios será deducible en su totalidad en el ejercicio impositivo en que concluya su liquidación o se produzca la terminación de actividades.

No se aceptará la deducción de pérdidas por enajenación de activos fijos o corrientes cuando la transacción tenga lugar entre partes relacionadas (4) o entre la sociedad y el socio o su cónyuge o sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad, o entre el sujeto pasivo y su cónyuge o sus parientes dentro del cuarto grado de consanguinidad o segundo de afinidad.

Para fines tributarios, los socios no podrán compensar las pérdidas de la sociedad con sus propios ingresos.

Las rentas del trabajo en relación de dependencia no podrán afectarse con pérdidas, cualquiera que fuere su origen.

Ley de Régimen Tributario Interno Cap. IV Depuración de los Ingresos Art. 12; Deduce que:

Art. 12.- Amortización de inversiones.- Será deducible la amortización de inversiones necesarias realizadas para los fines del negocio o actividad.

Se entiende por inversiones necesarias los desembolsos para los fines del negocio o actividad susceptibles de desgaste o demérito y que, de acuerdo con la técnica contable, se deban registrar como activos para su amortización en más de un ejercicio impositivo o tratarse como diferidos, ya fueren gastos preoperacionales, de instalación, organización, investigación o desarrollo o costos de obtención o explotación de minas. También es amortizable el costo de los intangibles que sean susceptibles de desgaste.

La amortización de inversiones en general, se hará en un plazo de cinco años, a razón del veinte por ciento (20%) anual. En el caso de los intangibles, la amortización se efectuará dentro de los plazos previstos en el respectivo contrato o en un plazo de veinte años. En el reglamento se especificarán los casos especiales en los que podrá autorizarse la amortización en plazos distintos a los señalados.

En el ejercicio impositivo en que se termine el negocio o actividad se harán los ajustes pertinentes con el fin de amortizar la totalidad de la inversión.

Ley de Régimen Tributario Interno, Título Segundo "Impuesto al Valor Agregado". Capítulo I "Objeto Del Impuesto". Art. 55 numeral 9 establece que:

"Tendrán tarifa cero las transferencias e importaciones de los pasajeros que ingresen al país, hasta el valor de la franquicia reconocida por la Ley Orgánica de Aduanas y su reglamento".

En el Cap. IX Normas y Declaración de Pago, Art. 41.- literal b) de la Ley de Régimen Tributario Interno, señala que: Las instituciones sujetas al control de la Superintendencia de Bancos y Seguros y cooperativas de ahorro y crédito y similares, no considerarán en el cálculo del anticipo los activos monetarios.

"Las sociedades recién constituidas, las inversiones nuevas reconocidas de acuerdo al Código de la Producción, las personas naturales obligadas

a llevar contabilidad y las sucesiones indivisas obligadas a llevar contabilidad, que iniciaren actividades, estarán sujetas al pago de este anticipo después del quinto año de operación efectiva, entendiéndose por tal la iniciación de su proceso productivo y comercial. En caso de que el proceso productivo así lo requiera, este plazo podrá ser ampliado, previa autorización de la Secretaría Técnica del Consejo Sectorial de la Producción y el Servicio de Rentas Internas”.

Reglamento General de la ley de Turismo Cap. II del Registro Único de Turismo en el Art.- 51 establece que:

Art. 51.- Registro de franquicias.- Los establecimientos que funcionen haciendo uso de una franquicia, requieren:

- a) Un nuevo registro correspondiente a la persona natural, empresa, sociedad o persona jurídica receptora de la franquicia;
- b) La certificación que acredite la franquicia concedida; y,
- c) La obtención de la licencia única anual de funcionamiento.

2.4. CATEGORIAS FUNDAMENTALES

2.4.1. Superordinación Conceptual

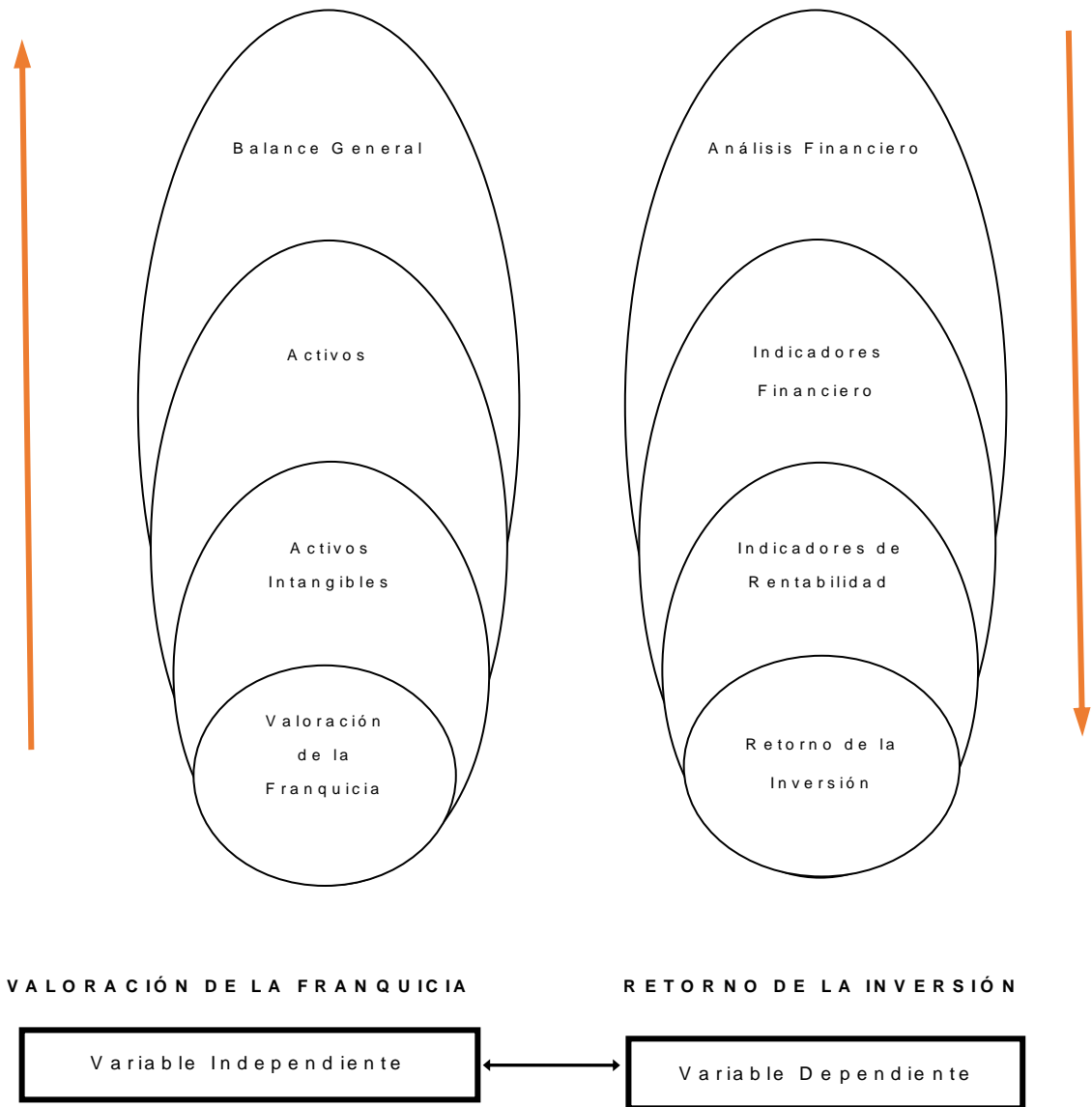


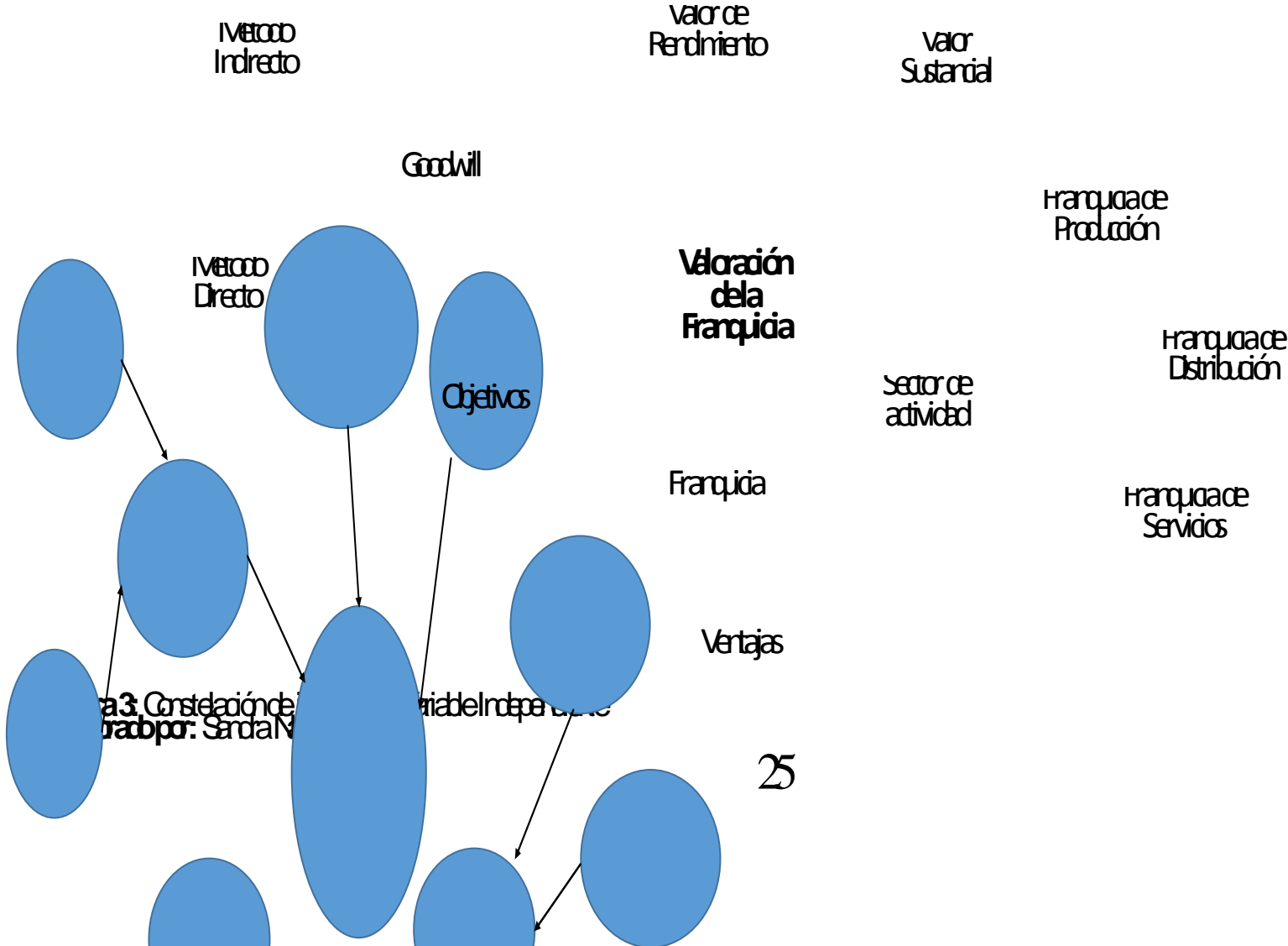
Figura 2: Red de Inclusiones Conceptuales

Elaborado por: Sandra Naranjo

Fuente: Franquicias TOTTO

242 Subordinación Conceptual

2421 Variable Independiente: Valoración de la Franquicia



2422 Variable Dependiente: Retorno de inversión

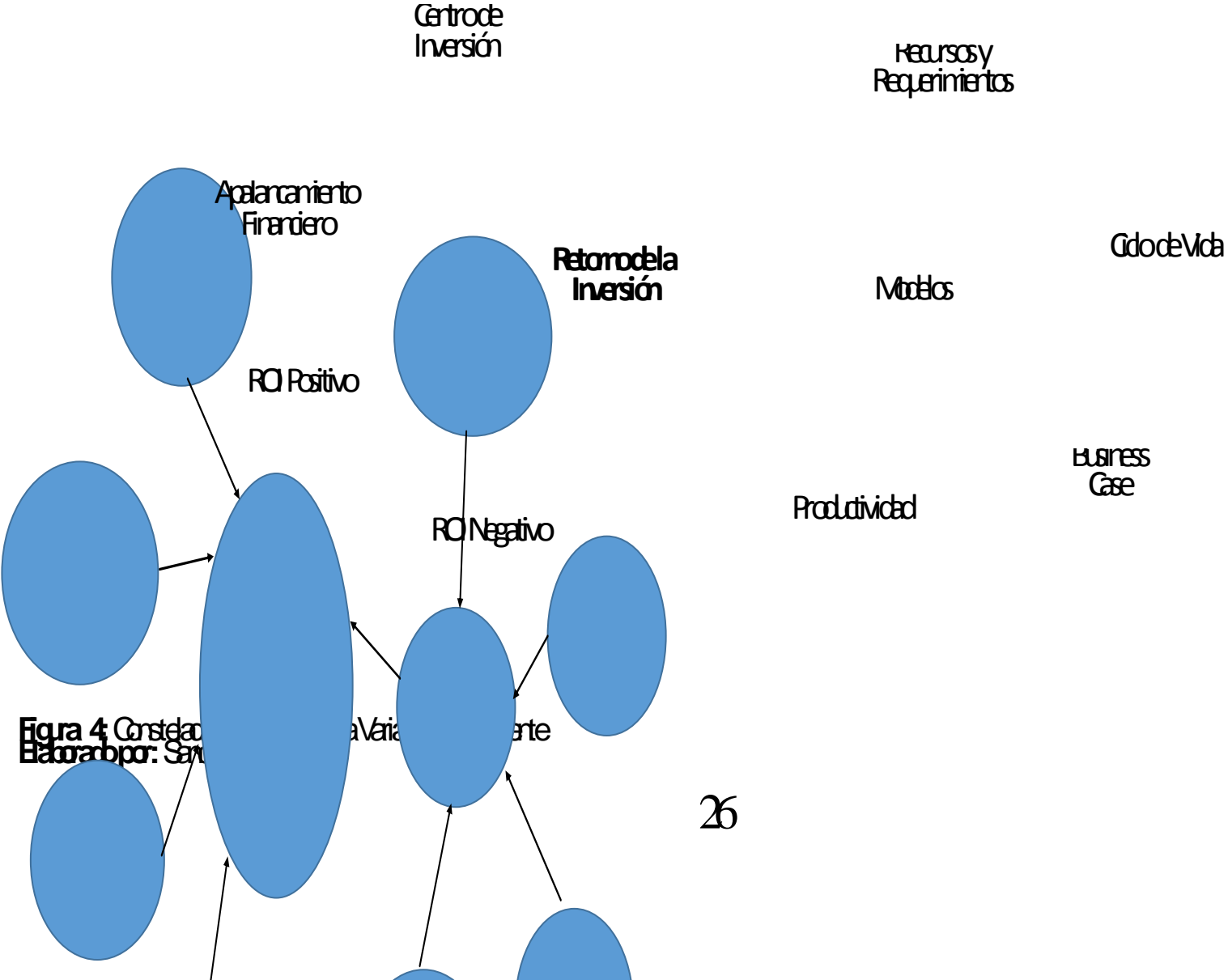


Figura 4: Coste de la Variable Dependiente

2.4.2.1. Marco Conceptual de la Variable Dependiente: Valoración de la Franquicia

2.4.2.1.1 Balance General

Ávila (2007:17) señala que, "El balance general conjuntamente con el estado de resultados, sirve para tomar decisiones a través de normas y procedimientos que permiten un mejor control de todas sus operaciones.

Debe contener los siguientes datos:

Encabezado

- a) Nombre de la empresa
- b) Indicación de que se trata el balance general
- c) Fecha de formulación

Cuerpo

- a) Nombre y valor detallado de cada una de las cuentas que forman el activo.
- b) Nombre y valor detallado de cada una de las cuentas que forman el pasivo.
- c) Nombre y valor detallado de cada una de las cuentas que forman el capital contable.

Firmas

- a) Del propietario o gerente del negocio
- b) Del contador público que le autorizó"

“El balance general muestra la situación financiera de la compañía en un momento determinado. Tiene dos secciones en el que se equilibra, en el lado izquierdo se lista el activo, que representa los recursos de la empresa (todo cuando posee y controla, desde el efectivo hasta el edificio). En el lado derecho se lista el pasivo y el capital contable, que representa las fuentes de los recursos empleados para adquirir el activo” (Horngren, Sundem, & Elliott, 2000:8).

“El balance general tiene como principio el equilibrio de la ecuación fundamental. Lo conforman tres elementos, activo, pasivo y capital.

Los activos son los bienes de propiedad de la empresa que pueden ser expresados en términos de dinero. El pasivo representa el total de deudas y obligaciones contraídas con la empresa, o a cargo del negocio. el capital contable es la suma de las aportaciones de los propietarios modificada por los resultados de operación de la empresa; es el capital social mas utilidades o menos las pérdidas.” (Barajas, 2008:27).

Ávila (2007:18) indica que el balance general se puede presentar en dos formas: en forma de Reporte y en forma de Cuenta.

“Balance general en forma de Reporte.- Consiste en anotar clasificadamente el activo y el pasivo en una sola página, de tal manera que la suma del activo se le pueda restar verticalmente la suma del pasivo para determinar el capital contable”.

Fórmula: $A - P = CC$

“Balance general en forma de cuenta.- En esta forma se emplean dos páginas, en la de la izquierda se nota clasificadamente el activo y en la derecha, el pasivo y el capital contable”.

Fórmula: $A = P + CC$

2.4.2.1.2 Activo

“Se denomina activo al total de recursos económicos que dispone la empresa para llevar a cabo sus operaciones: representa todos los bienes y derechos que son propiedad del negocio, de los cuales se espera generen beneficios en el futuro” Ávila (2007:17).

Según Sinisterra & Polanco (2007:17-18)

Los activos constituye la representación financiera de bienes y derechos tangibles e intangibles de propiedad del ente económico como resultados de eventos pasados de la cuya utilización se esperan beneficios económicos futuros para la empresa. Comprende los siguientes grupos:

Disponible, inversiones, deudores, inventarios; propiedad, planta y equipo, intangibles, activos diferidos otros activos y valorizaciones.

El activo disponible comprende el dinero que la empresa posee en caja, bancos, cuentas de ahorro y fondos. Las inversiones están representadas en títulos valores y otros documentos a favor del ente económico con el objeto de generar ingresos. Los deudores están constituidos por las cuentas o documentos por cobrar originados por préstamos y otras operaciones a crédito y representan derechos a reclamar, efectivo u otros bienes y servicios. Los inventarios están formados por bienes corporales destinados a la venta, en el curso normal de los negocios, si como aquellos se hallen en procesos de producción o que se utilizaran o consumirán en la producción de bienes y servicios. Propiedad planta y equipo representan aquellos activos tangibles adquiridos por el ente económico para ser utilizados en forma permanente en la producción de bienes y servicios, para arrendarlos, o para usarlos en la administración de la empresa y que no están destinados para la venta. Los intangibles son aquellos activos intangibles que careciendo de forma física ofrecen al ente económico derechos, privilegios, o ventajas competitivas que contribuyen a aumentar los ingresos o utilidades.

Los activos diferidos están representados por gastos por anticipado por concepto de intereses, seguros y arriendos y cargos diferidos, tales como los incurridos durante las etapas de organización, instalación y puesta en marcha del ente económico. El valor de los activos diferidos se debe amortizar en forma sistemática durante el periodo estimado de recuperación. Los otros activos están conformados por aquellos que, a pesar de tener valor para el ente económico, no son utilizados para generar renta, tales como bienes de arte y cultura, derechos sucesoriales y bienes recibidos de pago.

Jiménez & Espinoza (2007:39-41) describe al activo como:

Son las cosas que la empresa posee con cierto valor, como el efectivo, cuentas por cobrar, inventarios, certificados bancarios, terrenos, edificio, equipo y maquinaria, patentes y derechos. Tiene valor porque se puede emplear como poder de compra, como es el caso del efectivo, porque se puede cobrar y convertir en efectivo o porque se puede procesar, vender y cobrar, como los inventarios. También tiene valor porque se puede utilizar para producir bienes y servicios. El activo se ordena según su liquidez en activo a corto plazo (circulante), activo a largo plazo (fijo o inmovilizado) y otros activos.

Activo a corto plazo (corriente o circulante)

Incluyen efectivo, cuenta por cobrar e inventarios que normalmente serán convertidos en efectivo o se van a vender o consumir en un corto plazo es decir en un periodo menos a un año, en un solo ciclo operacional.

Activos a largo plazo (fijo o inmovilizados)

El activo fijo son activos que se van emplear durante varios ciclos operacionales o varios ciclos contables tales como terrenos, edificios, maquinaria y equipos que van emplearse en periodos de tiempo largos. No se espera que estos activos sean vendidos y convertidos en efectivo, como en el caso de los inventarios. Se clasifican en activos sujetos a depreciación; se deterioran por su uso y obsolescencia tecnológica como (edificios, equipo y maquinaria) por un monto en un cierto periodo anual y durante su vida útil y no sujetos a depreciación (terreno).

Otros activos

Son los activos intangibles como derechos, privilegios, patentes, franquicias, gastos de organización, gastos pagados por adelantado.

2.4.2.1.3 Activo Intangible

“Los activos intangibles son uno de los pilares de una empresa valorada entre consumidores y competidores. Son los componentes no visibles de una estructura empresarial que aportan un valor añadido a través de una iniciativa intelectual. El capital intelectual de una empresa o cualquier otra entidad no solo comprende el registro de una patente, una marca o un diseño. Es todo aquello dirigido a innovar, en cualquier aspecto y ámbito de la empresa” (Borja, 2011:18).

Margarida (2009:145) indica que los activos intangibles son:

“Recursos que aportan mayor valor a las empresas, en especial a sectores más innovadores (energía, telecomunicaciones). Estos activos están compuestos por derechos susceptibles de valoración económica, identificables, de carácter no monetario y sin apariencia física. Deben satisfacer las siguientes condiciones:

- Que sean separables, es decir que puedan ser vendidos, cedidos, entregados para su explotación, arrendados o intercambiados, ya sea individualmente o junto con otros activos o pasivos con los que guarde relación.
- Que surjan derechos legales o contractuales, con independencia de que sean transferibles o separables de la empresa o de otros derechos o obligaciones”.

2.4.2.1.4 Valoración de la Franquicia

Franquicia

La Franquicia “es un sistema de cooperación entre empresas diferentes, pero obligadas por un contrato, en virtud del cual una de ellas la franquiciadora otorga a la otra (u otras), denominadas franquiciadas, a cambio de unas contraprestaciones (pagos), el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial materializada en unos signos distintivos, asegurándole al mismo tiempo la ayuda técnica y los servicios regulares necesarios destinados a facilitar dicha explotación” (Martín, 1999).

“El término franquicia es utilizado para designar el contrato establecido entre dos empresas jurídicamente independientes y que permite

desarrollar un amplio abanico de acuerdos comerciales” (Barruezo, 2003:48).

Ventajas de las Franquicias

Alba (2004:119) establece las siguientes ventajas de las franquicias:

- “Adquirir o vender franquicias es una forma de hacer negocios, por lo que los participantes requieren acoplarse a las condiciones, características, necesidades de las partes, de tal manera que las franquicias pueden ser consideradas como respuestas para empresarios que tengan un negocio exitoso y quieran expandirse.
- Para incursionar en el negocio de las franquicias es necesario que el inversionista evalúe con todo detalle las ventajas y desventajas que este sistema le puede deparar, tanto para los franquiciantes como para los franquiciatarios.
- Cuando el propietario de un negocio piensa en convertirlo en franquicia debe tener presente, ante todo, que debe contar con una marca reconocida y aceptada en el mercado”.

Métodos de Valoración de Franquicia

Alba (2005:69-73), establece que los negocio establecidos por franquicias:

Existen situaciones que enfrentan las empresas que las obligan a determinar su valor. La situación más común es cuando se da una operación de compraventa de una franquicia. Sin embargo, la valoración de una empresa también sirve para organizar la compañía, generar el presupuesto de capital, informar a los accionistas y proveedores entre otros.

Existen diversos factores que se deben considerar en la estimación del valor de la franquicia, pero el más importante de todos es el flujo de

efectivo del negocio. Analiza la generación de utilidad de la operación de la compañía. También se debe realizar un diagnóstico de los aspectos cualitativos y cuantitativos históricos del valor sustancial, valor de rendimiento, cálculo del goodwill.

Valor Sustancial

Costo que corresponde de poner en funcionamiento una franquicia de las características de la persona interesada, de no existir esta.

Valor de rendimiento

Es la cantidad de dinero que se precisaría de una inversión para que, colocada a una tasa determinada de capitalización, arrojará una renta equivalente al beneficio que tiene o tenga capacidad de obtener la franquicia en cuestión.

Cálculo del Goodwill

Se utiliza el método indirecto y directo:

Método Indirecto

Conocido por método Alemán o de los Prácticos. Para la valoración de la franquicia conjuga el valor sustancial de la misma con el valor de rendimiento. Propone que el valor global de la franquicia es igual al promedio del valor del rendimiento más el valor sustancial.

Este sistema establece esta medida como reajuste de los valores en consideración del riesgo que supone, sobre todo en el cálculo del valor de rendimiento.

Este método parece favorecer en principio al comprador, pues en caso de estar valuado el valor de rendimiento con cierto rigor, reparte el valor del goodwill en partes iguales para cada participante.

$$\text{Goodwill} = \text{Valor Global} - \text{Valor Sustancial}$$

Método Directo

Conocido también como anglosajón. Difiere del método indirecto en que no tiene en consideración el valor de rendimiento.

Parte del planteamiento de que, conocido el valor sustancial, se le aplica una tasa de rentabilidad determinada, la cual indicara el rendimiento nominal y el que realmente genera la franquicia en su actividad es lo que este método constituye el goodwill.

$$\text{Goodwill} = \text{Beneficios estimados} - (\text{tasa de rentabilidad nominal que se ha de aplicar} * \text{Valor Sustancial} / \text{Tasa de rentabilidad de la franquicia.})$$

Ventajas para los Franquiciantes

Alba (2004:120) nos indica las siguientes ventajas para los franquiciantes:

- "Crecimiento del negocio de manera más rápida que con otra alternativa comercial.
- Expansión del negocio en segmentos en los que no ha penetrado y en mercados remotos, incluso a veces internacionales. Se realiza a través del dinero de otros.
- Ingresos constantes mediante el cobro de regalías.
- Publicita el negocio con dinero de la corporación.
- Obtiene "socios" creativos y leales que le proponen innovaciones y sugerencias para mejorar el sistema.
- El franquiciante no tiene responsabilidad financiera en caso de quiebra de un franquiciatario".

Una empresa franquiciador cede a otro franquiciado el derecho a utilizar: razón social, marca, logotipo y know-how, a cambio de recibir un canon económico como contraprestaciones de sus productos o servicios. El franquiciador, al ceder los derechos de utilización de su imagen de marca, cede así mismo los medios para la comercialización de los productos y servicios bajo esa marca.

El franquiciado está obligado a adquirir los productos o servicios del franquiciador, integrándose a cambio en una organización empresarial, que se rige bajo una imagen común para todos los franquiciados, estandarizada en sus distintivos y logotipos y dotada de un valioso fondo de comercio. Así mismo recibe del franquiciado una asistencia técnica completa en la organización, promoción y presentación del producto.

Por la transmisión de su Know-How, el franquiciador recibe una cantidad fija como derecho de entada en la organización y un canon por las ventas efectuadas por el franquiciado. El franquiciador brinda la tutela organizativa y contable así como el apoyo técnico necesario para la obtención de la rentabilidad deseada (Barruezo, 2003:48-49).

Desventajas para los Franquiciantes

Alba (2004:120) menciona las siguientes desventajas para los franquiciantes:

- “Invertir fuertes cantidades de dinero en la capacitación y supervisión de los franquiciatarios para que no se pierda el control en la uniformidad del sistema, calidad y de servicio que se brinda al consumidor.
- Inversiones que se recuperan a mediano y largo plazo, fundamentalmente en el área de investigación y desarrollo.
- Omisión fraudulenta del franquiciatario en sus ingresos, para reducir el pago de regalías.
- Franquiciatarios poco disciplinados que realizan innovaciones personales o alteran la calidad de la materia prima, o modifican el precio público”.

Barruezo (2003:49) nos da a conocer las siguientes clases de franquicias:

Franquicia de Distribución.- El franquiciador no fabrica el producto franquiciado, sino que actúa como central de compras que cubre las necesidades de los franquiciados o concesionarios. En este sistema el franquiciador autoriza al franquiciado a proveerse de ciertos productos ajenos al franquiciador y en otros casos facilita una lista de proveedores donde abastecerse.

Franquicia de Servicios.- Son aquellas en las que el franquiciado ofrece un servicio bajo la imagen, logotipo y marcas del franquiciador. El método puesto a punto por el franquiciador deberá ser respetado estrictamente por el franquiciado. Este tipo de franquicias reflejan una fuerte expansión en la actualidad.

Franquicia de Producción.- Son aquellas en que el franquiciador es a la vez el productor y el distribuidor de; producto, creando una red de detallistas-vendedores a través de sus franquiciados.

2.4.2.2. Marco Conceptual de la Variable Independiente: Retorno de Inversión.

2.4.2.2.1. Análisis Financieros

Baena (2010, 12:16) establece que el análisis financiero es:

Un proceso de recopilación, interpretación y comparación de datos cualitativos y cuantitativos, y de hechos históricos y actuales de una empresa. Su propósito es obtener un diagnóstico sobre el estado real de la compañía para una adecuada toma de decisiones.

Recopilación

En esta fase se reúne toda la información cuantitativa y cualitativa de la empresa. En cuanto a la cualitativa, recopila información interna y externa.

Interpretación

En esta fase se refiere a la realización de los diferentes cálculos, con base en las herramientas utilizadas, para evaluar la situación financiera.

Comparación

Después de realizar los siguientes cálculos, se procede a comparar las cifras de los diferentes periodos y a relacionar dichos datos con toda la información obtenida de forma cualitativa, se genera un informe con la situación financiera actual de la empresa, que permiten al administrador, gerente o empresario tomar decisiones oportunas.

Análisis Horizontal y Vertical

“Son dos herramientas que nos permiten determinar el peso proporcional (%) que tiene las cuentas en el balance de situación, permitiéndonos observar la evolución que tiene” (Conesa, 2013).

Análisis Vertical

“Consiste en determinar la participación de cada una de las cuentas del estado financiero, con referencia sobre el total del activo o total de pasivos y patrimonio para el balance general, o sobre el total de ventas para el estado de resultados” (Gaitán, 2006:111).

“En el balance general se puede observar el peso que tiene cada partida o cuenta, respecto al esto. Esto nos permite determinar si la empresa tiene una distribución adecuada según sus necesidades operativas y

financieras. Hay que tener en cuenta la actividad a la que se dedica, el sector y el tamaño de la empresa" (Conesa, 2013).

Análisis Horizontal

Se refiere a la comparación de los resultados de los estados financieros de diferentes periodos respecto a los resultados de un año base. . El resultado es la tendencia que ha seguido durante los años de estudio las principales cuentas que se están analizando (Novoa, 2002:81).

Este análisis da seguimiento a las razones financieras a través del tiempo. Acceder varios años de información valiosa reportada por la empresa, que le permite determinar si dicha razón ha aumentado, ha disminuido o ha permanecido estable (Carlberg, 2003:154).

2.4.2.2.2. Indicadores Financieros

"Es el estudio efectuado a los estados contables de un ente económico con el propósito de evaluar el desempeño financiero y operacional del mismo, así como para contribuir a la acertada toma de decisiones por parte de los administradores, inversionistas, acreedores y demás terceros interesados en el ente. Representa la relación entre dos cuentas o rubros de los estados contables con el objeto de conocer aspectos tales como la liquidez, rotación, solvencia, rentabilidad y endeudamiento del ente evaluado. Su utilidad está en la lectura con indicadores de otras empresas del mismo sector, y cuando se comparan diversos periodos dentro de la misma empresa, con el fin de evaluar la situación del negocio así como sus tendencias" (ASECORP Ltda., 2009:1).

Según Martínez, (2011:1-18) los indicadores financieros son:

Las razones o indicadores financieros son el producto de establecer resultados numéricos basados en relacionar dos cifras o cuentas bien

sea del Balance General y/o del Estado de Pérdidas y Ganancias. Los resultados así obtenidos por si solos no tienen mayor significado; sólo cuando los relacionamos unos con otros y los comparamos con los de años anteriores o con los de empresas del mismo sector y a su vez el analista se preocupa por conocer a fondo la operación de la compañía, podemos obtener resultados más significativos y sacar conclusiones sobre la real situación financiera de una empresa. Permiten calcular indicadores promedio de empresas del mismo sector, para emitir un diagnóstico financiero y determinar tendencias que nos son útiles en las proyecciones financieras.

Indicadores de Liquidez

Son las razones financieras que nos facilitan las herramientas de análisis, para establecer el grado de liquidez de una empresa y por ende su capacidad de generar efectivo, para atender en forma oportuna el pago de las obligaciones contraídas.

Indicadores de Actividad

Son los que establecen el grado de eficiencia con el cual la administración de la empresa, maneja los recursos y la recuperación de los mismos. Estos indicadores nos ayudan a complementar el concepto de la liquidez. También se les da a estos indicadores el nombre de rotación, toda vez que se ocupa de las cuentas del balance dinámicas en el sector de los activos corrientes y las estáticas, en los activos fijos.

Indicadores de Endeudamiento

Son las razones financieras que nos permiten establecer el nivel de endeudamiento de la empresa o lo que es igual a establecer la participación de los acreedores sobre los activos de la empresa.

Indicadores de Rentabilidad

Son las razones financieras que nos permiten establecer el grado de rentabilidad para los accionistas y a su vez el retorno de la inversión a través de las utilidades generadas.

Indicadores De Rentabilidad.- Establecer el grado de rentabilidad para los socios y el retorno de la inversión mediante las utilidades generadas.

Indicadores de Actividad.- Establecen el grado de eficiencia con el cual la administración de la empresa, maneja y recupera sus recursos invertidos.

Indicadores de Liquidez.- Son razones financieras que sirven como herramientas de análisis, permiten establecer el grado de liquidez que posee la empresa y la capacidad que tiene para generar efectivo.

Índice De Endeudamiento.- Nos permiten medir el monto total de endeudamiento que tiene la empresa con relación a sus fondos propios que tiene la empresa.

2.4.2.2.3. Indicadores de Rentabilidad

“El problema de rentabilidad radica en baja generación de fondos netos, que permitan cubrir el costo de capital de inversión y financiar el crecimiento de la actividad de la empresa. Debe ser la principal fuente de financiamiento de las operaciones, las que marquen el crecimiento de las empresas y la de sus dueños. Si hay rentabilidad los remanentes apoyan otros proyectos de ampliación de planta y mercadeo” (Estupiñán, 2006:179).

Zenteno (2010) indica que:

Los indicadores de rentabilidad miden el éxito de la empresa al obtener un retorno neto en ventas o de una inversión, considerando que la utilidad es el valor económico creado por la empresa luego de un ejercicio anual, es evidente que un resultado pobre es una llamada de alerta a los directivos, para que modifiquen ciertas políticas financieras y estrategias del negocio, que si no se realizan pueden significar probablemente que la empresa salga del mercado.

El Margen bruto

El margen bruto refleja, la efectividad de la política de precios y la eficiencia productiva de la empresa, en otras palabras, ¿Qué tan bien se controla los costos de los bienes y servicios producidos y los márgenes del negocio?; ¿Si los volúmenes logrados arrojan una margen razonable para cubrir los costos fijos de la empresa?

Se debe analizar ¿A qué se debe que el margen bruto haya aumentado o reducido? Si el margen bruto aumenta al elevar el precio del producto, la empresa podría tener problemas de competitividad más adelante y provocar una caída en las ventas y si el margen bruto aumenta por mayor

volumen de ventas este sería el ideal ya que esto haría aumentar las utilidades totales y también la productividad de la inversión

Margen de operación

El margen de operación se obtiene deduciendo del margen bruto los gastos operativos del negocio, (habitualmente los costos fijos), es un indicador de que tan bien se está manejando los gastos generales fijos de la empresa y si existe coherencia entre el margen bruto y el margen de operación obtenido, considerando los volúmenes y precios.

El margen de operación también hay que correlacionarlo con el ratio de retorno de la inversión (ROI), si el margen de operación es favorable y el retorno de la inversión es más bien pobre, es un síntoma claro de una sobre inversión de activos, sobre la cual la empresa tendrá que actuar decididamente. Este es el caso del ejemplo, el retorno en activos totales aunque más aceptable no es tan alto como debiera serlo, esto obedece a que no hay coherencia entre el total invertido y el total obtenido, hay una aparente exceso de inversión en la empresa en activos fijos que no se están utilizando a plenitud (baja rotación de activos fijos), en este caso una reducción en la inversión en activos fijos o una elevación en la rentabilidad de las ventas sería lo más recomendable, para elevar el retorno de la inversión.

Retorno del patrimonio

El retorno del patrimonio (sobre el capital común) indica la capacidad de generación de utilidades del negocio para premiar el retorno a los accionistas, este ratio puede calcularse a partir del valor en libros o del mercado de capitales (valor de acciones en bolsa) de la empresa.

Análisis de tendencias

Apreciar el comportamiento de los indicadores de liquidez, gestión, solvencia y rentabilidad de la empresa en el tiempo, pero para realizar este análisis hay que obtener los resultados en forma homogénea para poder compararlos en el tiempo, y también tomar en cuenta las variaciones en las políticas de crédito y precios, métodos de producción y otras áreas de control administrativo, todas las que afectan al desarrollo de la empresa.

Combinación de Ratios

Los ratios deben analizarse casi siempre de forma interrelacionada (vertical, con otros ratios obtenidos de la empresa) y horizontal (comparando los mismos ratios en el tiempo), el resultado es que permite realizar una interpretación más objetiva de los ratios que está analizando.

2.4.2.2.4. Centro de inversión

Para Villegas (2001), un centro es donde:

La administración es responsable de ventas, costos y de la inversión necesaria en activos. Cuando las compañías se descentralizan, mantienen el control por medio de los centros de responsabilidad y desarrollan medidas de ejecución para cada uno.

Estas medidas son desarrolladas para proporcionar alguna dirección a la administración y evaluar su ejecución. Debido a que estas medidas pueden afectar el comportamiento de la dirección, deberán precisar en alto grado la congruencia de las metas corporativas. Es decir, deben ser consecuentes con los objetivos de la compañía. Tres medidas de ejecución y desempeño para los centros de inversión serán analizadas: El Retorno sobre la Inversión, ROI; El Ingreso Residual, IR; y el valor económico agregado, EVA.

Los centros de inversión pueden tener un importante número de activos que no son utilizados. Eliminar estos activos en el denominador del ROI puede fomentar la consecución y conservación de activos innecesarios. Así el total de activos disponibles para el uso es preferible al total de los utilizados. Emplear los activos ociosos proporciona flujos de caja adicionales que podrían usarse en proyectos alternativos. En contraste si el objetivo es medir la ejecución del segmento, dados los fondos proporcionados por los accionistas para ese segmento, entonces el activo neto deberá ser usado para medir el retorno de los fondos patrimoniales.

El uso del costo original para los activos de planta es más apropiado que el valor en libros neto, cuando se determina la cantidad de inversión. Con el tiempo el valor neto en libros declina y un centro de inversión con iguales retornos cada año podría mostrar continuos incrementos en su retorno sobre inversión, sólo por la disminución de su base de activos.

Estas falsas impresiones en el incremento de los retornos podrán causar evaluación errónea de la ejecución gerencial. El uso del valor corriente de los activos de planta es, sin embargo, preferible al costo original. Los valores corrientes miden el costo de oportunidad de usar tales activos.

2.4.2.2.4.1 Retorno de inversión (ROI)

Según Ortega (2008, 107:115), el retorno de inversión "es una razón que relaciona el ingreso generado por un centro de inversión a los recursos (o base de activos) usados para generar ese ingreso. La rentabilidad del activo es, un indicador que permite conocer las ganancias que se obtienen en relación con la inversión en activos, es decir, las utilidades que generan los recursos totales con los que cuenta el negocio".

$$\text{ROI} = \text{Utilidad Antes De Interés E Impuestos} / \text{Activo}$$

Reverté & Pérez (2009:155), en su estudio mencionan que “el ROI es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar qué tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar. Es decir, al beneficio que hemos obtenido de una inversión (o que planeamos obtener) le restamos el costo de inversión realizada. Luego eso lo dividimos entre el costo de la inversión y el resultado es el ROI”.

$$\text{ROI} = (\text{beneficio obtenido} - \text{inversión}) / \text{inversión}$$

“El retorno de inversión ROI es el rendimiento sobre la inversión. El ROI financiero es la relación que permite determinar la rentabilidad de todos los capitales invertidos en una empresa. Sirve para que la alta dirección y la junta de accionistas evalúen la eficiencia del empleo de los recursos propios financieros de la empresa” (Palacios, 2008:93-94).

Phillips (1997), “advierde que para el proceso ROI resulte útil, debe balancear factibilidad, simpleza, credibilidad y solidez. El también identifica algunas barreras comúnmente encontradas para la implementación del método ROI como: costo y tiempo, falta de habilidad, detección de necesidades defectuosas, temor, falta de disciplina y planificación y suposiciones falsas”.

Retorno de Inversión ROI Positivo

“Cuando el valor del ROI es mayor o igual a 1 ($\text{ROI} \geq 1$), decimos que el proyecto tiene un ROI positivo, ya que se financia con sus propios beneficios en el primer ciclo de aplicación” (Bernárdez 2006:103).

“Si el desempeño y rendimiento esperado va asociado a las expectativas de la empresa será ROI positivo” (Palacios, 2008:93-94).

Retorno de Inversión ROI Negativo

“Cuando el valor del ROI es menor que 1 ($ROI \leq 1$), decimos que el proyecto tiene un ROI negativo, ya que puede financiarse a largo plazo de más de un periodo de aplicación” (Bernárdez 2006:103).

Si el desempeño y rendimiento de la empresa no se ajusta a los niveles esperados, y por tanto está por debajo será ROI negativo (Palacios, 2008:93-94).

Bernárdez (2006:103) nos da a conocer los siguientes modelos del ROI:

Modelos del Retorno de inversión (ROI)

Para Bernárdez (2006:106-108), hay 4 modelos típicos de análisis del ROI:

- Modelo de recurso y requerimientos
- Modelo de ciclo de vida
- Modelo de business case
- Modelo de productividad

Modelo de recurso y requerimientos

Se realizan el análisis y cálculo de los costes directos (personal, equipos, maquinaria, instalaciones, materiales, viáticos, tiempo invertido) que se utilizan para realizar el diagnóstico, diseño, desarrollo, implementación, evaluación y seguimiento, de esta manera poner en marcha el proyecto. El proceso de análisis del proyecto comienza con el nivel organizacional de la empresa, identificando los procesos críticos que obstaculizan la obtención de los resultados esperados, midiendo su coste utilizado y comparándolo con la intervención requerida para la mejora continua.

M o d e l o d e c i c l o d e v i d a

Realiza el análisis del retorno de la inversión con ROI negativo en cada etapa de implementación. Para el proceso de desarrollo del proyecto se define el plan de acción, analiza si el sistema organizacional se encuentra definido, evalúa las oportunidades de mejora, comprueba los procesos de mayor impacto, asigna tareas definidas, evalúa el desempeño individual, verifica la implantación y evaluación los resultados del proyecto en el lapso de tiempo definido.

Coste total ciclo de vida = Coste R & D/Startup + Coste Operacional + Coste Transición

M o d e l o d e b u s i n e s s c a s e

Estos modelos establecen un doble o triple cuadro de resultados, valorando los ingresos y los costos a lo largo de varios ciclos, y estableciendo un punto de equilibrio, en el que la mejora del proyecto ha cubierto sus costes iniciales y comienza a generar beneficios para la organización. Analizando la estructura de la organización, si los recursos son utilizados de manera eficiente, el ambiente de trabajo es el adecuado, el desempeño laboral de los empleados cumplen con las expectativas requeridas, los administrativos mantienen una comunicación adecuada con todo el personal, los objetivos estratégicos están encaminados a la actividad económica de la empresa, los productos y servicios que ofrecen satisfacen las necesidades del cliente y cumplen con la demanda en el mercado competitivo. Se procede a realizar la comparación del proyecto esperado y el planificado, se ejecutó con la calidad, costes, tiempo y generará el máximo beneficio.

M o d e l o d e p r o d u c t i v i d a d

Este modelo compara la inversión realizada con otros proyectos u opciones de inversión disponibles. Evalúa la estructura y estrategia

organizacional, el nivel de competencia, vigilancia, información, monitoreo, comunicación, innovación, experiencia, nivel de confidencialidad, motivación a los empleados, implementación, desarrollo y contribución por parte del personal al proyecto en marcha. Para determina el tipo de inversión a seleccionar.

Apalancamiento Financiero

“Es el grado en que una compañía se financia con deuda. La cantidad de deuda que una compañía usa tiene efectos tanto positivos como negativos. Cuando más grande sea la deuda, mayor será la posibilidad de que la compañía tenga problemas para cumplir con sus obligaciones. Por lo tanto, cuanto mayor sea la deuda, más alta será la probabilidad de que se presenten apuros financieros e incluso una quiebra. Además, la posibilidad de apuros financieros, y de las obligaciones por deuda en general, podría crear conflictos de interés entre los depositarios. La deuda tiene menores costos de transacción y generalmente es más fácil de obtener. La deuda afecta la forma en que los depositarios de una compañía soportan la mayor posibilidad de apuros financieros” (Emery, Finnerty, & Stowe, 2000:92).

“El apalancamiento financiero es el uso de dinero prestado. Los accionistas de una empresa usan el apalancamiento financiero para impulsar su ROE, pero al hacerlo aumenta la sensibilidad de este a las fluctuaciones de la rentabilidad de operación subyacente de la empresa medida por su ROA. Es decir al usar el apalancamiento financiero, los accionistas de la empresa están sujetos al riesgo financiero así como riesgo de operación de la empresa.

Un aumento del apalancamiento financiero de una empresa aumenta su ROE si y solo si su ROA excede la tasa de interés de los fondos prestados. Es decir si el ROA excede la tasa de préstamo, entonces la empresa gana más con el capital que emplea que lo que paga a sus

acreedores. El excedente queda así disponible para los accionistas de la empresa y por ende aumenta el ROE (rentabilidad financiera). Por otro lado, si el ROA (rentabilidad del activo) es menor que la tasa de interés, los accionistas habrían estado mejor sin endeudamiento" (Bodie & Merton, 2003:80).

Dasi, Dolz, Ferrer, & Iborra (2006:384), mencionan que se debe tener en cuenta la definición de riesgo económico y riesgo financiero y entender los conceptos de ROI y ROE:

Riesgo Económico.- Se deriva de su capacidad de generar resultados, y depende de los riesgos inherentes a las variaciones en las ventas y costes de explotación.

Riesgo Financiero.- Depende del mayor o menor endeudamiento de la empresa y por tanto, de sus mayores o menores costes financieros.

Retorno de Inversión (ROI).- Compara el beneficio de explotación (antes de gastos financieros e impuestos) con el activo de la empresa. Se trata de una medida de eficiencia del rendimiento de los activos de la empresa.

Rentabilidad Financiera.- Compara el BDI (beneficio de explotación después de interés e impuestos) con los recursos propios de la empresa. Es la rentabilidad que obtienen los propietarios del capital de la empresa, después de pagar intereses por tener deudas e impuestos.

Apalancamiento financiero es la relación entre el pasivo exigible y los fondos propios, en los casos en los que la rentabilidad económica es superior al coste de los recursos ajenos, un apalancamiento fuerte aumenta la rentabilidad financiera de los propietarios de la empresa. Por el contrario, incrementa el riesgo financiero ante un incremento del coste de los recursos ajenos o una reducción de la rentabilidad económica.

Según Malagón, Morera, & Laverde (2006:601-602) existe apalancamiento tanto en balance general como en el estado de resultados de la empresa:

Apalancamiento en el Balance

Es la proporción existente entre el pasivo y patrimonio que una empresa establece para financiar su inversión. Esta medida por el indicadores de endeudamiento. Se presentan apalancamiento financiero (financiación de

deudas con créditos del sector financiero en relación con el patrimonio), apalancamiento comercial (financiación con proveedores en relación con el patrimonio), apalancamiento corto plazo (financiación con pasivos de corto plazo con relación al patrimonio), apalancamiento a largo plazo (guarda relación con el endeudamiento (deuda / activo) de la empresa.

Apalancamiento del estado de Resultados.- En el estado de resultados existe la información necesaria para determinar el apalancamiento total de la empresa que se descompone en dos etapas relacionadas con la composición del estado de resultados de una organización a saber: operativo y financiero de la empresa.

Apalancamiento Total.- Mide el impacto que una variación porcentual en las ventas genera sobre la utilidad neta de un periodo. Es la ponderación del apalancamiento operativo y financiero.

Apalancamiento Financiero.- Es el impacto que una variación porcentual en la utilidad operacional genera sobre la utilidad neta de la empresa.

Apalancamiento de inversión.- Es la relación entre el pasivo y el patrimonio de un negocio, el apalancamiento es la relación existente entre la financiación a través del pasivo y la financiación a través de la inversión en recursos propios (patrimonio).

Apalancamiento de Operación.- Es el impacto que una variación porcentual en las ventas genera sobre la utilidad neta u operacional de la empresa.

2.5. HIPÓTESIS

¿La valoración de la Franquicia TOTTO Ambato permite el retorno de inversión?

2.6. SEÑALAMIENTO DE VARIABLES

2.6.1. Variable Independiente:

- Valoración de la Franquicia

2.6.2. Variable Dependiente:

- Retorno de Inversión

2.6.3. Unidad de Observación

- Franquicia TOTTO Ambato.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1 ENFOQUE

Según McGran-Will (195:142), “la investigación es la fundamentación científica para adoptar una posición, frente al mundo. Este elemento guía la elaboración del marco teórico y la metodología del proceso investigativo.

Un método es un procedimiento para tratar un conjunto de problemas. Requieren un conjunto de métodos y técnicas especiales. Los problemas del conocimiento, a diferencia de los del lenguaje de acción, requieren la invención o la aplicación de procedimientos especiales adecuados para los varios estadios del tratamiento de los problemas, desde el mero enunciado de estos hasta el control de las soluciones propuestas”.

“El trabajo que se propuso, la relación sujeto-objeto, se realizó a través del campo de la dialéctica, que se caracteriza por plantear una investigación sobre hechos y fenómenos reales, objetivos, concretos y por lo tanto son susceptibles de ser medibles, valorados, cuantificados, demostrados, comprobados, sin llegar al campo del idealismo y subjetividad” (Rodríguez, Ariza, & López, 2007).

La presente investigación, se desarrolló a base a la normativa del paradigma naturalista, puesto que tiene como finalidad comprender e interpretar la realidad de la empresa, conocer el problema planteado, familiarizarse con el entorno, es decir, conocer la parte interna y externa, analizar cuáles son los puntos críticos que afectan a la empresa para dar

su respectiva solución en base a métodos y técnicas especiales que ayuden a tomar decisiones oportunas en la franquicia TOTTO Ambato.

3.2 MODALIDAD BÁSICA DE LA INVESTIGACIÓN

En la presente investigación predomina el enfoque cuantitativo y cualitativo, para su ejecución se utilizaron distintas modalidades, en las que se señala las siguientes:

3.2.1 Investigación Observacional

Gras, Argilaga, & Benito (1990: 125) nos indica que "es la estrategias particular del método científico que se propone la cuantificación del comportamiento espontaneo que ocurre en situaciones no preparadas, implicando para su consecución el cumplimiento de una serie ordenada de etapas. Su finalidad se materializa en la resolución de problemas acerca de la conducta manifestada de sujetos que se hallan en un ámbito natural".

Se utilizara la investigación observacional debido a que el investigador interviene directamente para la obtención de información del objeto de estudio para el análisis de las variables.

3.2.2 Investigación Analítica

"Es la forma de estudio para analizar quién, donde, cuándo, cómo y porqué del sujeto de estudio. Es un procedimiento más complejo con respecto a la investigación descriptiva, consiste en establecer la comparación de variables entre grupos de estudio y de control sin implicar o manipular variables" (Namakforoosh, 2000).

Según Bayardo (2000:128) "a través de esta metodología se obtiene información acerca del estado actual de los fenómenos, de acuerdo a los propósitos de estudio, el investigador determina cuales son los factores o las variables cuya situación pretende identificar. La descripción puede incluir aspectos cuantitativos y cualitativos de los fenómenos".

Esta investigación se va a realizar bajo la modalidad analítica debido a que se espera definir y describir adecuadamente los aspectos esenciales de las variables que van a ser analizadas como son la valoración de la franquicia TOTTO y el retorno de inversión.

3.2.3 Investigación Transversal

"Recolecta datos en un solo momento, en un tiempo determinado. Su propósito es describir variables y analizar su incidencia e interrelación en un momento dado o decir comunidades, eventos, fenómenos o contextos. Puede estudiarse más de un grupo o subgrupo de objetos de investigación" (Gómez, 2006).

Se ha determinado que el presente trabajo es bajo la modalidad transversal debido a que la misma se va a desarrollar en un breve lapso de tiempo.

3.3 NIVEL O TIPO DE INVESTIGACIÓN

3.3.1 Investigación Descriptiva

"Consiste en la caracterización de los hechos, fenómenos, individuos o grupos, con el fin de establecer su estructura o comportamiento. Los resultados de este tipo de investigación se ubican en un nivel intermedio en cuanto a la profundidad de los conocimientos que se refiere. El estudio de medición de variables independientes; su misión es observar y cuantificar la modificación de una o más características en un grupo" (Arias, 2006:24).

En este tipo de investigación se conocerá y especificara los aspectos que generaran el problema. Se tendrá el conocimiento detallado de los rasgos externos del objeto o fenómeno. Se utilizara los instrumentos técnicos como es las encuestas y un análisis cuantitativo para la recolección de información, cuentas y montos de los estados financieros de la franquicia.

3.3.2 Investigación Explicativa

“Se encarga de buscar el porqué de los hechos mediante el establecimiento de relaciones causa-efecto. En este sentido, los estudios explicativos pueden ocuparse tanto de la determinación de las causas (investigación post facto), como de los efectos (investigación experimental), mediante la prueba de hipótesis. Sus resultados y conclusiones constituyen el nivel más profundo de conocimientos” (Arias, 2006:26).

Mediante esta investigación se pretende explicar el fenómeno de estudios. Legar el conocimiento de la causa de problema de investigación y dar alternativas de solución.

3.3.3 Investigación Relacional

García (1994: 308) nos dice que, “la investigación relacional parte de una serie de supuestos identificativos que la diferencia del exploratorio, así, el investigador se plantea sus hipótesis sobre hechos o fenómenos que ya han acontecido. Para lo cual se utilizan el término de hipótesis directivas u objeto de investigación”.

En la investigación se considera el nivel relacional debido permite establecer la relación y la influencia que existe entre las variables de estudio que para este caso son la valoración de la franquicia TOTTO y el

retorno de la inversión, para luego darnos a conocer las tendencias que afectan a esta situación.

3.4 POBLACIÓN Y MUESTRA

3.4.1 Población

Según Bernal (2006:164), "población es el conjunto de todos los elementos o individuos que tienen ciertas características similares y sobre las cuales se desea hacer una inferencia o una unidad de análisis a los cuales se refiere la investigación. Se puede definir también como el conjunto de todas las unidades de muestreo".

Población es la totalidad de un fenómeno de estudio, incluye la totalidad de las unidades de análisis o entidades de población que integran dicho fenómeno y que debe cuantificarse para un determinado estudio integrado un conjunto N de entidades que participan de una determinada característica y se le denomina población por constituir la totalidad del fenómeno adscrito a un estudio o investigación (Tamayo, 2001:176).

Matriz de la Población

Las unidades de población de la empresa proviene del universo de estudio, de la empresa, la cual ofrece la más sofisticada tecnología en ropa, morrales, mochilas, bolsos, maletines y accesorios, para toda clase de clientes, ofreciendo productos que satisfagan sus necesidades.

La población motivo de investigación estará conformada por los siguientes sujetos.

P O B L A C I Ó N	N °
Gerente General	1
Vendedores	9
Administradores	2
Jefe de bodega	2
Bodegueros	4
Contador	1
Auxiliar contable	1
Inventarios	4
Coordinador de visual tiendas	2
Tecnología	2
Talento humano	1
Limpieza	2
T O T A L	31

Tabla 1: Matriz de la Población
Realizado por: Sandra Naranjo
Fuente: Franquicias TOTTO Ambato

El universo de la población está integrado por 31 colaboradores que corresponde al personal administrativo, y de ventas; por ser pequeña la población se tomara como muestra a toda la población, por lo que se procederá a realizar las encuestas para la obtención de resultados.

3.5 OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

“Consiste en descomponer las variables, dimensiones, sus equivalentes conductuales e indicadores. Permite realizar un análisis, desde su concepto hasta la identificación de los recursos cuantitativos o cualitativos con que se mide. Lleva esta noción desde el plano teórico al operativo, y consiste en el acto de medición del grado en que el concepto se expresa en una unidad de análisis específica” (Silva, 1997:44).

Tamayo (2001:169) nos da a conocer es una variable:

Una variable es un aspecto o dimensión de un fenómeno que tiene como característica la capacidad de asumir distintos valores, ya sea cuantitativa o cualitativa. Es la relación causa-efecto que se da entre uno o más fenómenos estudiados. En toda variable el factor que asume esta condición debe ser determinado mediante observaciones y estar en condiciones de medirse para enunciar que, de una entidad de observación a otra el factor varía y, por tanto cumple con su característica.

La validez de esta variable depende sistemáticamente del marco teórico que fundamenta el problema y del cual se ha desprendido, y de su relación directa con la hipótesis que la respalda.

Inicialmente se definen las variables contenidas en la hipótesis en forma teórica, luego en forma empírica, lo cual recibe el nombre de indicadores de variables.

En el proceso de determinación de variables es necesario determinar los parámetros de medición a partir de los cuales se establecerá la relación de variables enunciadas por la hipótesis, para lo cual es necesario tener en cuenta: la definición nominal, es el nombre de la variable que debe medirse; mientras que en la definición operacional, encontramos la dimensión que es un factor rasgo de la variable que debe medirse y que no permite establecer indicadores que nos señalan como medir las dimensiones o rasgos de la variable. Finalmente se indica el índice, que es el resultado de la combinación de valores obtenidos en cada uno de los indicadores propuestos para medir la variable.

3.5.1. Variable Independiente: Valoración de la Franquicia TOTTO

DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	ÍTEMAS BÁSICOS	TÉCNICA E INSTRUMENTOS
<p>La Franquicia es un sistema de cooperación entre empresas diferentes pero obligadas por un contrato donde la franquiciadora otorga a la otra (u otras), denominadas franquiciadas a cambio de contraprestaciones (pagos), el derecho a explotar una marca y/o una fórmula comercial materializada en unos signos distintivos, asegurando al mismo tiempo la ayuda técnica y los servicios regulares necesarios destinados a facilitar dicha explotación. Para ingresar en el negocio de las franquicias es necesario que el inversionista evalúe con todo detalle las ventajas y desventajas que este sistema le puede deparar, tanto para los franquiciantes como para los franquiciatarios.</p>	Franquicia y empresa independiente	Fuentes de información	¿Cómo cual es la diferencia entre franquicia y negocio independiente?	<p>TÉCNICA Observación</p> <p>INSTRUMENTOS Registro de Estados Financieros</p> <p>Encuesta Dirigida al gerente y colaboradores Franquicias TOTTO Antioquia</p>
	Contraprestaciones	Documentos de sustento	¿Cuáles son las contraprestaciones que debe cumplir el franquiciante con el franquiciado al otorgarle una franquicia? ¿Cuándo se adquiere una franquicia recibe la capacitación técnica necesaria para poner en marcha el negocio en el sector establecido?	
	Ventajas y desventajas	Fuentes de información	¿Ha realizado un estudio de ventajas y desventajas que otorga una franquicia al momento de adquirirla y poner en marcha el negocio en el mercado?	
	Métodos de valoración	Método directo Beneficios estimados – (tasa de rentabilidad) / nominal que se va de aplicar * Valor Sustancial / Tasa de rentabilidad de la franquicia	¿La empresa ha establecido algún método de la valoración de la franquicia para determinar el monto neto en las mismas?	
	Valor Sustancial Valor de rendimiento Cálculo del Goodwill	Método indirecto Valor Global – Valor Sustancial	¿La franquicia realiza arcos de caja periódicos para determinar el monto diario de las ventas? ¿La empresa verifica periódicamente las transacciones financieras realizadas?	
	Mitos en ventas	Registro de transacciones	¿La institución realiza flujos de efectivo para conocer la situación económica de la empresa?	
	Situación económica	Flujos de caja	¿Qué relación tiene la valoración de la franquicia en el retorno de la inversión de la empresa? ¿La empresa realiza la comparación de las cifras con los resultados obtenidos en períodos cortados anteriores?	
	Períodos cortados	Estados financieros		

Cuadro 1: Operacionalización de Variable Independiente
 Realizado por: Sandra Narango
 Fuente: Franquicias TOTTO Antioquia

352 Variable Independiente: Retorno de Inversión

DEFINICIÓN	CATEGORÍA	INDICADORES	ITEMS BÁSICOS	TECNICASE INSTRUMENTOS
<p>Es un valor que mide el rendimiento de una inversión, para evaluar que tan eficiente es el gasto que estamos haciendo o que planeamos realizar. Es un indicador que permite conocer las ganancias que se obtienen en relación con la inversión en activos, es decir, las utilidades que generan los recursos totales con los que cuenta el negocio.</p> <p>Permite determinar la rentabilidad de todos los capitales invertidos en una empresa. Sirve para que los dueños valen la eficiencia del empleo de los recursos propios financieros de la empresa.</p> <p>Para que el ROI resulte útil, debe balancear factibilidad, simpleza, credibilidad y solidez.</p>	Rendimiento de inversión	Ingresos	<p>¿Al momento de realizar una inversión se mide el rendimiento y el riesgo que se debe enfrentar?</p> <p>¿El retorno de inversión permite determinar la rentabilidad de los capitales invertidos?</p>	<p>TÉCNICA Observación</p> <p>INSTRUMENTOS</p> <p>Registro de Estados Financieros</p> <p>Encuesta Dirigida al gerente y colaboradores de Franquicias TOTIO Antio</p>
	Capitales invertidos	Rentabilidad	<p>¿La empresa realiza un análisis de los costos y gastos realizados para determinar los ingresos obtenidos en la inversión en activos?</p>	
	Inversión en activos	Gasto realizado en la compra de inventarios, equipos, accesorios, vehículos.	<p>¿Los dueños realizan un análisis de los recursos propios financieros de la franquicia para invertir en la compra de insumos para la venta?</p>	
	Recursos financieros propios	Registro de transacciones Reporte estados financieros	<p>¿La empresa recopila toda la información de las transacciones realizadas para evaluar la situación financiera y realiza la interpretación de resultados de las operaciones transaccionales?</p>	
Indicadores financieros	ROI = Beneficio antes de impuestos/Activos totales	<p>¿Se realiza el cálculo de indicadores financieros para conocer las ganancias que se obtienen en relación con la inversión en la franquicia?</p> <p>¿Los estados financieros deben balancear factibilidad, simpleza, credibilidad y solidez para conocer como están marchando el negocio?</p>		
Métodos de ROI	<ul style="list-style-type: none"> • Recursos y Requerimientos • Ciclo de Vida • Business Case • Productividad 	<p>¿Los estados financieros ayudan a determinar el Retorno de Inversión de la franquicia?</p> <p>¿La empresa realiza un análisis de los costos directos de la etapa de implementación hasta su puesta en marcha del proyecto para verificar que tan rentable va a ser la inversión?</p>		

Cuadro 2 Operacionalización de Variable Dependiente

Realizado por: Sandra Narango

Fuente: Franquicias TOTIO Antio

3.5.2. Variable Independiente: Retorno de Inversión.

3.6 RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Para Herrera (2002: 174), Metodológicamente, la construcción de la información se opera en dos fases: plan para la recolección y procesamiento de información.

3.6.1. Plan para la Recolección de Información

Este plan contempla estrategias metodológicas requeridas por los objetivos e hipótesis de investigación, de acuerdo con el enfoque escogido, considerando los siguientes elementos.

Definición de los sujetos: personas u objetos que van hacer investigados.

Los sujetos de acuerdo a la población a quienes va enfocado nuestra investigación corresponden: a los dueños, gerente y colaboradores de Franquicias TOTTO.

Selección de las técnicas a emplear en el proceso de recolección de información

Según Rodríguez (2008: 14), Las técnicas de Investigación se la debe realizar de forma permanente, y que es necesario reforzar algunos datos conseguido por medio de la encuesta, a través de un cuestionario con esto se tendrá ideas más claras y real del problema motivo de investigación.

La misma que consiste en plantear una serie de preguntas estructuradas a los directamente implicados en el problema.

Es un proceso prácticamente exclusivo de las ciencias sociales. Parte de la premisa de que si queremos conocer algo acerca del comportamiento del personal que labora en la institución, la mejor es preguntárselo directamente a ellos.

La encuesta puede aplicarse de diferentes modos, auto administrado, por entrevista personal, por entrevista telefónica, auto administrado y envió por correo postal o electrónico.

Instrumentos seleccionados o diseñados de acuerdo con la técnica escogida para la investigación

De acuerdo a la necesidad del presente trabajo de investigación se aplicara el instrumento de los cuestionarios ya que de esta manera obtendremos información muy relevante que nos permita interpretar de una manera eficiente los resultados obtenidos.

Selección de recursos de apoyo

Para el desarrollo del presente trabajo se cuenta con el apoyo de la las siguientes partes:

Procedimiento de recolección de Información

TÉCNICAS	PROCEDIMIENTOS
❖ ENCUESTA	Cómo? Cuestionario
❖ REGISTROS DE	Dónde? Franquicia TOTTO Ambato
PRESUPUESTOS	Cuándo? 2014

Cuadro 3: Procedimiento de recolección de Información
 Elaborado por: Sandra Naranjo
 Fuente: Investigación de Campo

Explicitación de procedimientos para la recolección de información, como se va aplicar los instrumentos de tiempo y espacio.

En la presente investigación se realizará la encuesta al personal que labora en la Franquicia TOTTO Ambato, la información que se obtendrá será mediante el diálogo entre el investigador y el investigado bajo las siguientes condiciones.

La información que de los cuestionarios se genere mediante la tabulación de sus respuestas y la observación de los registros de presupuestos asignados, permitirá obtener datos para tomar las acciones correctivas.

Procedimientos para la recolección de Información

PREGUNTAS	RESPUESTAS
¿ Qué?	Valoración de la Franquicia TOTTO Ambato y Retorno de Inversión.
¿ Para qué?	Determinar la valoración de la Franquicia y el beneficio obtenido.
¿ De qué Institución o sujeto?	Franquicias TOTTO Ambato
¿ Sobre qué aspecto?	❖ Valoración de la Franquicia ❖ Retorno De Inversión
¿ Quién o quiénes?	Investigadora Sandra Naranjo
¿ Cuándo?	A partir de abril de 2014
¿ Cuántas veces?	Se aplicara una vez en la presente investigación.
¿ Qué técnica de recolección?	❖ Encuestas ❖ Observación de Estados Financieros
¿ Con que?	Con un instrumento tales como son los cuestionarios.
¿ En qué situación?	Personal

Cuadro 4: Procedimientos para la recolección de Información

Elaborado por: Sandra Naranjo

Fuente: Franquicias TOTTO Ambato

3.7. PROCESAMIENTO Y ANÁLISIS

3.7.1. Plan de procesamiento de información

- ✓ Revisión de la información recogida; es decir limpieza de información defectuosa; contradictoria, incompleta, no pertinente, etc.
- ✓ Repetición de la recolección, en ciertos casos individuales para corregir fallas y contestaciones, en caso que no se encuentre con toda la información necesaria.
- ✓ Tabulación o cuadros según variables de cada hipótesis; manejo de información, estudio de datos para presentación de resultados, a través del programa de informática llamado excel.

Tabla para la tabulación de los resultados de las encuestas.

Cuantificación de Datos

PREGUNTAS	X	Y	Z	TOTAL
1				
2				
3				
N				

Tabla 2: Cuantificación de Datos

Elaborado por: Sandra Naranjo

Fuente: Franquicias TOTTO Ambato

Representación Gráfica

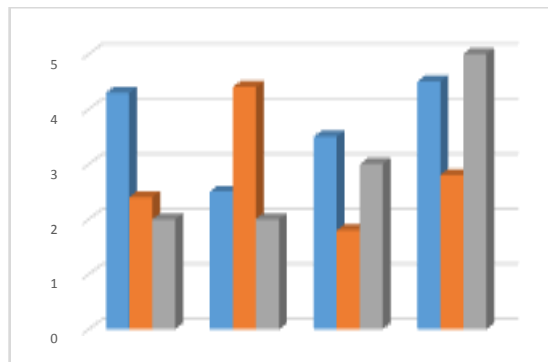
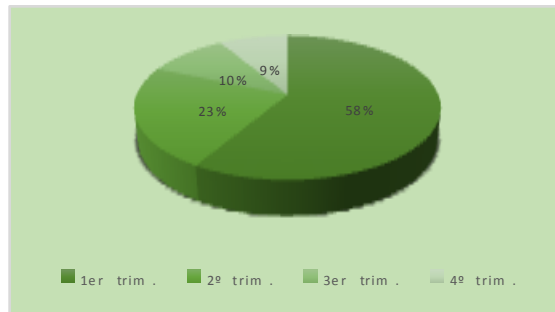


Gráfico 1: Representación Gráfica
Elaborado por: Sandra Naranjo
Fuente: Franquicias TOTTO Ambato

Los resultados serán representados mediante gráficos en forma de pastel y de barras como está indicado en el gráfico anteriormente mencionado.

3.7.2. Plan de análisis e interpretación de resultados

- ✓ Análisis de los resultados estadísticos, destacando tendencias o relaciones fundamentales de acuerdo con los objetivos e hipótesis.
- ✓ Para el análisis estadístico de los resultados obtenidos se utilizará una de las herramientas muy importantes para este tipo de estudio como es el manejo de cuadros estadísticos que se pueden elaborar en Excel en el cual se dará a conocer de una manera más clara y sintetizada los resultados obtenidos en las encuestas.

- ✓ Interpretación de los resultados, con apoyo del marco teórico, en el aspecto pertinente.

- ✓ Comprobación de la hipótesis, el propósito del análisis estadístico es reducir el nivel de incertidumbre en el proceso de toma de decisiones. En la presente investigación para la verificación de La investigación de la hipótesis se utilizara la prueba de bondad de ajuste Chi Cuadrado.

- ✓ Establecimiento de conclusiones y recomendaciones. Se deriva de la ejecución y cumplimiento de los objetivos específicos de la investigación.

CAPITULO IV

PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1 ANÁLISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

Este capítulo consiste en el análisis e interpretación de resultados, de verificación de la Hipótesis, mecanismos importantes para el procesamiento de datos ya tabulados, a través de la encuestas aplicadas al personal y clientes de la Franquicia TOTTO Ambato, se procedió a la recopilación de resultados, para luego tabularlos, mediante la aplicación de Estadística Descriptiva, como medio principal de los datos obtenidos, para convertirlos a porcentajes mediante una síntesis del análisis.

Los procedimientos estadísticos aplicados son: la media aritmética, la correlación y la prueba de Chi cuadrado que se convertirán en los parámetros con los que se verificará la hipótesis. Para dar cumplimiento a los objetivos planteados en este trabajo, se ingresó la información en una hoja electrónica de Microsoft Excel, para su análisis e interpretación. Además, se realizaron gráficos estadísticos con la ayuda de Microsoft Office Excel 2013, para comprensión de los resultados. Esta información esta presentada en cuadros organizados en filas y columnas que corresponden a las frecuencias y porcentajes de las categorías utilizadas en los ítems de las encuestas.

Se planteó 10 preguntas de carácter cerrado sobre las diferentes variables correspondiente la presente investigación. El objeto de estudio como se detalla en el capítulo anterior está conformado por la muestra de 32 personas encuestadas de la Franquicia TOTTO, para efectos de la variable independiente como es la Valoración de la Franquicia, y la variable dependiente el Retorno de Inversión.

4.2. INTERPRETACIÓN DE DATOS

1. ¿Conoce cuál es la diferencia entre franquicia y negocio independiente?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	29%
NO	22	71%
Total	31	100%

Tabla 3: Negocio Independiente
Elaborado por: Sandra Naranjo

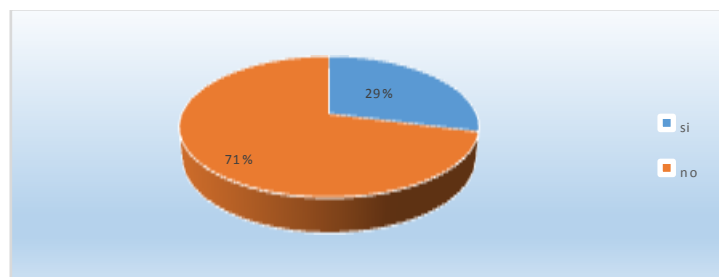


Gráfico 2: Negocio Independiente
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 29% de las personas encuestadas establecen que si conocen la diferencia que existe entre franquicia y negocio independiente, mientras que el 71% manifiesta que no conocen la definición de estos elementos.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 3 afirma, que no tienen conocimiento de la definición de franquicia y negocio independiente por lo que es necesario realizar un estudio del crecimiento empresarial que ofrecen, para implementar y poner en marcha un negocio e identificar si los productos a ofrecer satisfacen las necesidades del cliente; y si estos son financiados por si mismos o requieren de otros ingresos para sostener el crecimiento del negocio y generar un rendimiento satisfactorio.

2. ¿Para adquirir una franquicia se requiere de experiencia propia?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	24	77%
NO	7	23%
Total	31	100%

Tabla 4: Franquicia
Elaborado por: Sandra Naranjo

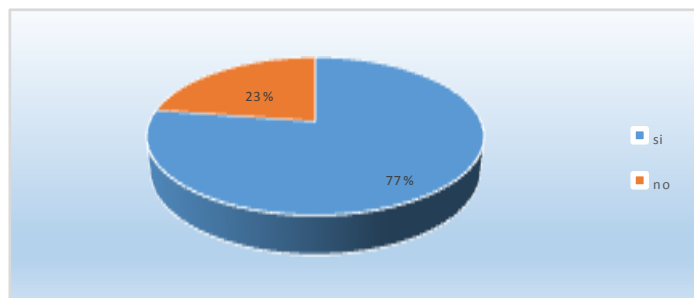


Gráfico 3: Franquicia
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 77% de las personas encuestadas establecen que si se necesita de experiencia propia para adquirir un negocio de franquicia, mientras que el 23% manifiesta que no se necesita tener conocimiento de los criterios y alternativas que se debe tomar en cuenta al momento de elegir una franquicia.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 4 afirma, que se debe tener la experiencia necesaria, el apoyo de un franquiciante, y el conocimiento suficiente de las ventajas y desventajas que trae consigo el adquirir una franquicia de marca reconocida y exitosa, para quien desea comenzar un negocio propio. Debido a que el franquiciante ofrece las pautas, procesos y procedimientos para iniciar un negocio supervisándolos durante el contrato o relación comercial existente.

3. ¿La empresa ha establecido algún método de la valoración de la franquicia para determinar el monto invertido en las mismas?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	11	35%
NO	20	65%
Total	31	100%

Tabla 5: Valoración de la Franquicia
Elaborado por: Sandra Naranjo

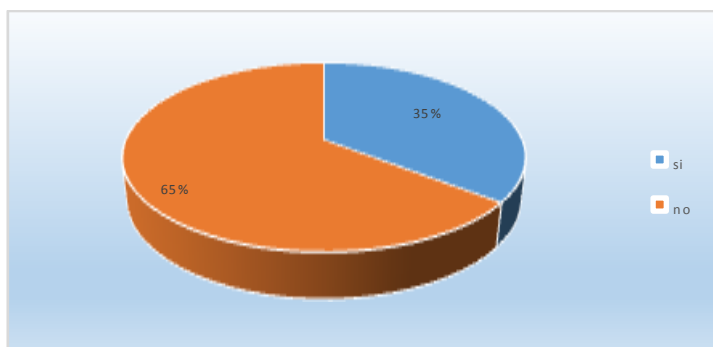


Gráfico 4: Valoración de la Franquicia
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 35% de las personas encuestadas establecen que la franquicia si ha instaurado métodos de valoración para establecer los montos invertidos en el negocio, mientras que el 65% manifiesta que no se ha realizado ningún método para valorar la franquicia.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 5 afirma, que la franquicia no ha establecido ningún método de valoración para determinar la inversión realizada del negocio en marcha y comprobar si esta es recuperada en un plazo aceptable para lograr una mayor rentabilidad y un crecimiento sostenido en el tiempo.

4. ¿La institución realiza flujos de efectivo para conocer la situación económica actual la empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	9	32%
NO	22	68%
Total	31	100%

Tabla 6: Flujos de Efectivo
Elaborado por: Sandra Naranjo

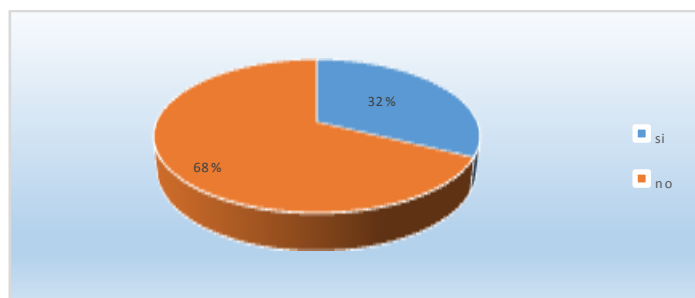


Gráfico 5: Flujos de Efectivo
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 32% de las personas encuestadas establecen que la franquicia si realiza flujos de caja periódicamente para conocer la situación económica actual en la que se encuentra, mientras que el 68% manifiesta que no tienen conocimiento.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 6 afirma, que la empresa no realiza flujos de caja para conocer la situación económica actual de la franquicia por lo que es necesario realizar un análisis para conocer las proyecciones futuras que va a realizar al momento de invertir y determinar si la franquicia ha recuperado sus montos invertidos, o requiere de otros ingresos para financiar sus operaciones y sostener el crecimiento del negocio generando un rendimiento satisfactorio.

5. ¿Es importante la valoración de la franquicia en el retorno de la inversión de la empresa?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	25	81%
NO	6	19%
Total	31	100%

Tabla 7: Importancia de la Franquicia
Elaborado por: Sandra Naranjo

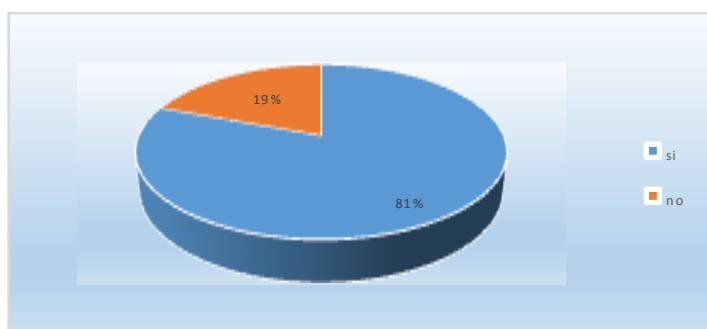


Gráfico 6: Importancia de la Franquicia
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 81% de los encuestados establecen que la valoración de la franquicia es importante en el retorno de la inversión, mientras que el 19% establece que estos términos no tienen ninguna relación ni importancia en el negocio adquirido.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 7 aseveran, que es importante conocer la valoración de la franquicia para verificar si el retorno de la inversión realizada es recuperada satisfactoriamente. Debido a que debe tomar en cuenta los valores a pagar por derechos de franquicia, el precio de las regalías mensuales y los montos por gastos promocionales y publicidad para, restado los costos conocer la utilidad que arrojo el negocio.

6. ¿Al momento de realizar una inversión el franquiciado mide el rendimiento y el riesgo al que debe enfrentarse?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	13	42 %
NO	18	58 %
Total	31	100 %

Tabla 8: Rendimiento y Riesgo
Elaborado por: Sandra Naranjo

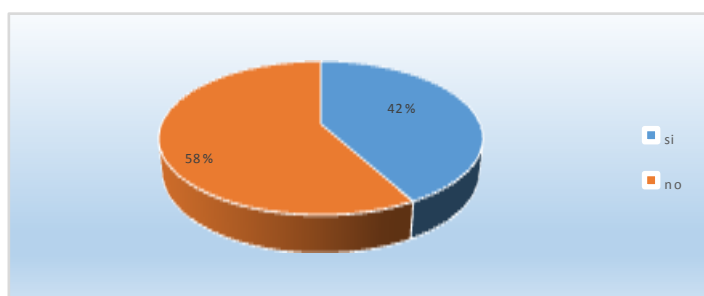


Gráfico 7: Rendimiento y Riesgo
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 42% de los encuestados respondieron que al momento de realizar un análisis de retorno de inversión el franquiciado si mide los riesgos a los que debe enfrentarse al momento de poner en marcha su negocio, mientras que el 58% manifiesta que no se analiza los rendimientos y conflictos que pueden presentarse.

INTERPRETACIÓN:

Según la tabla No 8 podemos observar que la mayoría de los encuestados afirmaron que el franquiciado no realiza un análisis previo de los rendimientos y riegos que pueden presentarse al momento de iniciar un negocio en franquicia. Por lo que se debería evaluar la marca, calidad de los insumos, debido a que el prestigio empresarial y la credibilidad que la franquicia desarrollada en el cliente, aumenta la probabilidad de éxito del negocio y ayuda a enfrentarse al mercado competitivo.

7. ¿El retorno de la inversión permite determinar la rentabilidad de la franquicia?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	15	48%
NO	16	52%
Total	31	100%

Tabla 9: Retorno de la Inversión
Elaborado por: Sandra Naranjo

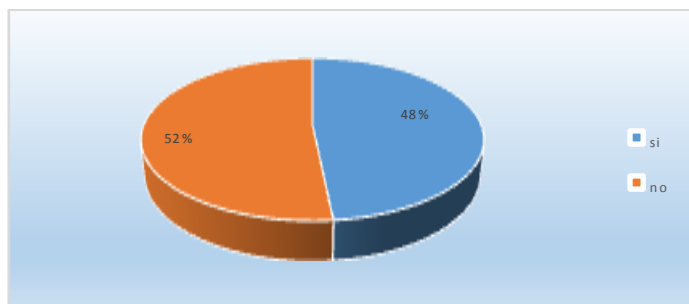


Gráfico 8: Retorno de la Inversión
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 48% de los encuestados establecen que el retorno de la inversión si permite determinar la rentabilidad de la franquicia, mientras que el 52% establece que no es importante conocer cuáles la utilidad que proporcione la franquicia.

INTERPRETACIÓN:

Como se puede observar en la tabla No 9 los encuestados respondieron que el retorno de la inversión permite determinar la rentabilidad de la franquicia debido a que hay que dar seguimiento para establecer si al término del periodo establecido se recuperó la inversión y si esta fue realmente rentable y cumplió con las expectativas económicas propuestas por el franquiciado, y en un caso poder adoptar medidas preventivas y correctiva que hagan falta en el negocio.

8. ¿La empresa realiza un análisis financiero para determinar los ingresos obtenidos por la franquicia?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	8	26 %
NO	23	74 %
Total	31	100 %

Tabla 10: Análisis Financiero
Elaborado por: Sandra Naranjo

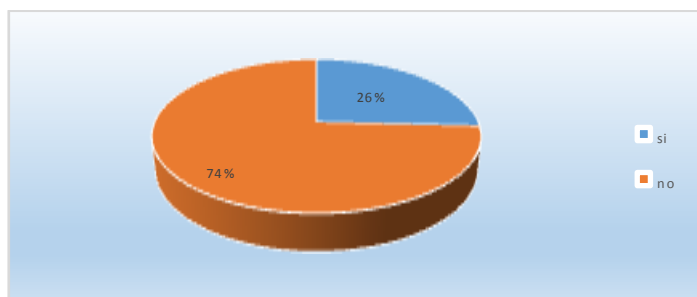


Gráfico 9: Análisis Financiero
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 26% de los encuestados afirman que si se realiza un análisis financiero para determinar los ingresos obtenidos por la franquicia, mientras que el 74% establece que no han realizado un análisis de los términos financieros relacionados con la franquicia para verificar si el negocio es un proyecto factible.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 10 establece, que el franquiciado no ha realizado un análisis financiero para determinar los entradas de dinero obtenidas por la franquicia. Por lo que se debe realizar estudio minucioso de los ingresos y gastos del negocio, debido a que la franquicia requiere de un equilibrio económico para su correcto desarrollo y permanencia en el tiempo.

9. ¿La franquicia recopila toda la información de las transacciones realizadas, para evaluar la situación financiera y realiza la interpretación de resultados de las operaciones transaccionales?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	28	90 %
NO	3	10 %
Total	31	100 %

Tabla 11: Operaciones Transaccionales
Elaborado por: Sandra Naranjo

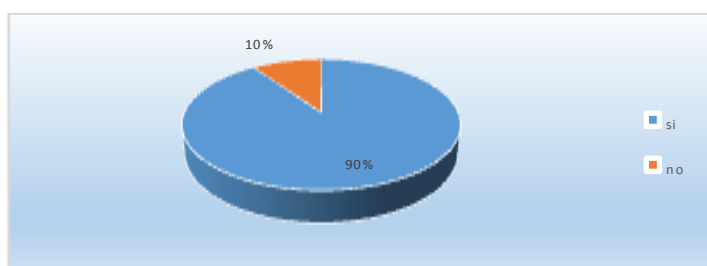


Gráfico 10: Operaciones Transaccionales
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 90% de los encuestados establecen que franquicia recopila toda la información de las transacciones realizadas, para evaluar la situación financiera y realiza la interpretación de resultados de las operaciones transaccionales, mientras que el 10% establece que no se realiza el registro de las transacciones financieras.

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 11 afirma que, la franquicia si recopila toda la información de las transacciones realizadas, para evaluar la situación financiera y realiza la interpretación de resultados y llevar un registro de las operaciones financieras ejecutadas para que los estados financieros sean preparados y presentados en el lugar y momento determinado para una toma de decisiones oportuna.

10. ¿Se aplica indicadores financieros para conocer la rentabilidad en relación con la inversión en la franquicia?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
SI	5	16%
NO	26	84%
Total	31	100%

Tabla 12: Indicadores Financieros
Elaborado por: Sandra Naranjo

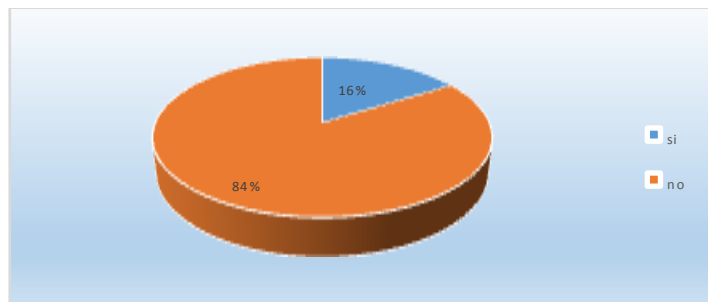


Gráfico 11: Indicadores Financieros
Elaborado por: Sandra Naranjo

ANÁLISIS:

Los resultados obtenidos nos muestran que el 16% de los encuestados determinan que el dueño de la franquicia si aplica indicadores financieros para conocer la rentabilidad en relación con la inversión, mientras que el 84% establece que no realizan el cálculo de los indicadores financieros para evaluar la utilidad del negocio .

INTERPRETACIÓN:

La mayoría de encuestados como muestra la tabla No 12 afirma, que el franquiciado no aplica indicadores financieros por lo que no le permite conocer la rentabilidad en relación con la inversión en la franquicia. Se debería realizar el cálculo de los indicadores financieros para estimar el valor acumulado hasta que el monto sea equivalente a lo que se invirtió. En el momento se ha recuperado la inversión, la diferencia positiva en flujos será la utilidad real de esta inversión.

4.3 VERIFICACIÓN DE HIPÓTESIS

En la presente investigación como herramienta para comprobación de la hipótesis se utilizó el método estadístico chi cuadrado (X^2), por medio del cual se identificó la incidencia de una variable con la otra, estableciendo la correspondencia de valores observados y esperados, permitiendo la comparación global de las frecuencias a partir de la hipótesis que se desea verificar sobre: **“VALORACIÓN DE LA FRANQUICIA TOTTO AMBATO Y EL RETORNO DE INVERSIÓN”**.

Para la comparación de la hipótesis se realizó una tabla de comparación de las variables, que nos permitió la aplicación de la fórmula del chi cuadrado, para lo cual se calculó con los datos y respuestas obtenidas según las encuestas realizadas a 31 colaboradores de la empresa.

De las encuestas realizadas se extrajo las preguntas que están acorde con las variables de estudio, donde se realizó un análisis y los cálculos necesarios que determinaron la aceptación o rechazo de la hipótesis planteada.

- ¿La empresa ha establecido algún método de la valoración de la franquicia para determinar el monto invertido en las mismas?
- ¿El retorno de inversión permite determinar la rentabilidad de la franquicia?

Hipótesis

La Valoración de la Franquicia TOTTO Ambato permite el retorno de inversión.

Variable independiente: Valoración de la Franquicia

Variable dependiente: Retorno de inversión

Hipótesis alterna H_a

H_a : La valoración de la Franquicia TOTTO Ambato permite el retorno de inversión.

Hipótesis nula alterna H_o

H_o . La valoración de la Franquicia TOTTO Ambato no permite el retorno de inversión

Nivel de significancia y grados de libertad

$$\text{Formula: } gl = (c-1) (f-1)$$

Simbología:

f = # filas

c = # columna

$\alpha = 0.05$

$gl = (c-1) (f-1)$

$gl = (2-1) (2-1)$

$gl = 1$

$X^2 = 3,841$ valor crítico según la tabla

Estadística de prueba

$$X^2 \alpha = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Simbología

- χ^2 = Chi - Cuadrado
- f_o = Frecuencia Observada
- E = Frecuencia Esperada

$$f_e = E_{1j} = \frac{(TC)(TF)}{TM}$$

Simbología

- f_e = frecuencia esperada
- TF = Total de la fila
- TC = Total de columna
- TM = Total de Muestra

Luego de realizar el análisis de las preguntas de cada una de las encuestas aplicadas y al existir concordancia entre cada una de las variables investigadas, se procedió a la sumatoria de las respuestas y realizar los pasos necesarios para el cálculo de la hipótesis.

Frecuencia Observada

VALORACIÓN DE LA FRANQUICIA

RETORNO	3/7	SI	NO	TOTAL
DE				
INVERSIÓN				
		2	13	15
		9	7	16
		11	20	31

Tabla 13: Frecuencia Observada
Fuente: Empresa Franquicias TOTTO
Elaborado por: Sandra Naranjo

Frecuencia Esperada

VALORACIÓN DE LA FRANQUICIA

RETORNO DE INVERSIÓN	3/7	SI	NO	TOTAL
	SI	5,32	9,68	15
NO	5,68	10,32	16	
	11	20	31	

Tabla 14: Frecuencia Esperada
Fuente: Empresa Franquicias TOTTO
Elaborado por: Sandra Naranjo

Cálculo del Chi Cuadrado

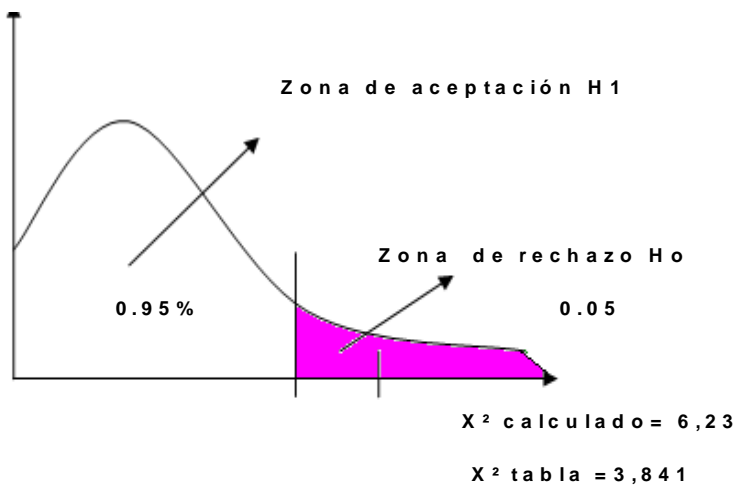
O	E	O - E	(O - E) ^ 2	(O - E) ^ 2 / E
2	5,32	-3,323	11,04	2,07
9	5,68	3,32	11,04	1,94
13	9,68	3,32	11,04	1,14
7	10,32	-3,32	11,04	1,07
TOTAL				6,23

Tabla 15: Cálculo del Chi Cuadrado
Fuente: Empresa Franquicias TOTTO
Elaborado por: Sandra Naranjo

Interpretación grafica de Chi cuadrado (X²) calculado

Figura 1 CHI Cuadrado

Por lo tanto con un grado de libertad de 1 tenemos un valor de la tabla estadística de 3,841



Calculamos X²

$$X^2 = \sum \left(\frac{(f_o - f_e)^2}{f_e} \right)$$

$$X^2 = 6,23$$

4.4. Regla de Decisión

Se acepta la hipótesis nula si, X^2_c es menor o igual a X^2_t , caso contrario se rechaza, de acuerdo a la regla de decisión se acepta la hipótesis alternativa:

“La valoración de la Franquicia TOTTO Ambato, SI influye en el Retorno de Inversión y se rechaza la nula, ya que el X^2 calculado que es de 6,23; es mayor que del chi tabla de 3,841.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

La franquicia no ha realizado un análisis de valorización del negocio para conocer en qué periodo se está recuperando el capital invertido, debido a que el empresario no ha tomado en cuenta el tiempo de recuperación de la inversión como el tiempo que le toma a la operación del negocio para generar el suficiente flujo de efectivo para compensar o cubrir la inversión realizada y establecer si el empresario recupero el dinero que invirtió inicialmente; es decir, estipular el tiempo que toma recibir de regreso la inversión inicial y generar una utilidad.

El dueño del negocio no ha tomado en cuenta los factores que influyen al momento de invertir en una franquicia y evaluar el retorno de la inversión, debido a que no ha considerado los factores cuantitativos y cualitativos para responder y adaptarse a la velocidad de los cambios tecnológicos, la competencia y el crecimiento del mismo negocio, los cambios de productos e insumos que demanda la inversión inicial, para garantizar un rendimiento económico aceptable, y asegurar el crecimiento rápido del negocio para tener una franquicia rentable con un alto margen de beneficio y retorno rápido de inversión.

El empresario no da la debida importancia al cálculo de indicadores financieros para establecer la valoración de la franquicia y maximizar el beneficio del retorno de la inversión. Debido a que el dueño no ha evaluado si el negocio de la franquicia va a ser rentable y tampoco ha comparado con otras alternativas de inversión para determinar que operación financiera es la más recomendable para invertir su dinero.

5.2 RECOMENDACIONES

El empresario deberá realizar un análisis de la inversión de las actividades normales que una franquicia involucra estableciendo oportunidades con un amplio rango de resultados potenciales, para conocer el tiempo y la rentabilidad esperada. Debido a que el periodo de recuperación de capital es como la cantidad de tiempo necesaria para llegar al punto de equilibrio; es decir cuando no ganas ni pierdes, teniendo en cuenta que el capital de trabajo deja de ser necesario cuando se alcanza el punto de equilibrio, este es que nuestros ingresos resultan suficientes para cubrir la totalidad de nuestros costos y gastos y generar una utilidad satisfactoria para el dueño.

El dueño del negocio debe realizar un estudio de factores que influyen al momento de invertir en una franquicia para evaluar el retorno de inversión y determinar qué tan rentable es el gasto que estamos haciendo o planeamos realizar, tomando en cuenta decisiones financieras a las que el empresario está sujeto, no basta con tener las proyecciones futuras, hay que dar seguimiento para determinar si realmente se cumplen o superan las expectativas del negocio, y en su caso poder adaptar e implementar medidas preventivas y correctivas que hagan falta para que el negocio marche satisfactoriamente y tenga éxito empresarial.

Realizar el cálculo de los indicadores financieros para identificar si el valor de la franquicia es recuperada y conocer el beneficio económico que se generara después de recuperar la inversión realizada durante el periodo de implementación y puesta en marcha del negocio. Mediante los estados financieros que presentan los resultados de las operaciones, los flujos de efectivo y la situación financiera de la entidad, permitirá estimar el valor de la inversión, el tiempo que llevara recuperar la misma e identificar el benéfico que se obtendrá; tomando en cuenta que las transacciones que efectúa la empresa estarán en función directa a las actividades que la organización realiza, de esta manera teniendo un control interno de la situación económica en la que se encuentra.

CAPÍTULO VI

PROPUESTA

6.1 Datos Informativos

Tema:

Indicadores financieros para establecer la valoración de la franquicia y maximizar el beneficio del retorno de inversión.

Empresa Ejecutora: Franquicia TOTTO Ambato.

Departamento: Financiero, Administrativo y Ventas

Beneficiarios: Las personas que se benefician a través de la realización de esta investigación son:

Inversionistas

Personal Administrativo

Personal de Ventas

Investigadora

Ubicación Geográfica:

Provincia: Tungurahua

Cantón: Ambato

Parroquia: Huachi Chico

Calle: Av. Víctor Hugo S/N y Av. Atahualpa y Av. Cevallos 1743 y Castillo.

RUC: 0601462906001

Teléfono: 2420157

T i e m p o E s t i m a d o p a r a l a E j e c u c i ó n

Inicio: Abril del 2014

Fin: Enero del 2015

Equipo Técnico Responsable:

Propietarios de la Franquicia: Sr. José Emilio Alvarado Duque y Sra.

María Soledad Borja Vega

Tutor: Dr. Remigio Medina

Investigadora: Sandra Naranjo

Costos: El costo para implementar la propuesta es financiado por el investigador cuyo valor asciende a \$ 714,37.

Recursos Materiales

RUBRO	CANTIDAD	UNIDAD DE MEDIDA	TOTAL, USD \$
Sum . de Oficina	4	\$ 0,75 (lápiz, esferos)	\$ 3,00
Fotocopias	31	\$ 0,03 Copias	\$ 0,93
Transporte	31	\$ 1,00 Viajes	\$ 30,00
Internet	25	\$ 1,00 Hora	\$ 25,00
Alimentación	20	\$ 2,50 Almuerzo	\$ 50,00
Laptop	1	\$ 450,00	\$ 450,00
Papel bond	2	3,75 (Resma de Pape)	\$ 7,50
Impresiones	500	0,10 Impresiones	\$ 50,00
Carpetas	6	0,50 Unidad	\$ 3,00
Anillado	5	2,00 Unidad	\$ 10,00
Empastado	1	20,00	\$ 20,00
SUBTOTAL			\$ 649,43
IMPREVISTOS 10%			\$ 64,94
TOTAL			\$ 714,37

Tabla 16: Recursos Materiales

Fuente: Investigación de Campo

Elaborado por: Sandra Naranjo

6.2 Antecedentes de la Propuesta

TOTTO es una empresa multinacional colombiana que ofrece la más sofisticada tecnología en ropa, morrales, mochilas, bolsos, maletines y accesorios.

Se expandido a nivel nacional, comienza a darle un giro a sus canales de distribución y se realiza la inauguración del primer punto de venta directo, iniciando su operación en Miami, obteniendo mucho éxito.

En el año 1992 se abre la primera tienda internacional en la ciudad de Quito - Ecuador, y en San José de Costa Rica, abre sus puertas la primera tienda TOTTO, bajo el sistema de franquicias.

En el año 2000 la Compañía da otro giro a sus canales de distribución y empieza a operar como franquiciante. Este nuevo esquema se convierte en una de las principales herramientas que hoy tiene la Compañía para expandir geográficamente el alcance de sus productos para ser distribuidos.

La franquicia ayuda a formar parte de un negocio que ya ha sido constatado y rentabilizado anteriormente por el franquiciador y conocida en el mercado por el público en general. Esto permite reducir el riesgo de iniciar una actividad comercial en solitario.

En el año 2003 el Sr. José Emilio Alvarado Duque y María Soledad Borja Vega deciden montar un negocio mediante el sistema de franquicia tomando en cuenta que TOTTO es una marca con estilo y dinamismo, respaldada por una organización con altos estándares de calidad y altos índices de crecimiento obtenidos gracias a una efectiva relación con sus clientes y a la audacia demostrada en las estrategias de mercadeo y ventas, que implementan sus franquiciantes y franquiciados.

La franquicia TOTTO Ambato es una organización que ofrece productos de excelente calidad, cubre las necesidades de sus clientes y proporciona una aceptación y reconocimiento a nivel nacional.

El franquiciado recibe asistencia técnica y formación continua por parte del franquiciador para que el negocio marche de la mejor manera. Sin embargo se identificó que la empresa no realiza una valoración de la franquicia para conocer cuáles es el monto que se invirtió, que retorno de inversión obtuvo la franquicia TOTTO Ambato e identificar la utilidad que arrojo después de pagar las regalías al franquiciador, producto de esta investigación se pretende realizar el cálculo de indicadores financieros, y se elaborara un costo de ventas que permitirá determinar la utilidad obtenida e identificar los riesgos a los que se debe enfrentar al momento de realizar una inversión.

Como también ayudará a mostrar la relación que existe entre las diferentes cuentas de los estados financieros; ayudará a los inversionistas para la predicción del futuro, para la administración del negocio, es útil como una forma de anticipar las condiciones futuras y, como punto de partida para la planeación de aquellas operaciones que hayan de influir sobre el curso futuro de eventos.

6.3 Justificación

Tal como se menciona en los antecedentes, el cálculo de los indicadores financieros permite a la franquicia medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, el rendimiento y las utilidades de su empresa. A través de esta herramienta es posible tener una interpretación de las cifras, resultados o información de su negocio para saber cómo actuar frente a las diversas circunstancias que puedan presentar en el futuro.

El análisis a efectuar para conocer valoración de la franquicia TOTTO ayudara a realizar una gestión eficiente de los recursos financieros para determinar el retorno de la inversión, es decir analizar los montos invertidos en el negocio y la utilidad obtenida, se realizara de acuerdo a los objetivos planteados, efectuando estrategias en base a los objetivos a través del tiempo para realizar cambios que son factores fundamentales y claves del éxito, y mejorar la actuación futura del giro del negocio y ser competitivos en el mercado.

Hoy en día las franquicias son una manera de iniciar un negocio individual, se debe afrontar cambios que se producen a un ritmo exponencial sorprendente, los empresarios deben gestionar a su talento humano, sus recursos financieros y materiales para que las decisiones que se tomen sean las más efectivas para el desarrollo empresarial.

El objeto de la propuesta es realizar el cálculo de los índices financieros ayudan a medir la seguridad, eficiencia y su valuación que nos ayudara a obtener una visión clara de la empresa. Por esta razón la empresa mediante un adecuado manejo de recursos financieros mejorará los beneficios económicos y obtendrá una utilidad satisfactoria para sus inversionistas. Permitirá conocer los resultados que se va obtener antes de invertir, elegir el proyecto más viable y factible que generara beneficios económicos rentables ayuda a determinar la asignación adecuada de recursos identificando aquellos que son generadores de ingresos y aquellos otros que necesitan una inversión para llegar a generar ingresos, como también revelan los resultados de acciones pasadas.

Esta investigación es factible y viable ya que se cuenta con la información necesaria se dispone del recurso humano, material y tecnológico; los resultados obtenidos permitirán tener una visión futura de la franquicia y ayudara a la toma de decisiones oportunas.

6.4 Objetivos

6.4.1 Objetivo General

Calcular Indicadores financieros para establecer la valoración de la franquicia y maximizar el beneficio del retorno de inversión.

6.4.2 Objetivos Específicos

- Plantear soluciones mediante alternativas técnicas y económicas, con costos financieros de períodos anteriores para el establecimiento de comparaciones para conocer en qué periodo se recuperó el monto invertido y que contribuya al análisis y toma de decisiones.
- Realizar el análisis de los estados financieros mediante indicadores financieros, para medir la estabilidad, la capacidad de endeudamiento, el rendimiento y maximizar la rentabilidad de la franquicia
- Efectuar un costo de ventas, para determinar los gastos incurridos en la adquisición de la franquicia, convertir las ventas en utilidades y establecer el monto de pago de las regalías por el derecho y goce del uso de marca.
- Comunicar el resultado de los costos y gastos incurridos para comercializar un bien, o prestar un servicio para la toma de decisiones futura.

6.5. Análisis de Factibilidad

El cálculo de indicadores financieros y el costo de ventas, nos ayudará a conocer el estado actual de la franquicia, diagnosticar problemas y proyectar soluciones. Los indicadores financieros son las cifras extractadas de los estados financieros y demás informes para reflejar de

forma objetiva su comportamiento, refleja en forma numérica el desempeño de la organización al ser comparada con años anteriores o con otras empresas de la misma actividad económica y tomar acciones correctivas, para de esta manera aumentar la rentabilidad de acuerdo a metas planteadas para la toma de decisiones inmediata.

La presente propuesta está elaborada para el desenvolvimiento efectivo y eficaz de las operaciones y actividades que realiza la empresa, como también para determinar la valoración de la franquicia y el retorno de inversión, para lo cual demostraremos su viabilidad según los siguientes aspectos.

6.5.1 Socio Cultural

La presente propuesta es factible ya que ayudará a los directivos y dueños de la franquicia a tomar decisiones correctas, establecer el costo de la mercadería e insumos que poseen, valorar el monto invertido en la franquicia, analizar si la inversión ha sido favorable y esta generado los beneficios esperados. Con la ejecución de esta investigación, la franquicia TOTTO Ambato será la beneficiada haciendo que los dueños tengan conocimiento de cuanto han invertido y cuáles es su retorno de inversión, para tener un desempeño y control eficiente y eficaz de los recursos financieros, materiales y humanos con los que cuenta la franquicia.

Tecnológico

El cálculo de los indicadores financieros en la franquicia TOTTO Ambato permitirá aprovechar de mejor manera los recursos que posee la empresa crear procesos de innovación que generen a futuro nuevos productos e insumos más competitivos y fomentar a nuevos puntos de ventas para mejorar los beneficios económicos. Así como también el negocio estará preparado para cambios tecnológicos ya que cuenta con el equipo tecnológico necesario para afrontar cambios en el mercado, por lo que

una empresa debe ser competitiva en el futuro sin perder de vista resultados inmediatos.

6.5.2 Organizacional

Con el cálculo de los indicadores financieros la franquicia TOTTO logrará establecer una mejor organización en cuanto al desarrollo, manejo e del negocio, así mismo fomentara la seguridad y confianza de los clientes al momento de comprar los productos e insumos que ofrecen, como también se fijaran incentivos al cumplimiento de nuevos objetivos para que el personal que labora en la empresa para que trabajen con eficiencia, eficacia para de esta manera generar rendimientos financieros de categorías superiores que ayuden a tomar decisiones en el momento oportuno optimizando los recursos que posee el negocio en marcha .

6.5.3 Económico – Financiero

La aplicación de la propuesta establecida es factible porque, contamos con el apoyo de los dueños de la franquicia, el personal administrativo, de ventas y técnico que labora en la empresa, nos permitirá obtener la información necesaria para realizar la investigación y seguimiento, al mismo tiempo la empresa está en la posibilidad de financiar la ejecución de la propuesta puesto que su implementación no es muy costosa, además será una inversión que proporcionara un gran beneficio para el futuro empresarial, debido a que ayudará a determinar si la utilidad obtenida está siendo rentable en comparación a la inversión realizada .

6.5.4 Legal

Para el desarrollo de la presente investigación se tomara como base los indicadores financieros establecidos por Superintendencia de Compañías, los cuales están aplicados a los negocios activos.

El cálculo de los indicadores financieros y el análisis del costo de ventas ayudará a optimizar de una mejor manera los recursos materiales, humanos, financieros y al cumplimiento de políticas y reglamentos internos de la franquicia TOTTO Ambato, para lo cual se asignara responsables para cada actividad a realizar los que deben responder de su desarrollo, organización, funcionamiento y resultados obtenidos de cada movimiento realizado y metas alcanzadas, estos se desarrollara de acuerdo a las políticas establecidas por la franquicia.

6.6 Fundamentación Científico - Técnico

6.6.1 ESTADOS FINANCIEROS

Bernard, Hangadon, & Múnera, (1984:506), expresa que: "los dueños y gerentes de negocios necesitan tener información financiera actualizada para tomar las decisiones correspondientes sobre sus futuras operaciones. La información financiera de un negocio se encuentra registrada en las cuentas del mayor. Sin embargo, las transacciones que ocurren durante el período fiscal alteran los saldos de estas cuentas. Los cambios deben reportarse periódicamente en los estados financieros".

"Los Estados Financieros son el resultado final del proceso contable; son los medios por los cuales se pueden apreciar los asuntos financieros de una empresa con respecto bien sea a su posición en una fecha determinada (el Balance General), o bien sus realizaciones a través de un período de tiempo (el Estado de Rentas y Gastos)".

Gaitán (2003:143) menciona los contenidos de los estados financieros:

a. "Hechos registrados, tales como: Compras, ventas, pagos, cobros, efectivo en Caja o en bancos, total de Cuentas por Cobrar, de activos Fijos, de deudas.

b. Una aplicación de los principios y convencionalismos contabilísticos, en cuanto a procedimientos, evaluaciones, supuestos, determinación de depreciaciones, amortizaciones, agotamientos, etc.

c. Apreciaciones y juicios personales en lo referente a: Cuentas incobrables, valuación de inventarios e intangibles, calificación de gastos capitalizables, vida útil de los Activos Fijos y su valor de rescate, etc”.

Zapata (2005), muestra los siguientes elementos que están presentes en los Estados Financieros y son:

a) Activos: Está compuesto por el conjunto de bienes y derechos de los que es titular la empresa, así como otras partidas con la característica común de que se utilizan en la generación de ingresos. Dentro del Activo, distinguiremos entre Activo No Corriente y Activo Corriente. Denominaremos Activo no corriente a aquellos bienes y derechos adquiridos con intención de que permanezcan en la empresa durante más de un año. Por el contrario, denominaremos Corriente a aquellos bienes y derechos adquiridos con intención de que permanezcan menos de un año.

$$\text{Activo} = \text{Pasivo} + \text{Patrimonio}$$

b) Pasivos: Es el conjunto de recursos financieros obtenidos por la empresa para el desarrollo de sus funciones y por las estimaciones de gastos futuros. Los recursos financieros del Pasivo son clasificados en función de su exigibilidad, diferenciando entre aquellos recursos que son propiedad de los titulares del Capital y por tanto no son exigibles (salvo reembolso de participaciones o distribución de las Reservas), y aquellos otros recursos que son propiedad de terceras personas ajenas a la empresa, por tanto, son exigibles, y deben devolverse en un determinado momento.

A su vez, dentro de los recursos ajenos o exigibles, diferenciaremos entre corriente y no corriente, en función de si el plazo en que deberá efectuarse el reembolso es inferior o superior al año.

$$\text{Pasivo} = \text{Activo} - \text{Patrimonio}$$

c) Patrimonio: El patrimonio está formado por un conjunto de bienes, derechos y obligaciones pertenecientes a una empresa, y que constituyen los medios económicos y financieros a través de los cuales ésta puede cumplir con sus fines.

Entre los bienes, podemos citar edificios, solares, maquinaria, mobiliario, etc.

Entre los derechos pueden figurar los créditos contra terceros que la empresa tenga a su favor.

Entre las obligaciones a que ha de hacer frente la empresa, podemos señalar las deudas con proveedores, los créditos a favor de bancos, etc.

$$\text{Patrimonio} = \text{Activo} - \text{Pasivo}$$

d) Ingresos: Es un aumento del patrimonio neto correspondiente a una entidad en un período de tiempo determinado. Los ingresos se pueden diferenciar en ordinarios y extraordinarios, estos últimos, se definirán como ganancias.

e) Costos: Es el gasto económico que representa la fabricación de un producto o la prestación de un servicio. Dicho en otras palabras, el costo es el esfuerzo económico (el pago de salarios, la compra de materiales, la fabricación de un producto, la obtención de fondos para la financiación, la administración de la empresa, etc.) que se debe realizar para lograr un objetivo operativo. Cuando no se alcanza el objetivo deseado, se dice que una empresa tiene pérdidas.

f) Gastos: En contabilidad, se denomina gasto o egreso a la anotación o partida contable que disminuye el beneficio o aumenta la pérdida de una sociedad o persona física. Se diferencia del término costo porque precisa que hubo o habrá un desembolso financiero (movimiento de caja o bancos).

g) Cuentas de Orden: Las cuentas de orden son aquellas que controlan operaciones que no alteran la naturaleza de los bienes, derechos u obligaciones de un ente; Las órdenes deudoras se muestran al final del activo y las acreedoras al final del pasivo y patrimonio. Por lo tanto forman parte del Balance General pero no representan activos, pasivos o patrimonio.

Las cuentas de orden se clasifican en:

- Cuentas de orden para valores ajenos (depósitos en prenda y mercancías en comisión).
- Cuentas de orden para valores contingentes (documentos descontados y endosados, avales otorgados, juicios pendientes y seguros contratados).
- Cuentas de orden para valores de registro o control (Activo depreciable)".

Según (Zapata, 2005:67), los principales Estados Financieros por analizar suelen ser los siguientes:

- Balance General.
- Estado de pérdidas y ganancias.
- Estado de flujo de efectivo.

6.6.1.1 Balance general

Es un documento contable que proporciona los datos necesarios para determinar el grado de liquidez, solvencia y rentabilidad de la organización y en conjunto, la eficiencia de la administración; también suele decirse un Estado de Situación donde detalla todas las cuentas reales, clasificadas y agrupadas en un orden preestablecido, permitiendo ver claramente la situación económica y financiera del negocio, en un momento determinado.

Zapata (2005:74), menciona que el balance general "Es un informe contable que presenta de manera ordenada y sistemática las cuentas del Activo, Pasivo, y Patrimonio y determinar la posición financiera de la empresa en un momento dado".

El Balance General presenta la situación financiera de una empresa o negocio, porque muestra clara y detalladamente el valor de cada una de las propiedades y obligaciones, así como el valor del capital.

6.6.1.2 Estados de Pérdidas y Ganancias

Es un documento que muestra los ingresos y gastos, al igual que la Ganancia (o Pérdida) habida en el ejercicio económico que cubre. Da un informe completo de cuánto se gastó y dio, cuánto costó lo que se vendió, cuánto ingresó, cuánto se gastó y la diferencia entre estos dos montos; la

cual es la utilidad, cuando resulte positiva, o la pérdida, si es negativa (Zapata, 2005:73).

“El estado de Pérdidas y Ganancias o también llamado estado de resultados nos muestran los efectos de las operaciones de una empresa y su resultado final ya sea de ganancia o de pérdida. Muestra también un resumen de los hechos significativos que originaron un aumento o disminución en el patrimonio de la entidad durante un periodo determinado. El estado de resultados es dinámico, ya que expresa en forma acumulativa las cifras de ingreso, costos y gastos resultantes en un período”.

Es un estado contable de circulación económica que muestra en una sola relación vertical los ingresos y gastos del período. Se trata de un estado de circulación económica real por dar cuenta del desarrollo de las actividades de compra, producción y venta en la empresa, el cual puede formularse con carácter anual, o en períodos intermedios.

Además este modelo nos da una mayor perfección informativa que otros modelos de estados de resultados, capaz de facilitar el análisis de la actividad de la empresa y de su evolución.

6.6.1.3 Estado de flujo de efectivo

“La información acerca de los flujos de efectivo es útil porque suministra a los usuarios de los estados financieros las bases para evaluar la capacidad que tiene la entidad para generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las necesidades de liquidez que ésta tiene. Para tomar decisiones económicas, los usuarios deben evaluar la capacidad que la entidad tiene de generar efectivo y equivalentes al efectivo, así como las fechas en que se producen y el grado de certidumbre relativa de su aparición”

6.6.2 INDICADORES FINANCIEROS

La Superintendencia de Compañías, (2014) pone a disposición la siguiente tabla de indicadores Financieros:

FACTOR	INDICADORES TÉCNICOS	FÓRMULA
LIQUIDEZ	1. Liquidez Corriente 2. Prueba Ácida	$\text{Activo Corriente} / \text{Pasivo Corriente}$ $\text{Activo Corriente} - \text{Inventarios} / \text{Pasivo Corriente}$
SOLVENCIA	1. Endeudamiento del Activo 2. Endeudamiento Patrimonial 3. Endeudamiento del Activo Fijo 4. Apalancamiento 5. Apalancamiento Financiero	$\text{Pasivo Total} / \text{Activo Total}$ $\text{Pasivo Total} / \text{Patrimonio}$ $\text{Patrimonio} / \text{Activo Fijo Neto}$ $\text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$ $(\text{UAI} / \text{Patrimonio}) / (\text{UAI} / \text{Activos Totales})$
GESTIÓN	1. Rotación de Cartera 2. Rotación de Activo Fijo 3. Rotación de Ventas 4. Período Medio de Cobranza 5. Período Medio de Pago 6. Impacto Gastos Administración y Ventas 7. Impacto de la Carga Financiera	$\text{Ventas} / \text{Cuentas por Cobrar}$ $\text{Ventas} / \text{Activo Fijo}$ $\text{Ventas} / \text{Activo Total}$ $(\text{Cuentas por Cobrar} * 365) / \text{Ventas}$ $(\text{Cuentas y Documentos por Pagar} * 365) / \text{Compras}$ $\text{Gastos Administrativos y de Ventas} / \text{Ventas}$ $\text{Gastos Financieros} / \text{Ventas}$
RENTABILIDAD	1. Rentabilidad Neta del Activo (Du Pont) 2. Margen Bruto 3. Margen Operacional 4. Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto) 5. Rentabilidad Operacional del Patrimonio 6. Rentabilidad Financiera	$(\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}) * (\text{Ventas} / \text{Activo Total})$ $\text{Ventas Netas} - \text{Costo de Ventas} / \text{Ventas}$ $\text{Utilidad Operacional} / \text{Ventas}$ $\text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}$ $(\text{Utilidad Operacional} / \text{Patrimonio})$ $(\text{Ventas} / \text{Activo}) * (\text{UAI} / \text{Ventas}) *$ $(\text{Activo} / \text{Patrimonio}) * (\text{UAI} / \text{UAI}) *$ (U / UAI)

Simbología:

UAI: Utilidad antes de Impuestos

UAII: Utilidad antes de Impuestos e Intereses

Utilidad Neta: Después del 15% de trabajadores e impuesto a la renta

U O : Utilidad Operacional (Ingresos operacionales - costo de ventas - gastos de administración y ventas)

6.6.2.1 Indicadores de Liquidez

Estos indicadores surgen de la necesidad de medir la capacidad que tienen las empresas para cancelar sus obligaciones de corto plazo. Sirven para establecer la facilidad o dificultad que presenta una compañía para pagar sus pasivos corrientes al convertir a efectivo sus activos corrientes. Se trata de determinar qué pasaría si a la empresa se le exigiera el pago inmediato de todas sus obligaciones en el lapso menor a un año. De esta forma, los índices de liquidez aplicados en un momento determinado evalúan a la empresa desde el punto de vista del pago inmediato de sus acreencias corrientes en caso excepcional.

6.6.2.1.1 Indicadores Corriente

Este índice relaciona los activos corrientes frente a los pasivos de la misma naturaleza. Cuanto más alto sea el coeficiente, la empresa tendrá mayores posibilidades de efectuar sus pagos de corto plazo.

$$\text{Liquidez corriente} = \text{Activo corriente} / \text{Pasivo corriente}$$

La liquidez corriente muestra la capacidad de las empresas para hacer frente a sus vencimientos de corto plazo, estando influenciada por la composición del activo circulante y las deudas a corto plazo, por lo que su análisis periódico permite prevenir situaciones de iliquidez y posteriores problemas de insolvencia en las empresas.

Generalmente se maneja el criterio de que una relación adecuada entre los activos y pasivos corrientes es de 1 a 1, considerándose, especialmente desde el punto de vista del acreedor, que el índice es mejor cuando alcanza valores más altos. No obstante, esta última percepción debe tomar en cuenta que un índice demasiado elevado puede ocultar un manejo inadecuado de activos corrientes, pudiendo tener las empresas excesos de liquidez poco productivos.

6.6.2.1.2 Prueba Ácida

Se conoce también con el nombre de prueba del ácido o liquidez seca. Es un indicador más riguroso, el cual pretende verificar la capacidad de la empresa para cancelar sus obligaciones corrientes, pero sin depender de la venta de sus existencias; es decir, básicamente con sus saldos de efectivo, el de sus cuentas por cobrar, inversiones temporales y algún otro activo de fácil liquidación, diferente de los inventarios.

$$\text{Prueba ácida} = \text{Activo Corriente} - \text{Inventarios} / \text{Pasivo corriente}$$

No se puede precisar cuál es el valor ideal para este indicador, pero, en principio, el más adecuado podría acercarse a 1, aunque es admisible por

debajo de este nivel, dependiendo del tipo de empresa y de la época del año en la cual se ha hecho el corte del balance. Al respecto de este índice cabe señalar que existe una gran diferencia, por razones obvias, entre lo que debe ser la prueba ácida para una empresa industrial por ejemplo, que para una empresa comercial; pues de acuerdo con su actividad las cantidades de inventario que manejan son distintas, teniendo esta cuenta diferente influencia en la valoración de la liquidez.

6.6.2.2 Indicadores de Solvencia

Los indicadores de endeudamiento o solvencia tienen por objeto medir en qué grado y de qué forma participan los acreedores dentro del financiamiento de la empresa. Se trata de establecer también el riesgo que corren tales acreedores y los dueños de la compañía y la conveniencia o inconveniencia del endeudamiento.

Desde el punto de vista de los administradores de la empresa, el manejo del endeudamiento es todo un arte y su optimización depende, entre otras variables, de la situación financiera de la empresa en particular, de los márgenes de rentabilidad de la misma y del nivel de las tasas de interés vigentes en el mercado, teniendo siempre presente que trabajar con dinero prestado es bueno siempre y cuando se logre una rentabilidad neta superior a los intereses que se debe pagar por ese dinero.

Por su parte los acreedores, para otorgar nuevo financiamiento, generalmente prefieren que la empresa tenga un endeudamiento "bajo", una buena situación de liquidez y una alta generación de utilidades, factores que disminuyen el riesgo de crédito.

6.6.2.2.1 Endeudamiento del Activo

Este índice permite determinar el nivel de autonomía financiera. Cuando el índice es elevado indica que la empresa depende mucho de sus acreedores y que dispone de una limitada capacidad de endeudamiento, o lo que es lo mismo, se está descapitalizando y funciona con una estructura financiera más arriesgada. Por el contrario, un índice bajo representa un elevado grado de independencia de la empresa frente a sus acreedores.

$$\text{Endeudamiento del Activo} = \text{Pasivo total} / \text{Activo}$$

6.6.2.2.2 Endeudamiento patrimonial

Este indicador mide el grado de compromiso del patrimonio para con los acreedores de la empresa. No debe entenderse como que los pasivos se puedan pagar con patrimonio, puesto que, en el fondo, ambos constituyen un compromiso para la empresa.

$$\text{Endeudamiento Patrimonial} = \text{Pasivo total} / \text{Patrimonio}$$

Esta razón de dependencia entre propietarios y acreedores, sirve también para indicar la capacidad de créditos y saber si los propietarios o los acreedores son los que financian mayormente a la empresa, mostrando el origen de los fondos que ésta utiliza, ya sean propios o ajenos e indicando si el capital o el patrimonio son o no suficientes.

6.6.2.2.3 Endeudamiento del Activo Fijo

El coeficiente resultante de esta relación indica la cantidad de unidades monetarias que se tiene de patrimonio por cada unidad invertida en activos fijos. Si el cálculo de este indicador arroja un cociente igual o mayor a 1, significa que la totalidad del activo fijo se pudo haber financiado con el patrimonio de la empresa, sin necesidad de préstamos de terceros.

$$\text{Endeudamiento del Activo Fijo} = \text{Patrimonio} / \text{Activo}$$

Para elaborar este índice se utiliza el valor del activo fijo neto tangible (no se toma en cuenta el intangible), debido a que esta cuenta indica la inversión en maquinaria y equipos que usan las empresas para producir.

6.6.2.2.4 Apalancamiento

Se interpreta como el número de dólares de activos que se han conseguido por cada dólar de patrimonio. Es decir, determina el grado de apoyo de los recursos internos de la empresa sobre recursos de terceros.

$$\text{Apalancamiento} = \text{Activo Total} / \text{Patrimonio}$$

Dicho apoyo es procedente si la rentabilidad del capital invertido es superior al costo de los capitales prestados; en ese caso, la rentabilidad del capital propio queda mejorada por este mecanismo llamado "efecto de palanca". En términos generales, en una empresa con un fuerte apalancamiento, una pequeña reducción del valor del activo podría absorber casi totalmente el patrimonio; por el contrario, un pequeño aumento podría significar una gran revalorización de ese patrimonio.

6.6.2.2.5 Apalancamiento Financiero

El apalancamiento financiero indica las ventajas o desventajas del endeudamiento con terceros y como éste contribuye a la rentabilidad del negocio, dada la particular estructura financiera de la empresa. Su análisis es fundamental para comprender los efectos de los gastos financieros en las utilidades. De hecho, a medida que las tasas de interés de la deuda son más elevadas, es más difícil que las empresas puedan apalancarse financieramente.

Si bien existen diferentes formas de calcular el apalancamiento financiero, la fórmula que se presenta a continuación tiene la ventaja de permitir comprender fácilmente los factores que lo conforman:

$$\text{Apalancamiento Financiero} = (\text{UA I} / \text{Patrimonio}) / (\text{UA II} / \text{Activos Totales}) \text{ Neto total}$$

En la relación, el numerador representa la rentabilidad sobre los recursos propios y el denominador la rentabilidad sobre el activo.

De esta forma, el apalancamiento financiero depende y refleja a la vez, la relación entre los beneficios alcanzados antes de intereses e impuestos, el costo de la deuda y el volumen de ésta. Generalmente, cuando el índice es mayor que 1 indica que los fondos ajenos remunerables contribuyen a que la rentabilidad de los fondos propios sea superior a lo que sería si la empresa no se endeudaría. Cuando el índice es inferior a 1 indica lo contrario, mientras que cuando es igual a 1 la utilización de fondos ajenos es indiferente desde el punto de vista económico.

6.6.2.3 Indicadores de Gestión

Estos indicadores tienen por objetivo medir la eficiencia con la cual las empresas utilizan sus recursos. De esta forma, miden el nivel de rotación de los componentes del activo; el grado de recuperación de los créditos y del pago de las obligaciones; la eficiencia con la cual una empresa utiliza sus activos según la velocidad de recuperación de los valores aplicados en ellos y el peso de diversos gastos de la firma en relación con los ingresos generados por ventas.

En varios indicadores, se pretende imprimirle un sentido dinámico al análisis de aplicación de recursos, mediante la comparación entre cuentas de balance (estáticas) y cuentas de resultado (dinámicas). Lo anterior surge de un principio elemental en el campo de las finanzas de acuerdo al cual, todos los activos de una empresa deben contribuir al máximo en el logro de los objetivos financieros de la misma, de tal suerte que no conviene mantener activos improductivos o innecesarios. Lo mismo ocurre en el caso de los gastos, que cuando registran valores demasiado altos respecto a los ingresos demuestran mala gestión en el área financiera.

6.6.2.3.1 Rotación de Cartera

Muestra el número de veces que las cuentas por cobrar giran, en promedio, en un periodo determinado de tiempo, generalmente un año.

$$\text{Rotación de Cartera} = \text{Ventas} / \text{Cuentas por Cobrar}$$

Se debe tener cuidado en no involucrar en el cálculo de este indicador cuentas diferentes a la cartera propiamente dicha. Sucede que, en la gran mayoría de balances, figuran otras cuentas por cobrar que no se originan en las ventas, tales como cuentas por cobrar a socios, cuentas por cobrar a empleados, deudores varios, etc. Como tales derechos allí representados no tuvieron su origen en una transacción de venta de los productos o servicios propios de la actividad de la compañía, no pueden incluirse en el cálculo de las rotaciones porque esto implicaría comparar dos aspectos que no tienen ninguna relación en la gestión de la empresa.

En este caso, para elaborar el índice se toma en cuenta las cuentas por cobrar a corto plazo.

6.6.2.3.2 Rotación de Activo Fijo

Indica la cantidad de unidades monetarias vendidas por cada unidad monetaria invertida en activos inmovilizados. Señala también una eventual insuficiencia en ventas; por ello, las ventas deben estar en proporción de lo invertido en la planta y en el equipo. De lo contrario, las utilidades se reducirán pues se verían afectadas por la depreciación de un equipo excedente o demasiado caro; los intereses de préstamos contraídos y los gastos de mantenimiento.

$$\text{Rotación del Activo Fijo} = \text{Ventas} / \text{Activo Fijo}$$

6.6.2.3.3 Rotación de Ventas

La eficiencia en la utilización del activo total se mide a través de esta relación que indica también el número de veces que, en un determinado nivel de ventas, se utilizan los activos.

$$\text{Rotación de Ventas} = \text{Ventas} / \text{Activo Total}$$

Este indicador se lo conoce como "coeficiente de eficiencia directiva", puesto que mide la efectividad de la administración. Mientras mayor sea el volumen de ventas que se pueda realizar con determinada inversión, más eficiente será la dirección del negocio. Para un análisis más completo se lo asocia con los índices de utilidades de operación a ventas, utilidades a activo y el período medio de cobranza.

6.6.2.3.4 Período Medio de Cobranza

Permite apreciar el grado de liquidez (en días) de las cuentas y documentos por cobrar, lo cual se refleja en la gestión y buena marcha de la empresa. En la práctica, su comportamiento puede afectar la liquidez de la empresa ante la posibilidad de un período bastante largo entre el momento que la empresa factura sus ventas y el momento en que recibe el pago de las mismas.

$$\text{Período Medio de Cobranza} = (\text{Cuentas por cobrar} * 365) / \text{Ventas}$$

Debido a que el índice pretende medir la habilidad de la empresa para recuperar el dinero de sus ventas, para elaborarlo se utilizan las cuentas por cobrar de corto plazo, pues incluir valores correspondientes a cuentas por cobrar a largo plazo podría distorsionar el análisis en el corto plazo.

6.6.2.3.5 Período Medio de Pago

Indica el número de días que la empresa tarda en cubrir sus obligaciones de inventarios. El coeficiente adquiere mayor significado cuando se lo compara con los índices de liquidez y el período medio de cobranza.

$$\text{Período Medio de Pago} = (\text{Cuentas y Documentos por Pagar} \times 365) / \text{Compras}$$

Con relativa frecuencia, períodos largos de pago a los proveedores son consecuencia de una rotación lenta de los inventarios; de un exceso del período medio de cobranza, o, incluso, de una falta de potencia financiera. Para su cálculo se utilizan las cuentas y documentos por pagar a proveedores en el corto plazo, que son las que permiten evaluar la eficiencia en el pago de las adquisiciones e insumos.

6.6.2.3.6 Impacto de los Gastos de Administración y Ventas

Si bien una empresa puede presentar un margen bruto relativamente aceptable, este puede verse disminuido por la presencia de fuertes gastos operacionales (administrativos y de ventas) que determinarán un bajo margen operacional y la disminución de las utilidades netas de la empresa.

$$\text{Impacto Gastos Administración y Ventas} = \text{Gastos Administrativos y de Ventas} / \text{Ventas}$$

La necesidad de prever esta situación hace que el cálculo de este índice crezca en importancia, adicionalmente porque podría disminuir las posibilidades de fortalecer su patrimonio y la distribución de utilidades, con lo cual las expectativas de crecimiento serían escasas. El deterioro de la opción de capitalización vía utilidades podría impulsar a la vez a un peligroso endeudamiento que, a mediano plazo, restrinja los potenciales beneficios que generaría la empresa.

6.6.2.3.7 Impacto de la Carga Financiera

Su resultado indica el porcentaje que representan los gastos financieros con respecto a las ventas o ingresos de operación del mismo período, es decir, permite establecer la incidencia que tienen los gastos financieros sobre los ingresos de la empresa.

$$\text{Impacto de la Carga Financiera} = \text{Gastos Financieros} / \text{Ventas}$$

Generalmente se afirma que en ningún caso es aconsejable que el impacto de la carga financiera supere el 10% de las ventas, pues, aún en las mejores circunstancias, son pocas las empresas que reportan un margen operacional superior al 10% para que puedan pagar dichos gastos financieros. Más aún, el nivel que en este indicador se puede aceptar en cada empresa debe estar relacionado con el margen operacional reportado en cada caso.

6.6.2.4 Indicadores de Rentabilidad

Los indicadores de rendimiento, denominados también de rentabilidad o lucratividad, sirven para medir la efectividad de la administración de la empresa para controlar los costos y gastos y, de esta manera, convertir las ventas en utilidades.

Desde el punto de vista del inversionista, lo más importante de utilizar estos indicadores es analizar la manera como se produce el retorno de los valores invertidos en la empresa (rentabilidad del patrimonio y rentabilidad del activo total).

6.6.2.4.1 Rentabilidad del Activo

Esta razón muestra la capacidad del activo para producir utilidades, independientemente de la forma como haya sido financiado, ya sea con deuda o patrimonio.

$$\text{Rentabilidad Neta del Activo} = (\text{UN/Ventas}) * (\text{Ventas/Activo})$$

Si bien la rentabilidad neta del activo se puede obtener dividiendo la utilidad neta para el activo total, la variación presentada en su fórmula, conocida como "Sistema Dupont"¹, permite relacionar la rentabilidad de ventas y la rotación del activo total, con lo que se puede identificar las áreas responsables del desempeño de la rentabilidad del activo.

En algunos casos este indicador puede ser negativo debido a que para obtener las utilidades netas, las utilidades del ejercicio se ven afectadas por la conciliación tributaria, en la cual, si existe un monto muy alto de gastos no deducibles, el impuesto a la renta tendrá un valor elevado, el mismo que, al sumarse con la participación de trabajadores puede ser incluso superior a la utilidad del ejercicio.

6.6.2.4.2 Margen Bruto

Este índice permite conocer la rentabilidad de las ventas frente al costo de ventas y la capacidad de la empresa para cubrir los gastos operativos y generar utilidades antes de deducciones e impuestos.

$$\text{Margen Bruto} = \text{Ventas} - \text{Costo de Ventas} / \text{Ventas}$$

En el caso de las empresas industriales, el costo de ventas corresponde al costo de producción más el de los inventarios de productos terminados. Por consiguiente, el método que se utilice para valorar los diferentes inventarios (materias primas, productos en proceso y productos terminados) puede incidir significativamente sobre el costo de ventas y, por lo tanto, sobre el margen bruto de utilidad. El valor de este índice puede ser negativo en caso de que el costo de ventas sea mayor a las ventas totales.

6.6.2.4.2 Margen Operacional

La utilidad operacional está influenciada no sólo por el costo de las ventas, sino también por los gastos operacionales de administración y ventas. Los gastos financieros, no deben considerarse como gastos operacionales, puesto que teóricamente no son absolutamente necesarios para que la empresa pueda operar. Una compañía podría desarrollar su actividad social sin incurrir en gastos financieros, por ejemplo, cuando no incluye deuda en su financiamiento, o cuando la deuda incluida no implica costo financiero por provenir de socios, proveedores o gastos acumulados.

$$\text{Margen Operacional} = \text{Utilidad Operacional} / \text{Ventas}$$

El margen operacional tiene gran importancia dentro del estudio de la rentabilidad de una empresa, puesto que indica si el negocio es o no lucrativo, en sí mismo, independientemente de la forma como ha sido financiado.

Debido a que la utilidad operacional es resultado de los ingresos operacionales menos el costo de ventas y los gastos de administración y ventas, este índice puede tomar valores negativos, ya que no se toman en cuenta los ingresos no operacionales que pueden ser la principal fuente de ingresos que determine que las empresas tengan utilidades, como en el caso de las empresas holding por ejemplo.

6.6.2.4.2 Rentabilidad Neta de Ventas (Margen Neto)

Los índices de rentabilidad de ventas muestran la utilidad de la empresa por cada unidad de venta. Se debe tener especial cuidado al estudiar este indicador, comparándolo con el margen operacional, para establecer si la utilidad procede principalmente de la operación propia de la empresa, o de otros ingresos diferentes. La inconveniencia de estos últimos se deriva del hecho que este tipo de ingresos tienden a ser inestables o esporádicos y no reflejan la rentabilidad propia del negocio. Puede suceder que una compañía reporte una utilidad neta aceptable después de haber presentado pérdida operacional. Entonces, si solamente se analizara el margen neto, las conclusiones serían incompletas y erróneas.

$$\text{Margen Neto} = \text{Utilidad Neta} / \text{Ventas}$$

Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos por la misma razón que se explicó en el caso de la rentabilidad neta del activo.

6.6.2.4.5 Rentabilidad Operacional del Patrimonio

La rentabilidad operacional del patrimonio permite identificar la rentabilidad que les ofrece a los socios o accionistas el capital que han invertido en la empresa, sin tomar en cuenta los gastos financieros ni de impuestos y participación de trabajadores. Por tanto, para su análisis es

importante tomar en cuenta la diferencia que existe entre este indicador y el de rentabilidad financiera, para conocer cuál es el impacto de los gastos financieros e impuestos en la rentabilidad de los accionistas.

$$\text{Rentabilidad Operacional del Patrimonio} = \text{Utilidad Operacional} / \text{Patrimonio}$$

Este índice también puede registrar valores negativos, por la misma razón que se explica en el caso del margen operacional.

6.6.2.4.6 Rentabilidad Financiera

Cuando un accionista o socio decide mantener la inversión en la empresa, es porque la misma le responde con un rendimiento mayor a las tasas de mercado o indirectamente recibe otro tipo de beneficios que compensan su frágil o menor rentabilidad patrimonial.

De esta forma, la rentabilidad financiera se constituye en un indicador sumamente importante, pues mide el beneficio neto (deducidos los gastos financieros, impuestos y participación de trabajadores) generado en relación a la inversión de los propietarios de la empresa. Refleja además, las expectativas de los accionistas o socios, que suelen estar representadas por el denominado costo de oportunidad, que indica la rentabilidad que dejan de percibir en lugar de optar por otras alternativas de inversiones de riesgo.

Si bien la rentabilidad neta se puede encontrar fácilmente dividiendo la utilidad neta para el patrimonio, la fórmula a continuación permite identificar qué factores están afectando a la utilidad de los accionistas.

$$\text{Rentabilidad Financiera} = (\text{Ventas}/\text{Activo}) * (\text{U A II}/\text{Ventas}) * (\text{Activo}/\text{Patrimonio}) * (\text{U A I}/\text{U A II}) * (\text{U N}/\text{U A I})$$

Bajo esta concepción, es importante para el empresario determinar qué factor o factores han generado o afectado a la rentabilidad, en este caso, a partir de la rotación, el margen, el apalancamiento financiero y el efecto fiscal que mide la repercusión que tiene el impuesto sobre la utilidad neta.

Con el análisis de estas relaciones los administradores podrán formular políticas que fortalezcan, modifiquen o sustituyan a las tomadas por la empresa.

Debido a que este índice utiliza el valor de la utilidad neta, pueden registrarse valores negativos.

6.6.3 Costo de Ventas

Costo

Son las partidas o conceptos contables y financieros que son consumidos por la producción de un bien o la prestación de un servicio. Se convierte

en un beneficio empresarial hasta el período de su venta, en el que se transforman en un resultado negativo, que comparado con el ingreso que genera la venta, determina la utilidad bruta.

El costo de un bien es el necesario para ponerlo en condiciones de ser vendido o utilizado, según corresponda en función de su destino. Por lo tanto, incluye la porción asignable de los costos de los servicios externos e internos necesarios para ello (por ejemplo: fletes, seguros, costos de la función de compras, costos del sector producción), además de los materiales o insumos directos e indirectos requeridos para su elaboración, preparación o montaje. Las asignaciones de los costos indirectos deben practicarse sobre bases razonables que consideren la naturaleza del servicio adquirido o producido y la forma en que sus costos se han generado. Esta definición supone adoptar el concepto de costo integral o por absorción.

El costo de venta se define como el consumo realizado para fabricar (empresa industrial) o adquirir (empresa comercial) los productos que se han vendido.

Costo de Ventas

Es el conjunto de esfuerzos medibles en unidades monetarias que tienen que desembolsarse para llevar a cabo la adquisición de las mercancías o la producción de bienes o servicios.

Costo de ventas de una actividad comercial

Es la erogación de recursos económicos para la adquisición de productos que serán vendidos a un tercero, sin que sufran modificación estructural alguna. Para poder determinar valor total de dichas adquisiciones deberán considerarse adicionalmente aquellos gastos que guardan una íntima

relación con el producto, como pueden ser los fletes, los impuestos de importación, gastos aduanales, seguros de las mercancías, almacenaje, entre otros muchos gastos relativos.

$$\begin{aligned} \text{Inventario Inicial} + \text{Compras Netas} &= \text{Mercadería Disponible} \\ - \text{Inventario Final} &= \text{Costo de Ventas} \end{aligned}$$

6.7 Modelo Operativo Metodológico

VALORACION DE LA FRANQUICIA Y RETORNO DE INVERSIÓN

Nº	FASE	RESPONSABLE	TIEMPO
1	<ul style="list-style-type: none"> Análisis de costos y gastos Costo de la Franquicia Cota de Regalías en base a las ventas (7% anual) Recuperación de la Inversión Utilidad Obtenida 	Investigadora Sandra Ntrajo	1 día
2	<ul style="list-style-type: none"> Cálculo de indicadores financieros Indicadores de Liquidez Indicadores de Solvencia Indicadores de Gestión Indicadores de Rentabilidad Indicadores de Actividad 	Investigadora Sandra Ntrajo	3 días
3	<ul style="list-style-type: none"> Elaborar un costo de ventas $\text{Inventario Inicial} + \text{Compras Netas} - \text{Mercadería Disponible} - \text{Inventario Final}$ 	Investigadora Sandra Ntrajo	1 día
4	<ul style="list-style-type: none"> Plan de Acción Comunicar el resultado de los costos y gastos incurridos 	Investigadora Sandra Ntrajo	2 días

Cuadro 5: Modelo Operativo
 Elaborado por: Sandra Ntrajo
 Fuente: Franquicia IO/IO

6.7.1 FASE I: Análisis de Costos y Gastos

DESCRIPCIÓN	MONTO
Costos Inicial de la Franquicia	\$ 50.000,00
Gastos incurridos en la implementación del negocio	\$ 15.000,00
% de pago de regalías	7 % anual (en base a las ventas)
Tiempo establecido para el pago	10 años máximo
Utilidad o Perdida	¿?

Tabla 17: Análisis de Costos y Gastos

Elaborado por: Sandra Naranjo

Fuente: Franquicia TOTTO

Costo Inicial de la Franquicia

La franquicia TOTTO Ambato inicio sus actividades comerciales en el año 2003, su actividad principal es la venta de ropa, maletines y accesorios.

Para la implementación de negocio el franquiciado otorga al franquiciante como base inicial de \$ 50.000,00 para empezar el negocio mediante una franquicia, los cuales son utilizados para montar la estructura del negocio.

La implementación del negocio incluye:

- Estanterías
- Vitrinas
- Maniqués
- Asistencia Financiera
- Publicidad y Propaganda
- Capacitaciones del manejo del negocio al franquiciado
- Asesoramiento técnico

Como también se paga por utilización de la marca y patentes un monto de \$ 120.000,00 las cuales debían ser pagadas el 7% de regalías al franquiciador en base al total de sus ventas anuales, el periodo plazo para el pago fue de 10 años. Donde el franquiciante tiene el derecho de nombre o de marca registrada y le vende el derecho a un franquiciado; también conocido como licencia de producto, el franquiciante determina el plazo en que deben ser recaudadas las regalías. Cuando menor sea este plazo, mejor será para el franquiciante y por lo tanto mayor utilidad para el franquiciado.

Cabe mencionar que también hubo gastos adicionales para poner en marcha el negocio como son los gastos de implementación del negocio los cuales suman un valor de \$13.770,39 por diseño e implementación de las tiendas comerciales.

Gastos Incurridos en la Implementación del Negocio

El franquiciado para acoplar las tiendas comerciales y sacar a la venta sus productos tuvo que incurrir en gastos los cuales no son cubiertos por el franquiciado.

Estos gastos son:

Diseño de Local	\$ 5.011,86
Iluminacion	\$ 1.900,75
Equipo de Computo	\$ 2.550,00
Suministros de Oficina	\$ 809,78
Maquinaria y Equipo	\$ 1.467,44
Muebles y Enseres	\$ 2.030,56
TOTAL	\$ 13.770,39

La inversión realizada por parte del franquiciado para la adquisición del negocio mediante franquicia fue de:

Cuota Inicial	\$ 50.000,00
Regalías	\$ 120.000,00
Gastos de Implementación	\$ 13.770,39
TOTAL	\$ 183.770,39

Registro de Estados Financieros

TOTAL ACTIVO:	\$ 265.660,13	\$ 269.447,58	\$ 3.787,45	\$ 323.536,00	\$ 54.088,42	20,07%
TOTAL PASIVOS:	\$ 125.385,27	\$ 147.319,42	\$ 21.934,15	\$ 170.898,23	\$ 23.578,80	16,01%
TOTAL PATRIMONIO:	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 0,00	\$ 12.000,00	\$ 0,00	0,00%
PASIVO + PATRIMONIO:	\$ 137.385,27	\$ 159.319,42	\$ 21.934,15	\$ 182.898,23	\$ 23.578,80	14,80%
Utilidad / Perdida en el Ejercicio:	\$ 128.274,85	\$ 110.128,15	(\$ 18.146,70)	\$ 140.637,77	\$ 30.509,62	27,70%

TOTAL INGRESOS:	\$ 567.002,79	\$ 561.966,94	(\$ 5.035,85)	\$ 635.751,03	\$ 73.784,09	13,13%
TOTAL COSTOS Y GASTOS:	(\$ 438.727,94)	(\$ 451.838,79)	(\$ 13.110,85)	(\$ 495.113,26)	(\$ 43.274,47)	9,58%
Utilidad / Perdida en el Ejercicio:	\$ 128.274,85	\$ 110.128,15	(\$ 18.146,70)	\$ 140.637,77	\$ 30.509,62	27,70%

	VENTAS											
	Año 2003	Año 2004	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014
Ventas	\$ 96.014,40	\$ 115.217,28	\$ 138.260,74	\$ 165.912,88	\$ 199.095,46	\$ 238.914,55	\$ 286.697,46	\$ 346.036,95	\$ 466.878,05	\$ 567.002,79	\$ 561.966,94	\$ 635.751,03
(-) Costos	\$ 73.299,56	\$ 84.294,49	\$ 101.153,39	\$ 121.384,07	\$ 145.660,89	\$ 174.793,06	\$ 209.751,68	\$ 251.702,01	\$ 302.042,41	\$ 438.727,94	\$ 451.838,79	\$ 495.113,26
(-) Regalias	\$ 6.721,01	\$ 8.065,21	\$ 9.678,25	\$ 11.613,90	\$ 19.909,55	\$ 23.891,46	\$ 28.669,75	\$ 34.603,70	\$ 46.687,81	\$.	\$.	\$.
(=) Utilidad	\$ 15.993,83	\$ 22.857,58	\$ 27.429,09	\$ 32.914,91	\$ 33.525,03	\$ 40.230,03	\$ 48.276,04	\$ 59.731,25	\$ 118.147,83	\$ 128.274,85	\$ 110.128,15	\$ 140.637,77

Cuota
Fuente: Fide

Costo de Franquicia	\$ 120.000,00
Sumatoria de regalias del 7%	\$ 189.840,62
Diferencia	\$ 69.840,62

Cuota	\$ 171.377,39											
VENTAS												
Año 2003	Año 2004	Año 2005	Año 2006	Año 2007	Año 2008	Año 2009	Año 2010	Año 2011	Año 2012	Año 2013	Año 2014	

El total de la inversión realizada fue recuperada en un periodo de 5 años, es decir, en el año 2008. Teniendo una utilidad después de pagar el monto invertido por regalías e implementación de las tiendas comerciales, el valor de \$ 17.330,97 (Ver cuadro 9).

6.7.1.2 FASE II: Indicadores Financieros

Estados Financieros

Balance General

Estado de Resultados



FRANQUICIAS TOTO AMBATO
BALANCE GENERAL

	AÑO 2012	AÑO 2013	VARIACIÓN ABSOLUTA	AÑO 2014	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
1. - ACTIVO	\$ 265.660,13	\$ 269.447,58	\$ 3.787,45	\$ 323.536,00	\$ 54.088,42	
1.1. - CORRIENTE	\$ 234.118,93	\$ 236.460,95	\$ 2.342,02	\$ 273.186,75	\$ 36.725,80	15,53%
1.1.01. - CAJA	\$ 5.056,15	\$ 4.525,91	(\$ 530,24)	\$ 6.412,62	\$ 1.886,71	41,69%
1.1.01.01 - CAJA GENERAL	\$ 4.556,15	\$ 3.725,91	(\$ 830,24)	\$ 5.312,62	\$ 1.586,71	42,59%
1.1.01.01.02 - CAJA CHICA	\$ 500,00	\$ 800,00	\$ 300,00	\$ 1.100,00	\$ 300,00	37,50%
1.1.02. - BANCOS	\$ 30.920,70	\$ 29.296,57	(\$ 1.624,13)	\$ 40.815,32	\$ 11.518,76	39,32%
1.1.02.03 - BANCO PRODUBANCO	\$ 21.547,14	\$ 18.985,65	(\$ 2.561,49)	\$ 28.442,22	\$ 9.456,57	49,81%
1.1.02.04 - BANCO PICHINCHA	\$ 9.373,56	\$ 10.310,92	\$ 937,36	\$ 12.373,10	\$ 2.062,18	20,00%
1.1.04. - CUENTAS Y DOCUMENTOS POR COBRAR	\$ 4.616,16	\$ 3.464,55	(\$ 1.151,61)	\$ 7.214,55	\$ 3.750,00	108,24%
1.1.04.01 - CLIENTES	\$ 4.366,56	\$ 2.896,90	(\$ 1.469,66)	\$ 6.546,90	\$ 3.650,00	126,00%
1.1.04.02 - CUENTAS POR COBRAR EMPLEADOS	\$ 249,60	\$ 567,65	\$ 318,05	\$ 667,65	\$ 100,00	17,62%
1.1.05. - INVENTARIOS	\$ 170.824,57	\$ 171.932,31	\$ 1.107,74	\$ 185.698,32	\$ 13.766,01	8,01%
1.1.05.01 - INVENTARIO ROPA	\$ 59.680,18	\$ 58.193,78	(\$ 1.486,40)	\$ 62.344,59	\$ 4.150,81	7,13%
1.1.05.01 - INVENTARIO ACCESORIOS	\$ 10.600,91	\$ 11.273,94	\$ 673,03	\$ 11.731,83	\$ 457,89	4,06%
1.1.05.01 - INVENTARIO MALETINES	\$ 65.741,24	\$ 66.966,30	\$ 1.225,06	\$ 70.308,82	\$ 3.342,52	4,99%
1.1.05.01 - INVENTARIO ZAPATOS	\$ 34.802,25	\$ 35.498,30	\$ 696,04	\$ 41.313,07	\$ 5.814,78	16,38%
1.1.06. - PAGOS ANTICIPADOS	\$ 22.701,35	\$ 27.241,62	\$ 4.540,27	\$ 33.045,94	\$ 5.804,32	21,31%
1.1.06.02. - IMPUESTOS ANTICIPADOS	\$ 2.563,63	\$ 3.076,36	\$ 512,73	\$ 3.761,63	\$ 685,27	22,28%
1.1.06.02.01 - RET. FTE. IMP. RENTA	\$ 5.503,32	\$ 6.603,98	\$ 1.100,66	\$ 7.991,78	\$ 1.387,80	21,01%
1.1.06.02.04 - 12% IVA PAGADO	\$ 6.968,76	\$ 8.362,51	\$ 1.393,75	\$ 10.175,01	\$ 1.812,50	21,67%
1.1.06.02.06 - RET. FTE. IVA	\$ 7.665,64	\$ 9.198,76	\$ 1.533,13	\$ 11.117,52	\$ 1.918,75	20,86%
1.2. - ACTIVO NO CORRIENTE	\$ 31.541,20	\$ 32.986,63	\$ 1.445,43	\$ 50.349,25	\$ 17.362,63	52,64%
1.2.1. - ACTIVO FIJO	\$ 31.169,73	\$ 32.540,86	\$ 1.371,13	\$ 49.755,33	\$ 17.214,47	52,90%
1.2.01. - MUEBLES Y ENSERES	\$ 7.560,00	\$ 8.316,00	\$ 756,00	\$ 11.812,50	\$ 3.496,50	42,05%
1.2.03. - EQUIPO COMPUTO	\$ 8.978,76	\$ 9.427,70	\$ 448,94	\$ 11.313,24	\$ 1.885,54	20,00%
1.2.04. - EQUIPO OFICINA	\$ 1.420,00	\$ 1.704,00	\$ 284,00	\$ 2.090,80	\$ 386,80	22,70%
1.2.05. - VEHICULO	\$ 13.800,00	\$ 13.800,00	\$ 0,00	\$ 25.410,00	\$ 11.610,00	84,13%
1.2.02.99. - DEPRECIACION ACUMULADA	(\$ 589,03)	(\$ 706,84)	(\$ 117,81)	(\$ 871,20)	(\$ 164,37)	23,25%
1.2.2. - ACTIVO INTANGIBLE	\$ 371,47	\$ 445,76	\$ 74,29	\$ 593,92	\$ 148,15	33,24%
1.2.2.01 - MARCAS Y PATENTES	\$ 120.000,00	\$ 120.000,00	\$ 0,00	\$ 120.000,00	\$ 0,00	0,00%
1.3.02. - GASTOS DE ORGANIZACIÓN Y CONSTITUCION	\$ 371,47	\$ 445,76	\$ 74,29	\$ 593,92	\$ 148,15	33,24%
2. - PASIVOS	(\$ 125.385,27)	(\$ 147.319,42)	(\$ 21.934,15)	(\$ 170.898,23)	(\$ 23.578,80)	16,01%
2.1. - CORRIENTE	(\$ 125.385,27)	(\$ 147.319,42)	(\$ 21.934,15)	(\$ 170.898,23)	(\$ 23.578,80)	16,01%
2.1.01. - CUENTAS Y DOCUMENTOS POR PAGAR	(\$ 35.463,74)	(\$ 50.778,27)	(\$ 15.314,53)	(\$ 61.805,46)	(\$ 11.027,19)	21,72%
2.1.01.01. - PROVEEDORES	(\$ 25.647,56)	(\$ 38.471,34)	(\$ 12.823,78)	(\$ 48.043,18)	(\$ 9.571,84)	24,88%
2.1.01.01.01 - PROVEEDORES DE MERCADERIA	(\$ 25.647,56)	(\$ 38.471,34)	(\$ 12.823,78)	(\$ 48.043,18)	(\$ 9.571,84)	24,88%
2.1.01.05 - IEES POR PAGAR	(\$ 9.816,18)	(\$ 12.306,93)	(\$ 88,32)	(\$ 13.762,29)	(\$ 1.455,36)	11,83%
2.1.03. - IMPUESTOS POR PAGAR	(\$ 68.040,33)	(\$ 67.436,03)	\$ 604,30	(\$ 76.290,12)	(\$ 8.854,09)	13,13%
2.1.03.03 - 12% IVA COBRADO	(\$ 68.040,33)	(\$ 67.436,03)	\$ 604,30	(\$ 76.290,12)	(\$ 8.854,09)	13,13%
2.1.04. - RETENCIONES EN LA FUENTE POR PAGAR	(\$ 13.168,96)	(\$ 16.469,92)	(\$ 3.300,97)	(\$ 18.376,49)	(\$ 1.906,56)	11,58%
2.1.04.01. - RETENCIONES FUENTE IVA	(\$ 7.665,64)	(\$ 10.667,59)	(\$ 3.001,95)	(\$ 11.887,45)	(\$ 1.219,86)	11,44%
2.1.04.01.01 - 30% RET. FTE. IVA	(\$ 4.322,21)	(\$ 5.082,15)	(\$ 759,94)	(\$ 5.357,77)	(\$ 275,63)	5,42%
2.1.04.01.02 - 70% RET. FTE. IVA	(\$ 1.784,94)	(\$ 3.958,40)	(\$ 2.173,45)	(\$ 4.041,91)	(\$ 83,52)	2,11%
2.1.04.01.03 - 100% RET. FTE. IVA	(\$ 1.558,49)	(\$ 1.627,04)	(\$ 68,56)	(\$ 2.487,77)	(\$ 860,72)	52,90%
2.1.04.02. - RETENCIONES FUENTE IMP. RENTA	(\$ 5.503,32)	(\$ 5.802,34)	(\$ 299,02)	(\$ 6.489,03)	(\$ 686,70)	11,83%
2.1.04.02.01 - 1% RET. FTE. IMP. RENTA	(\$ 2.875,66)	(\$ 2.886,67)	(\$ 11,01)	(\$ 2.900,55)	(\$ 13,88)	0,48%
2.1.04.02.02 - 2% RET. FTE. IMP. RENTA	(\$ 539,38)	(\$ 567,25)	(\$ 27,88)	(\$ 603,50)	(\$ 36,25)	6,39%
2.1.04.02.04 - 8% RET. FTE. IMP. RENTA	(\$ 613,25)	(\$ 735,90)	(\$ 122,65)	(\$ 889,40)	(\$ 153,50)	20,86%
2.1.04.02.05 - 10% RET. FTE. IMP. RENTA	(\$ 550,33)	(\$ 660,40)	(\$ 110,07)	(\$ 799,18)	(\$ 138,78)	21,01%
2.1.04.02.08 - Otras Ret. aplicables el 2%	(\$ 924,69)	(\$ 952,12)	(\$ 27,42)	(\$ 1.296,41)	(\$ 344,29)	36,16%
2.1.05. - PROVISIONES SOCIALES POR PAGAR	(\$ 4.361,04)	(\$ 6.237,20)	(\$ 1.876,16)	(\$ 6.880,24)	(\$ 643,04)	10,31%
2.1.05.99 - OTRAS	(\$ 4.361,04)	(\$ 6.237,20)	(\$ 1.876,16)	(\$ 6.880,24)	(\$ 643,04)	10,31%
2.1.06. - OTRAS CUENTAS POR PAGAR	(\$ 4.351,20)	(\$ 6.398,00)	(\$ 2.046,80)	(\$ 7.545,92)	(\$ 1.147,92)	17,94%
2.1.06.01 - OTRAS	(\$ 4.351,20)	(\$ 6.398,00)	(\$ 2.046,80)	(\$ 7.545,92)	(\$ 1.147,92)	17,94%
3. - PATRIMONIO	(\$ 12.000,00)	(\$ 12.000,00)	\$ 0,00	(\$ 12.000,00)	\$ 0,00	0,00%
3.1. - CAPITAL	(\$ 12.000,00)	(\$ 12.000,00)	\$ 0,00	(\$ 12.000,00)	\$ 0,00	0,00%
TOTAL ACTIVO:	\$ 265.660,13	\$ 269.447,58	\$ 3.787,45	\$ 323.536,00	\$ 54.088,42	20,07%
TOTAL PASIVOS:	\$ 125.385,27	\$ 147.319,42	\$ 21.934,15	\$ 170.898,23	\$ 23.578,80	16,01%
TOTAL PATRIMONIO:	\$ 12.000,00	\$ 12.000,00	\$ 0,00	\$ 12.000,00	\$ 0,00	0,00%
PASIVO + PATRIMONIO:	\$ 137.385,27	\$ 159.319,42	\$ 21.934,15	\$ 182.898,23	\$ 23.578,80	14,80%
Utilidad / Pérdida en el Ejercicio:	\$ 128.274,85	\$ 110.128,15	(\$ 18.146,70)	\$ 140.637,77	\$ 30.509,62	27,70%



FRANQUICIAS TOTO AMBATO
ESTADO DE RESULTADOS

	AÑO 2012	AÑO 2013	VARIACIÓN ABSOLUTA	AÑO 2014	VARIACIÓN ABSOLUTA	VARIACIÓN RELATIVA
4. - INGRESOS	(\$ 567.002,79)	(\$ 561.966,94)	\$ 5.035,85	(\$ 635.751,03)	(\$ 73.784,09)	13,13%
4.1. - INGRESOS OPERACIONALES	(\$ 567.002,79)	(\$ 561.966,94)	\$ 5.035,85	(\$ 635.751,03)	(\$ 73.784,09)	13,13%
4.1.01. - VENTAS	(\$ 567.002,79)	(\$ 561.966,94)	\$ 5.035,85	(\$ 635.751,03)	(\$ 73.784,09)	13,13%
4.1.01.01. - VENTA DE PRODUCTOS	(\$ 567.002,79)	(\$ 561.966,94)	\$ 5.035,85	(\$ 635.751,03)	(\$ 73.784,09)	13,13%
4.1.01.01.01 - VENTA 12% IVA	(\$ 567.002,79)	(\$ 561.966,94)	\$ 5.035,85	(\$ 635.751,03)	(\$ 73.784,09)	13,13%
4.1.01.01.02 - VENTA 0% IVA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00		0,00%
4.2. - INGRESOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.2.01 - RENDIMIENTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.2.02 - INTERES GANADO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.2.03 - DIVIDENDOS RECIBIDOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.3. - INGRESOS EXCENTOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.3.01 - DONACIONES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.3.02 - OTROS RENTAS EXCENTAS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.4. - OTROS INGRESOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.4.01 - VENTA DE ACTIVOS FIJOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
4.4.09 - OTROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%

5.1. - COSTOS	\$ 141.969,94	\$ 138.572,18	(\$ 3.397,76)	\$ 149.134,15	\$ 10.561,97	7,62%
5.1.01. - COSTO DE VENTAS Y PRODUCCION	\$ 141.969,94	\$ 138.572,18	(\$ 3.397,76)	\$ 149.134,15	\$ 10.561,97	7,62%
5.1.01.01 - COSTO DE PRODUCTOS VENDIDOS	\$ 141.969,94	\$ 138.572,18	(\$ 3.397,76)	\$ 185.698,32	\$ 47.126,14	34,01%
5.1.01.02. - COSTO DE PRODUCCIÓN	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.1.01.02.01. - MANO DE OBRA DIRECTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.1.01.02.02. - MANO DE OBRA INDIRECTA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.1.01.02.03. - OTROS COSTOS INDIRECTOS DE FABRICACION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2. - GASTOS OPERACIONALES	\$ 296.758,00	\$ 313.266,61	\$ 16.508,61	\$ 345.979,11	\$ 32.712,50	10,44%
5.2.01. - GASTOS DE ADMINISTRACION	\$ 137.168,74	\$ 147.087,08	\$ 9.918,35	\$ 166.272,25	\$ 19.185,16	13,04%
5.2.01.01 - SUELDOS	\$ 57.080,00	\$ 57.063,00	(\$ 17,00)	\$ 60.189,30	\$ 3.126,30	5,48%
5.2.01.02 - HORAS EXTRAS	\$ 2.465,06	\$ 2.758,07	\$ 293,01	\$ 3.578,43	\$ 820,36	29,74%
5.2.01.03 - 12.15 % APORTE PATRONAL IESS	\$ 7.202,52	\$ 7.540,65	\$ 338,13	\$ 8.285,00	\$ 744,35	9,87%
5.2.01.04 - BENEFICIOS SOCIALES	\$ 6.935,22	\$ 6.933,15	(\$ 2,07)	\$ 7.313,00	\$ 379,85	5,48%
5.2.01.05 - COMISIONES	\$ 5.336,98	\$ 5.335,39	(\$ 1,59)	\$ 5.627,70	\$ 292,31	0,00%
5.2.01.06 - HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 2.450,00	\$ 2.695,00	\$ 245,00	\$ 2.964,50	\$ 269,50	10,00%
5.2.01.07 - SERVICIOS PERSONALES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.08 - PUBLICACIONES EN DIARIOS LOCALES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.09 - PUBLICIDAD Y PROPAGANDA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.10 - IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.11 - SERVICIOS BASICOS	\$ 5.788,87	\$ 6.657,20	\$ 868,33	\$ 7.933,50	\$ 1.276,30	19,17%
5.2.01.12 - GASTOS DE VIAJE	\$ 2.574,67	\$ 2.863,30	\$ 288,63	\$ 3.455,30	\$ 592,00	20,68%
5.2.01.13 - GASTOS DE GESTION	\$ 1.253,55	\$ 1.366,37	\$ 112,82	\$ 1.735,28	\$ 368,92	27,00%
5.2.01.14 - GASTOS DEPRECIACION MUEBLES Y ENSERES	\$ 267,46	\$ 331,65	\$ 64,19	\$ 459,56	\$ 127,91	38,57%
5.2.01.15 - GASTOS AMORTIZACION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.16 - GASTOS SEGUROS	\$ 4.282,57	\$ 4.924,96	\$ 642,39	\$ 6.444,70	\$ 1.519,74	30,86%
5.2.01.17 - MANTENIMIENTO Y REPARACION	\$ 0,00	\$ 134,98	\$ 134,98	\$ 264,40	\$ 129,42	95,88%
5.2.01.18 - ARRENDAMIENTO	\$ 4.988,67	\$ 5.587,31	\$ 598,64	\$ 6.627,03	\$ 1.039,72	18,61%
5.2.01.19 - COMBUSTIBLE	\$ 1.012,33	\$ 1.254,00	\$ 241,67	\$ 3.002,33	\$ 1.748,33	139,42%
5.2.01.20 - LUBRICANTES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.21 - TRANSPORTE	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.22 - SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 289,00	\$ 398,35	\$ 687,35	\$ 454,00	\$ 55,65	19,26%
5.2.01.23 - SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 167,50	\$ 189,50	\$ 22,00	\$ 192,34	\$ 2,84	1,70%
5.2.01.24 - CORREOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.25 - GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.26 - GASTO PROVISION JUBILACION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.27 - GASTO INSTALACIONES ELECTRICAS	\$ 210,68	\$ 263,35	\$ 52,67	\$ 323,92	\$ 60,57	28,75%
5.2.01.28 - GASTO IMP. A LA SALIDAD DE DIVISAS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.29 - GASTO UNIFORMES	\$ 866,67	\$ 1.040,00	\$ 1.906,67	\$ 1.352,01	\$ 312,00	36,00%
5.2.01.30 - ADECUACIONES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.31 - GASTO COMUNICACIONES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.32 - GASTO MARCAS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.33 - GASTO PATENTES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.34 - GASTO NO DEDUCIBLE	\$ 324,00	\$ 830,19	\$ 506,19	\$ 978,96	\$ 148,77	45,92%
5.2.01.35 - GASTOS RED DATAFAST	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.36 - IVA CARGADO AL GASTO	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.37 - GASTO COURIER	\$ 134,78	\$ 247,90	\$ 113,12	\$ 334,78	\$ 86,88	35,05%
5.2.01.38 - SEGURIDAD Y VIGILANCIA	\$ 960,00	\$ 1.126,67	\$ 2.086,67	\$ 1.384,87	\$ 258,20	26,90%
5.2.01.39 - CAPACITACIONES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.40 - GASTO DEPRECIACION EQUIPO DE COMPUTO	\$ 997,54	\$ 1.047,42	\$ 49,88	\$ 1.256,90	\$ 209,48	21,00%
5.2.01.41 - GASTO DEPRECIACIÓN EQUIPO DE OFICINA	\$ 114,20	\$ 157,04	\$ 42,84	\$ 220,91	\$ 63,87	55,93%
5.2.01.42 - GASTO DEPRECIACIÓN VEHICULOS	\$ 552,00	\$ 616,40	\$ 64,40	\$ 1.016,40	\$ 400,00	72,46%
5.2.01.43 - GASTO DEPRECIACIÓN INSTALACIONES	203,9	254,875	\$ 50,98	331,3375	\$ 76,46	37,50%
5.2.01.44 - GASTO MATRICULA VEHICULO	\$ 550,00	\$ 660,00	\$ 110,00	\$ 858,00	\$ 298,00	54,18%
5.2.01.45 - GASTO PROVISION CUENTAS INCOBRABLES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.46 - GASTO MANTENIMIENTO SOFTWARE	\$ 150,34	\$ 186,42	\$ 36,08	\$ 276,18	\$ 89,75	59,70%
5.2.01.47 - GASTO IMPUESTOS Y CONTRIBUCIONES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.01.99 - OTROS GASTOS	\$ 30.010,23	\$ 34.623,93	\$ 4.613,70	\$ 39.411,62	\$ 4.787,69	13,83%

5.2.02. - GASTOS DE VENTAS	\$ 159.589,26	\$ 166.179,53	\$ 6.590,27	\$ 179.706,87	\$ 13.527,34	8,14%
5.2.02.01 - SUELDOS	\$ 47.905,87	\$ 48.867,46	\$ 961,59	\$ 49.567,76	\$ 700,30	1,43%
5.2.02.02 - HORAS EXTRAS	\$ 1.050,00	\$ 1.334,60	\$ 284,60	\$ 1.543,63	\$ 209,03	15,66%
5.2.02.03 - 12.15% APORTE PATRONAL IESS	\$ 5.820,56	\$ 5.937,40	\$ 116,83	\$ 6.022,48	\$ 85,09	1,43%
5.2.02.04 - BENEFICIOS SOCIALES	\$ 4.479,20	\$ 4.569,11	\$ 89,91	\$ 4.634,59	\$ 65,48	1,43%
5.2.02.05 - HONORARIOS PROFESIONALES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.06 - SERVICIOS PERSONALES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.07 - ARRENDAMIENTOS	\$ 29.988,67	\$ 30.467,56	\$ 478,89	\$ 32.478,75	\$ 2.011,19	6,60%
5.2.02.08 - PUBLICIDAD Y PROMOCION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.09 - SERVICIOS BASICOS	\$ 8.594,45	\$ 8.883,62	\$ 289,17	\$ 10.750,31	\$ 1.866,69	21,01%
5.2.02.10 - MANTENIMIENTO Y REPARACION	\$ 4.388,67	\$ 4.739,76	\$ 351,09	\$ 5.933,31	\$ 1.193,54	25,18%
5.2.02.11 - SUMINISTROS DE OFICINA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.12 - SUMINISTROS DE LIMPIEZA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.13 - COMBUSTIBLE	\$ 2.562,70	\$ 2.895,85	\$ 333,15	\$ 3.657,86	\$ 762,00	26,31%
5.2.02.14 - LUBRICANTES	\$ 1.109,56	\$ 1.331,47	\$ 221,91	\$ 1.679,03	\$ 347,55	26,10%
5.2.02.15 - TRANSPORTE	\$ 1.262,50	\$ 1.678,50	\$ 416,00	\$ 1.962,50	\$ 284,00	16,92%
5.2.02.16 - GASTO DEPRECIACION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.17 - GASTO DEPRECIACION ACELERADA	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.18 - GASTO AMORTIZACION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.19 - GASTO SEGUROS	\$ 35.282,57	\$ 36.510,39	\$ 1.227,82	\$ 37.667,95	\$ 1.157,56	0,00%
5.2.02.20 - GASTOS ADECUACION	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.21 - COMISIONES	\$ 4.291,09	\$ 4.410,06	\$ 118,97	\$ 5.505,69	\$ 1.095,63	24,84%
5.2.02.22 - GASTOS DE GESTION	\$ 5.266,78	\$ 5.688,12	\$ 421,34	\$ 7.069,39	\$ 1.381,27	24,28%
5.2.02.24 - GASTOS DE VIAJE	\$ 6.020,00	\$ 6.923,00	\$ 903,00	\$ 8.815,21	\$ 1.892,21	27,33%
5.2.02.25 - GASTOS RED DATAFAST	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.02.26 - GASTO MATRICULA	\$ 1.566,64	\$ 1.942,63	\$ 375,99	\$ 2.418,43	\$ 475,80	24,49%
5.2.03. - GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.03.01 - GASTO INTERES	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.03.02 - GASTO BANCARIOS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
5.2.03.99 - OTROS GASTOS FINANCIEROS	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	\$ 0,00	0,00%
TOTAL INGRESOS:	\$ 567.002,79	\$ 561.966,94	(\$ 5.035,85)	\$ 635.751,03	\$ 73.784,09	13,13%
TOTAL COSTOS Y GASTOS:	(\$ 438.727,94)	(\$ 451.838,79)	(\$ 13.110,85)	(\$ 495.113,26)	(\$ 43.274,47)	9,58%
Utilidad / Perdida en el Ejercicio:	\$ 128.274,85	\$ 110.128,15	(\$ 18.146,70)	\$ 140.637,77	\$ 30.509,62	27,70%

6.7.1.2.1 Selección y Cálculo de Indicadores Financieros

Se procede al cálculo de los indicadores financieros en base a los estados financieros proporcionados por la franquicia TOTTO Ambato.

Interpretación:

INDICADORES DE RENTABILIDAD

$$\text{RENTABILIDAD DEL ACTIVO} = \frac{\text{UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} \times 100$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
$\frac{\$ 110.128,15}{\$ 269.447,58}$	40,87	$\frac{\$ 140.637,77}{\$ 323.536,00}$	43,47
=		=	

Los resultados nos demuestran, que por cada \$1 invertido en los activos totales, la empresa vendió en el año 2013 un 40,87% y 43,47% en el año 2014. Podemos concluir que la franquicia tuvo un rendimiento económico favorable para el año 2014, debido a que los activos totales rotaron en un 2,60% veces.

RENTABILIDAD DEL PASIVO $\frac{\text{UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS}}{\text{PASIVOS TOTALES}}$

AÑO 2013		AÑO 2014	
$\frac{\$ 110.128,15}{\$ 147.319,42}$	74,75	$\frac{\$ 140.637,77}{\$ 170.898,23}$	82,29

Los resultados nos permite concluir que la rentabilidad del patrimonio bruto para los años 2013 y 2014 fue del 74,75% y 82,29% respectivamente; es decir que hubo un incremento en la rentabilidad de la inversión de los socios del 7,54%, originado por el incremento de las valorizaciones de la empresa.

RENTABILIDAD NETA $\frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{PATRIMONIO}}$
DEL PATRIMONIO

AÑO 2013		AÑO 2014	
$\frac{\$ 110.128,15}{\$ 12.000,00}$	9,18	$\frac{\$ 140.637,77}{\$ 12.000,00}$	11,72
=		=	

La rentabilidad del patrimonio para el año 2013 fue de 9,18% y del año 2014 de 11,72%. Por lo que podemos concluir que los accionistas son la fuente de dónde provinieron los fondos, para financiar los costos y gastos y mejorar le economía de la franquicia.

$$\text{ROTACIÓN DE LOS ACTIVOS} = \frac{\text{VENTAS TOTALES}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
	\$ 561.966,94		\$ 635.751,03
	<u>2,09</u>		<u>1,97</u>
=	\$ 269.447,58	=	\$ 323.536,00

Los resultados nos demuestran, que por cada \$1 invertido en los activos totales, la empresa vendió en el año 2013 \$ 2,09 y en el año 2014 \$ 1,97. Es decir que sus activos totales rotaron en 2,09 y 1,97 veces. Por lo que podemos concluir que la empresa no tienen una estabilidad económica rentable debido a que el estándar para este indicador debe ser 3 para que la empresa se mantenga estable, se debe tomar las medidas preventivas para evitar disminución en las ventas.

$$\text{RAZON CIRCULANTE} = \frac{\text{ACTIVO CORRIENTE}}{\text{PASIVO CORRIENTE}}$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
	\$ 236.460,95		\$ 273.186,75
	<u>1,61</u>		<u>1,60</u>
=	\$ 147.319,42	=	\$ 170.898,23

Los resultados nos demuestran que por cada \$1 de pasivo corriente, la empresa cuenta con \$ 1,61 y \$ 1,60 de respaldo en el activo corriente, para los años 2013 y 2014 respectivamente.

$$\text{MARGEN BRUTO EN VENTAS} = \frac{\text{VENTAS - COSTO DE VENTAS}}{\text{VENTAS}}$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
	\$ 700.539,12		\$ 821.449,35
	<u>1,25</u>		<u>1,29</u>
	\$ 561.966,94	=	\$ 635.751,03

Los resultados nos demuestran que las ventas han disminuido en un 0.02% , teniendo en el del año 2013 1,25 % mientras que en el año 2014 tuvo 1,29% , lo que nos permite concluir que la franquicia se encuentra estable pero sin embargo hay que tomar medidas preventivas para evitar una disminución de sus ventas, ocasionando un bajo beneficio económico para los accionistas .

$$\text{RAZÓN DE INDEPENDENCIA FINANCIERA} = \frac{\text{PATRIMONIO}}{\text{ACTIVOS TOTALES}}$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
	$\frac{\$ 12.000,00}{\$ 269.447,58} = 0,04$		$\frac{\$ 12.000,00}{\$ 323.536,00} = 0,04$

Los resultados nos demuestran, que por cada \$1 invertido en los activos totales, el 0,04 en el año 2013 y 2014 corresponde a los accionistas o propietarios de la franquicia. Determina que proporción de los activos pueden ser cubiertos por los recursos de los accionistas de la entidad. Mide el respaldo patrimonial en relación a las obligaciones con terceros.

$$\text{RENDIMIENTO DE LA VENTAS} = \frac{\text{UTILIDAD NETA}}{\text{VENTAS}} \times 100$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
	$\frac{\$ 110.128,15}{\$ 561.966,94} = 19,60$		$\frac{\$ 140.637,77}{\$ 635.751,03} = 22,12$

Los resultados nos demuestran que por cada dólar vendido, la empresa genero una utilidad bruta del 19,60% en el año 2013 y el 22,12% en el año 2014. Como observamos el rendimiento en ventas aumento en un 2,52% , lo que nos permite concluir que las ventas están generando una utilidad favorable para los dueños del negocio .

CAPITAL DE TRABAJO**ACTIVO CORRIENTE - PASIVO CORRIENTE**

AÑO 2013	AÑO 2014
= \$ 89.141,53	= \$ 102.288,52

Los resultados nos demuestran que el margen de seguridad que tiene la franquicia en comparación con el año 2013 y 2014 representa un aumento de \$ 1.146,99 considerando aceptable, nos permite concluir que la franquicia si podrá cubrir sus obligaciones a corto plazo.

INDICADORES DE LIQUIDEZ

$$\text{INVERSION EN ACTIVOS FIJOS} \quad \frac{\text{VENTAS}}{\text{ACTIVOS FIJOS}}$$

AÑO 2013	AÑO 2014
$\frac{\$ 561.966,94}{\$ 32.540,86} = 17,27$	$\frac{\$ 635.751,03}{\$ 49.755,33} = 12,78$

En el año 2013 la franquicia está generando 17,27 veces más la inversión de los activos fijos, mientras que en el año 2014 genero 12,78 veces más su inversión. Es decir roto en un 17,27 y 12,78 veces.

$$\text{PRUEBA ACIDA} \quad \frac{\text{Activo Corriente - Inventarios}}{\text{Pasivo Corriente}}$$

AÑO 2013	AÑO 2014
$\frac{\$ 64.528,64}{\$ 147.319,42} = 0,44$	$\frac{\$ 87.488,43}{\$ 170.898,23} = 0,51$

Los resultados nos demuestran que la empresa registra una prueba ácida de 0,44 y 0,51 para los años 2013 y 2014 respectivamente, lo que nos permite concluir que por cada \$1 que se debe en el pasivo corriente, se cuenta con 0,44 y 0,51 respectivamente para su cancelación, sin necesidad de tener que acudir a la realización de los inventarios. El índice estándar debería ser de 1.

$$\text{DISPONIBILIDAD INMEDIATA} = \frac{\text{ACTIVOS DISPONIBLES}}{\text{PASIVO EXIGIBLE}}$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
	\$ 33.822,48		\$ 33.822,48
	<u>0,88</u>		<u>0,70</u>
=	\$ 38.471,34	=	\$ 48.043,18

Los resultados nos demuestran que la empresa por cada \$1 que debe en sus pasivos exigibles, cuenta en con \$ 0,88 en el año 2013 y \$ 0,70 para el año 2014, es decir se debe aumentar el valor de liquidez con que cuenta la empresa para cancelar a sus cuanta por pagar a terceros. El índice estándar debería ser 1.

Índice de Endeudamiento

$$\text{ENDEUDAMIENTO DE ACTIVOS} = \frac{\text{TOTAL PASIVOS}}{\text{ACTIVOS TOTALES}} \times 100$$

AÑO 2013		AÑO 2014	
	\$ 147.319,42		\$ 170.898,23
	<u>54,67</u>		<u>52,82</u>
=	\$ 269.447,58	=	\$ 323.536,00

Los resultados nos demuestran que por cada dólar que tiene en sus activos, la empresa se financia con sus pasivos en un 54,67% y 52,82% en los años 2013 y 2014 respectivamente. Debe pagar a terceros 54,67%

y 52,82% , es decir, que ésta es la participación de los acreedores sobre los activos de la empresa.

Luego de haber realizado el análisis de los indicadores financieros y observado los resultados de la encuesta realizada al personal se puede evidenciar que la valoración de la franquicia TOTTO Ambato incide en el retorno de la inversión, puesto que no se ha realizado un control adecuado y eficiente de la gestión recursos financieros, ocasionando que la rentabilidad económica del periodo 2013 y 2014 no ha generado la utilidad esperada por los dueños del negocio, debido a que tiene que cubrir otros gastos como implementación del negocio, pago de sueldos, mantenimiento de equipos entre otros.

6.7.1.3 FASE III: Costo de Ventas

$$\begin{aligned} & \text{Inventario Inicial} + \text{Compras Netas} = \text{Mercadería Disponible} \\ & \quad - \text{Inventario Final} = \text{Costo de Ventas} \end{aligned}$$

COSTO DE VENTAS

AÑO 2012

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
INVENTARIO INICIAL	7253	\$ 106,96	\$ 170.824,58
INVENTARIO ROPA	3233	\$ 18,46	\$ 59.680,18
INVENTARIO ACCESORIOS	1288	\$ 8,23	\$ 10.600,91
INVENTARIO MALETINES	1997	\$ 32,92	\$ 65.741,24
INVENTARIO ZAPATOS	735	\$ 47,35	\$ 34.802,25
(+) COMPRAS NETAS	6072	\$ 106,96	\$ 143.061,40
INVENTARIO ROPA	2878	\$ 18,46	\$ 53.126,99
INVENTARIO ACCESORIOS	989	\$ 8,23	\$ 8.139,47
INVENTARIO MALETINES	1567	\$ 32,92	\$ 51.585,64
INVENTARIO ZAPATOS	638	\$ 47,35	\$ 30.209,30
(=) MERCADERIA DISPONIBLE	13325	\$ 106,96	\$ 313.885,30
INVENTARIO ROPA	6111	\$ 18,46	\$ 112.807,17
INVENTARIO ACCESORIOS	2277	\$ 8,23	\$ 18.739,71
INVENTARIO MALETINES	3564	\$ 32,92	\$ 117.326,88
INVENTARIO ZAPATOS	1373	\$ 47,35	\$ 65.011,55
(-) INVENTARIO FINAL	7304	\$ 106,96	\$ 171.932,31
INVENTARIO ROPA	3152	\$ 18,46	\$ 58.193,78
INVENTARIO ACCESORIOS	1368	\$ 8,24	\$ 11.273,94
INVENTARIO MALETINES	2034	\$ 32,92	\$ 66.966,30
INVENTARIO ZAPATOS	750	\$ 47,33	\$ 35.498,30
(=) COSTO DE VENTAS	6021	\$ 106,96	\$ 141.969,94
INVENTARIO ROPA	2959	\$ 18,46	\$ 54.622,22
INVENTARIO ACCESORIOS	909	\$ 8,23	\$ 7.481,07
INVENTARIO MALETINES	1530	\$ 32,92	\$ 50.367,60
INVENTARIO ZAPATOS	623	\$ 47,35	\$ 29.499,05

Tabla 18: Costo de Ventas Año 2012

Fuente: Franquicias TOTTO

VENTAS	\$ 567.002,79
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 141.969,94
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 425.032,85
(-) GASTOS	\$ 296.758,00
UTILIDAD NETA	\$ 128.274,85

COSTO DE VENTAS

AÑO 2013

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
INVENTARIO INICIAL	7304	\$ 106,96	\$ 171.257,63
INVENTARIO ROPA	3152	\$ 18,46	\$ 58.184,94
INVENTARIO ACCESORIOS	1368	\$ 8,23	\$ 10.600,91
INVENTARIO MALETINES	2034	\$ 32,92	\$ 66.959,28
INVENTARIO ZAPATOS	750	\$ 47,35	\$ 35.512,50
(+) COMPRAS NETAS	6296	\$ 108,43	\$ 152.094,08
INVENTARIO ROPA	2589	\$ 19,13	\$ 49.527,57
INVENTARIO ACCESORIOS	1233	\$ 8,37	\$ 10.320,21
INVENTARIO MALETINES	1768	\$ 33,06	\$ 58.450,08
INVENTARIO ZAPATOS	706	\$ 47,87	\$ 33.796,22
(=) MERCADERIA DISPONIBLE	13600	\$ 107,69	\$ 324.237,64
INVENTARIO ROPA	5741	\$ 18,79	\$ 107.901,21
INVENTARIO ACCESORIOS	2601	\$ 8,30	\$ 21.588,30
INVENTARIO MALETINES	3802	\$ 32,99	\$ 125.427,98
INVENTARIO ZAPATOS	1456	\$ 47,61	\$ 69.320,16
(-) INVENTARIO FINAL	7728	\$ 107,72	\$ 185.698,31
INVENTARIO ROPA	3317	\$ 18,80	\$ 62.344,59
INVENTARIO ACCESORIOS	1412	\$ 8,31	\$ 11.731,83
INVENTARIO MALETINES	2131	\$ 32,99	\$ 70.308,82
INVENTARIO ZAPATOS	868	\$ 47,62	\$ 41.313,07
(=) COSTO DE VENTAS	5873	\$ 107,69	\$ 138.572,18
INVENTARIO ROPA	2424	\$ 18,79	\$ 45.558,70
INVENTARIO ACCESORIOS	1189	\$ 8,30	\$ 9.868,70
INVENTARIO MALETINES	1671	\$ 32,99	\$ 55.126,29
INVENTARIO ZAPATOS	589	\$ 47,61	\$ 28.018,49

Tabla 19: Costo de Ventas Año 2013

Fuente: Franquicias TOTTO

VENTAS	\$ 561.966,94
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 138.572,18
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 423.394,76
(-) GASTOS	\$ 313.266,61
UTILIDAD NETA	\$ 110.128,15

COSTO DE VENTAS

AÑO 2014

DESCRIPCIÓN	UNIDADES	PRECIO	TOTAL
INVENTARIO INICIAL	7728	\$ 107,72	\$ 184.570,64
INVENTARIO ROPA	3317	\$ 18,80	\$ 62.344,34
INVENTARIO ACCESORIOS	1412	\$ 8,31	\$ 10.600,91
INVENTARIO MALETINES	2131	\$ 32,99	\$ 70.312,34
INVENTARIO ZAPATOS	868	\$ 47,62	\$ 41.313,04
(+) COMPRAS NETAS	7082	\$ 110,24	\$ 183.687,83
INVENTARIO ROPA	3043	\$ 19,87	\$ 60.464,41
INVENTARIO ACCESORIOS	978	\$ 8,69	\$ 8.498,82
INVENTARIO MALETINES	2237	\$ 33,56	\$ 75.073,72
INVENTARIO ZAPATOS	824	\$ 48,12	\$ 39.650,88
(=) MERCADERIA DISPONIBLE	14810	\$ 108,98	\$ 369.600,62
INVENTARIO ROPA	6360	\$ 19,33	\$ 122.955,97
INVENTARIO ACCESORIOS	2390	\$ 8,50	\$ 20.313,81
INVENTARIO MALETINES	4368	\$ 33,28	\$ 145.356,12
INVENTARIO ZAPATOS	1692	\$ 47,87	\$ 80.974,73
(-) INVENTARIO FINAL	9351	\$ 108,98	\$ 220.462,75
INVENTARIO ROPA	3985	\$ 19,33	\$ 77.041,06
INVENTARIO ACCESORIOS	1956	\$ 8,50	\$ 16.624,54
INVENTARIO MALETINES	2497	\$ 33,28	\$ 83.090,40
INVENTARIO ZAPATOS	913	\$ 47,87	\$ 43.706,76
(=) COSTO DE VENTAS	5459	\$ 108,98	\$ 149.134,15
INVENTARIO ROPA	2375	\$ 19,33	\$ 45.915,16
INVENTARIO ACCESORIOS	434	\$ 8,50	\$ 3.688,78
INVENTARIO MALETINES	1871	\$ 33,28	\$ 62.262,20
INVENTARIO ZAPATOS	779	\$ 47,87	\$ 37.268,00

Tabla 20: Costo de Ventas Año 2014

Fuente: Franquicias TOTTO

VENTAS	\$ 635.751,03
(-) COSTO DE VENTAS	\$ 149.134,15
UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	\$ 486.616,88
(-) GASTOS	\$ 345.979,11
UTILIDAD NETA	\$ 140.637,77

6.7.1.4 FASE IV: Matriz de Plan de Acción

ACTIVIDADES	OBJETIVOS	CRONOGRAMA 2014-2015 MESES											
		F	M	A	M	J	J	A	S				
Planificación y Gestión Financiera	<ul style="list-style-type: none"> Maximizar la rentabilidad con los activos disponibles por medio de la venta de productos TOTO Realizar un inventario físico para determinar la mercadería que se encuentra en stock y la que mayores ventas brinda Realizar ofertas por temporada para incentivar a los clientes a consumir más productos TOTO dando a conocer que son de buena calidad Se va a guardar los activos de la empresa para de esta manera cubrir las deudas con terceros y mantener una estabilidad económica Mantener más liquidez en la empresa cumpliendo con el pago a los proveedores sin la necesidad de acudir a préstamos financieros, significaran costos altos de interés Incentivar al personal con una comisión por ventas realizadas Llevar un control de las actividades asignadas al personal para verificar si estas son cumplidas acorde al planificado Tener la información financiera al día para tomar decisiones oportunas y rápidas ante alguna situación emergente 												
Diagnostico financiero													
Realizar un inventario físico													
Diagnostico financiero													
Análisis de la inversión en la compra de mercadería e insumos destinados para las ventas													
Proyecciones financieras													
comparar la rentabilidad anterior con la esperada en el periodo contable													
Administración de los recursos financieros													
Análisis de costos y gastos													
Segregar deudas													
Incentivar al consumidor a adquirir productos TOTO													
Elaborar ofertas para los clientes, aumentar las ventas													
Porcentaje de comisión a personal por ventas realizadas													
Presentar Resultados Financieros a la administración y gerencia del negocio para la toma de decisiones													

INDICADORES FINANCIEROS

Rentabilidad
Liquidez
Endeudamiento

Cuadro 10: Plan de Acción
Elaborado por: Sandra Narajo
Fuente: Franquicia TOTO

6.7.7. Cronograma y Presupuesto

ACTIVIDAD	OBJETIVO	CRONOGRAMA 2014-2015												RECURSOS	RESPONSABLE	FINANCIERO
		MESES														
		E	F	M	A	M	J	J	A	S						
Desarrollo de la propuesta	Los directivos y colaboradores de la franquicia reciben la formación y capacitación de cómo analizar y aplicar los indicadores financieros													Humano Material Financiero	Gerente y colaboradores	300,00
Análisis Organizativo	Trabajo en equipo Diagnostico financiero Objetivos y metas planteadas													Humanos Material	Gerente Depto Financiero	130,00
valoración de la franquicia y selección de indicadores	Implementación de objetivos estratégicos, factores claves y selección de indicadores financieros													Humano Material	Gerente Contador Depto administrativo Depto Ventas	250,00
Diagnóstico organizativo	Presentación y evaluación de la administración del negocio y resultado de indicadores financieros													Humano Material Financiero	Gerente Persona tecnico	100,00
Imprevistos y viáticos 10%														Financiero	Contador	120,00
TOTAL	\$1100,00															

Cronograma y Presupuesto
 Franquicia 1010
 Elaborado: Sandra Narjo

6.8 Administración de la Propuesta

No	Actividades	Responsable
1	Planificación y Gestión Financiera Diagnóstico financiero	Gerente Personal Administrativo
2	Realizar un Inventario físico	Contador Personal Técnico Personal de ventas
3	Diagnóstico financiero Análisis de la inversión en la compra de mercadería e insumos destinados para las ventas.	Gerente Personal Administrativo Contador
4	Proyecciones financieras comparar la rentabilidad anterior con la esperada en el periodo contable.	Personal Administrativo Personal del departamento financiero
5	Administración de los recursos financieros	Gerente Personal Administrativo
6	Análisis de costos y gastos	Personal del departamento financiero
7	Segregar de funciones Incentivar al personal por comisiones por venta	Personal Técnico Personal administrativo Personal de ventas
8	Efectuar ofertas para los clientes, incentivando a comprar productos TOTTO, aumentando las ventas	Gerente Personal de ventas
9	Porcentaje de comisión al personal por ventas realizadas	Gerente Personal de ventas
10	Presentar Resultados Financieros a la administración y gerencia del negocio para la toma de decisiones	Personal Técnico Personal administrativo Personal de ventas

Cuadro 12: Administración de la Propuesta

Fuente: Franquicias TOTTO

Elaborado por: Sandra Naranjo

6.9 Previsión de la Evaluación

Se debe realizar el monitoreo y evaluación de la propuesta para un adecuado cumplimiento y para la oportuna toma de decisiones de la alta gerencia de la empresa. Establecer periodos para el diseño, ejecución y resultados de la propuesta.

Para evaluar el cumplimiento del plan de acción se establece la siguiente matriz:

Previsión de la Evaluación

PREGUNTAS BÁSICAS	EXPLICACIÓN
¿ Quienes solicitan la evaluación?	Gerente y colaboradores de la Franquicia
¿ Por qué evaluar?	La propuesta tiene como objetivo la valoración de la franquicia TOTTO para determinar el Retorno de inversión.
¿ Para qué evaluar?	Para el cumplimiento de estrategias y objetivos planteados.
¿ Qué evaluar?	Evaluar las actividades financiera realizada por la franquicia.
¿ Cuándo evaluar?	Se implementara cuando inicia la ejecución de la propuesta hasta el momento de su finalización
¿ Quiénes evalúan?	Los directivos de la alta gerencia y dueños son los que realizaran la evaluación y cumplimiento de los objetivos.

Cuadro 13: Previsión de la Evaluación

Fuente: Franquicias TOTTO

Elaborado por: Sandra Naranjo

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alba, M. (2004). Las Franquicias en México Una Nueva Visión. UNAM.
- Alba, M. (2005). Franquicias: Una Perspectiva Mundial. UNAM.
- Alcázar, E. (2011). ¿Qué tan rentable es una franquicia? | SoyEntrepreneur. Recuperado 19 de diciembre de 2014, a partir de <http://www.soyentrepreneur.com/que-tan-rentable-es-una-franquicia.html>
- Arias, F. G. (2006). El Proyecto de Investigación. Introducción a la Metodología Científica. 5ta. Edición. Fidas G. Arias Odon.
- ASECORP Ltda. (2009). Indicadores Financieros. Recuperado a partir de <http://www.epm.net.co/~asecorp/documentos/indfin.pdf>
- Ávila, J. (2007). Introducción a la Contabilidad. Ediciones Umbral.
- Barajas, A. (2008). Finanzas para no financistas (4 ta.). Pontificia Universidad Javeriana.
- Barruezo, J. C. B. (2003). La gestión moderna del comercio minorista. ESIC Editorial.
- Bayardo, M. G. M. (2000). Introducción a la Metodología de la investigación educativa. Editorial Progreso. Recuperado a partir de http://books.google.com.ec/books?id=15t_h9QddksC&pg=PA128&dq=metodolog%C3%ADa+descriptiva&hl=es-419&sa=X&ei=0LjNUpvsONKikQem94CoDQ&ved=0CDQQ6AEwAQ#v=onepage&q=metodolog%C3%ADa%20descriptiva&f=false

- Bernal, C. (2006). Metodología de la investigación: para administración, economía, humanidades y ciencias sociales. Pearson Educación.
- Bernardez, M. L. (2006). Tecnología del Desempeo Humano. AuthorHouse.
- Bernard, J., Hangadon, J., & Múnera, A. (1984). Principios de Contabilidad.
- Borja, B. (2011). Los Activos Intangibles Y Sus Retos. Netbiblo.
- Carlberg, C. (2003). Análisis de los negocios con Excel XP. Pearson Educación.
- Conesa, D. H. (2013). Análisis Financieros para los No Financieros. David Herrero Conesa.
- Corporación Financiera Internacional. (2014). Aspectos básicos de una franquicia. Recuperado 19 de diciembre de 2014, a partir de <http://mexico.smetoolkit.org/mexico/es/content/es/580/Aspectos-b% c3% a1sicos-de-una-franquicia>
- Dasi, A. D., Dolz, C. D., Ferrer, C. F., & Iborra, M. (2006). Fundamentos de dirección de empresas. Conceptos y habilidades directivas. Editorial Paraninfo.
- Emery, D. R., Finnerty, J. D., & Stowe, J. D. (2000). Fundamentos de administración financiera. Pearson Educación.
- Estupiñán, O. E. (2006). Análisis financiero y de gestión. ECOE EDICIONES.
- Gaitán, L. (2003). Principios de Administración Financiera.

- Gaitán, O. E. (2006). Análisis financiero y de gestión. ECOE EDICIONES.
- Garay, L. (2010). Paradigmas en la Investigación Educativa. Recuperado a partir de <http://www2.minedu.gob.pe/digesutp/formacioninicial/?p=411>
- García G. (1994). Problemas y métodos de investigación. Ediciones Rialp. Recuperado a partir de <http://books.google.com.ec/books?id=pSEMhYmYzMIC&pg=PA307&dq=investigaci%C3%B3n+DESCRIPATIVA&hl=es-419&sa=X&ei=s8rNURLDdtPNkQfmYoDgCg&ved=0CEAQ6AEwAw#v=onepage&q=investigaci%C3%B3n%20DESCRIPATIVA&f=false>
- Gómez, M. M. (2006). Introducción a la metodología de la investigación científica. Editorial Brujas. Recuperado a partir de <http://books.google.com.ec/books?id=9UDXP4U7aMC&pg=PA102&dq=metodolog%C3%ADa+de+la+investigacion+transversal&hl=es-419&sa=X&ei=GbvNUsuODoPvkQeZ8YcQDA&ved=0CDEQ6AEwAQ#v=onepage&q=metodolog%C3%ADa%20de%20la%20investigacion%20transversal&f=false>
- Gras, J. A., Argilaga, M. T. A., & Benito, J. G. (1990). Metodología de la investigación en ciencias del comportamiento. EDITUM. Recuperado a partir de <http://books.google.com.ec/books?id=TQtBbnk1LSoc&pg=PA125&dq=investigacion+observacional&hl=es->

419&sa=X&ei=66rNUvq4L46NkAfdy4HgBg&ved=0CFUQ6AEwCA#

v=onepage&q=investigacion%20observacional&f=false

- Guerra, I. (2007). Evaluación y Mejora Continua: Conceptos y Herramientas para la Medición y Mejora del Desempeño. AuthorHouse.
- Hernández, R., Vargas, S., & Estrada, A. (2000). Las franquicias como estrategia de intercambio comercial entre los países. Recuperado a partir de http://www.aefran.org/Articulo_Franquicias.htm
- Horngren, C. T., Sundem, G. L., & Elliott, J. A. (2000). Introducción a la contabilidad financiera. Pearson Educación.
- Jaramillo, L. (2009). Lo que debe saber para invertir en una franquicia. Recuperado 19 de diciembre de 2014, a partir de <http://www.portafolio.co/negocios/debe-saber-invertir-una-franquicia>
- Jiménez, F. J. J., & Espinoza, C. (2007). Costos industriales. Editorial Tecnológica de CR.
- Malagón-Londoño, G., Morera, R. G., & Laverde, G. P. (2006). Garantía de calidad en salud. Ed. Médica Panamericana.
- Margarida, J. (2009). Prácticum contable (1era ed.). Lex Nova.
- Martínez, H. (2011). Indicadores Financieros y su Interpretación. Recuperado a partir de <http://webdelprofesor.ula.ve/economia/mendezm/IndicadoresFinancieros.pdf>

- Martín U. (1999). La valoración de las Franquicias. Recuperado a partir de http://www.tirinmobiliarios.com/pdf/cv/valfranq_terreno.pdf
- Medina, C. (2011). Inversión de la Empresa en Formación, clave de la excelencia empresarial y análisis de su rentabilidad (predicción del ROI). Recuperado a partir de <http://espacio.uned.es:8080/fedora/get/tesisuned:CiencEcoEmp-Cjmedina/Documento.pdf>
- Medina, C. (2011). Inversión de la Empresa en Formación, clave de la excelencia empresarial y análisis de su rentabilidad (predicción del ROI). Recuperado a partir de <http://espacio.uned.es:8080/fedora/get/tesisuned:CiencEcoEmp-Cjmedina/Documento.pdf>
- Namakforoosh, M. N. (2000). Metodología de la investigación. Editorial Limusa. Recuperado a partir de <http://books.google.com.ec/books?id=ZEJ7-0hmvhwC&pg=PA91&dq=investigacion+metodolog%C3%ADa+descriptiva&hl=es-419&sa=X&ei=ILfNUuzhJlaHkQfUroCgDQ&ved=0CDUQ6AEwAQ#v=onepage&q=investigacion%20metodolog%C3%ADa%20descriptiva&f=false>
- Novoa, A. B. (2002). Finanzas para no financieros. Pontificia Universidad Javeriana.
- Ortega, L. (2008). Planeación Financiera Estratégica (1era ed.). México: McGraw Hill.

- Palacios, J. (2008). Medición del impacto y la rentabilidad de la formación: Cómo llegar al ROI de la formación. Ediciones Díaz de Santos.
- Quesada, J. (2007). Didáctica De Las Ciencias Experimentales. EUNED.
- Reverté, F. G., & Pérez, S. M. (2009). Ciudades efímeras: Transformando el turismo urbano a través de la producción de eventos. Editorial UOC.
- Revista Ekos. (2013). Franquicias, un negocio rentable - ECUADOR #negociosEC. Recuperado 6 de octubre de 2014, a partir de <http://www.ekosnegocios.com/negocios/verArticuloContenido.aspx?idArt=2119>
- Rodríguez, R. P., Ariza, M. B., & López, F. S. Z. (2007). Investigación cualitativa. Teorías, procesos, técnicas. U. Cooperativa de Colombia. Recuperado a partir de <http://books.google.com.ec/books?id=B2L6wakmplwC&pg=PA31&q=enfoque+de+la+investigacion&hl=es-419&sa=X&ei=WYvMUvvXLIK0sATZg4GADQ&ved=0CEwQ6AEwBQ#v=onepage&q=enfoque%20de%20la%20investigacion&f=false>
- Rojas, F. A. (2003). Distribución y franquicia: oportunidades de negocio ante el impacto de la mundialización/globalización. ESIC Editorial.

- Silva, L. C. S. (1997). Cultura Estadística e Investigación Científica en el Campo de la Salud: Una Mirada Crítica. Ediciones Díaz de Santos.
- Sinisterra, G., & Polanco, L. (2007). Contabilidad Administrativa. ECOE EDICIONES.
- Superintendencia de Compañías. (s. f.). Indicadores Financieros. Recuperado a partir de <http://www.supercias.gov.ec/consultas/inicio.html#>
- Tamayo, M. T. y. (2001). El proceso de la investigación científica. Editorial Limusa.
- Villalta, L. (2012). Proyecto de inversión para la implantación de una franquicia de McDonald's en la ciudad de Loja. Nacional de Loja, Loja. Recuperado a partir de <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/1834/1/PROYECTO%20DE%20INVERSI%C3%93N%20PARA%20LA%20IMPLANTACI%C3%93N%20DE%20UNA%20FRANQUICIA%20DE%20MCDONALD%27S.pdf>
- Villegas, C. F. C. (2001). Medición del desempeño Retorno sobre Inversión, ROI. Estudios Gerenciales, 0(79), 13-22.
- W Zuluaga, & Carmona, H. (2008). Evaluación Financiera de las Franquicias en Pereira Bajo Condición de Incertidumbre. Tecnológica de Pereira, Pereira. Recuperado a partir de <http://repositorio.utp.edu.co/dspace/bitstream/11059/1127/1/38113Z94.pdf>

- Zapata, P. (2005). Contabilidad General (5ta. ed.). Ecuador: Editorial McGraw Hill.
- Zenteno, A. (2010). Indicadores de Rentabilidad. Recuperado a partir de http://mbsperu.com/index.php?option=com_content&view=article&id=222%3Aindicadores-de-rentabilidad&catid=59&Itemid=75

ANEXO No 1

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA
CARRERA DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

ENCUESTA

DIRIGIDA AL PERSONAL QUE LABORA EN “FRANQUICIAS TOTTO
AMBATO”

TEMA: Valoración de la Franquicia TOTTO Ambato y Retorno de
Inversión

OBJETIVO: Establecer cuál es el valor de los capitales invertidos en la
franquicia y los montos recuperados en el periodo estimado y evaluar cuál
fue el beneficio obtenido.

INSTRUCTIVO

- Lea detenidamente las preguntas y conteste de manera clara y concreta.
- Lea las preguntas abiertas, responda en una frase corta y precisa.
- Dentro del paréntesis ponga una x en la respuesta de su elección.

CONTENIDO:

1. ¿Conoce cuál es la diferencia entre franquicia y negocio
independiente?

SI () NO ()

2. ¿Para adquirir una franquicia se requiere de experiencia propia?

SI () NO ()

3. ¿La empresa ha establecido algún método de la valoración de la franquicia para determinar el monto invertido en las mismas?

SI () NO ()

4. ¿La institución realiza flujos de efectivo para conocer la situación económica de la empresa?

SI () NO ()

5. ¿Es importante la valoración de la franquicia en el retorno de la inversión de la empresa?

SI () NO ()

6. ¿Al momento de realizar una inversión se mide el rendimiento y el riesgo que se debe enfrentar?

SI () NO ()

7. ¿El retorno de la inversión permite determinar la rentabilidad de la franquicia?

SI () NO ()

8. ¿La empresa realiza un análisis financiero para determinar los ingresos obtenidos por la franquicia?

SI () NO ()

9. ¿La empresa recopila toda la información de las transacciones realizadas, para evaluar la situación financiera y realiza la interpretación de resultados de las operaciones transaccionales?

SI () NO ()

10. ¿Se aplica indicadores financieros para conocer la rentabilidad en relación con la inversión en la franquicia?

SI () NO ()

GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

A N E X O N o 2

VENTAS TOTTO AMBATO

SECCION: RESUMEN DE FORMAS DE PAGO
VENTAS POR FORMA DE PAGO
DE SDE: 01/01/2013 HASTA: 31/12/2013

Pág. 1
 07/11/2014
 16:55:58

Forma de Pago	Facturado	Comision	Financiamiento	Fact. + Financiam.
AMERICAN EXPRESS CORRIENTE	3,062.33	0.00	0.00	3,062.33
AMERICA EXP.3MES S / INT	4,697.23	0.00	0.00	4,697.23
CHEQUE	672.78	0.00	0.00	672.78
DINERS CORRIENTE	11,367.80	0.00	0.00	11,367.80
DINERS 3 MES S / INT.	23,978.85	0.00	0.00	23,978.85
DINERS 6 MES S / INT.	502.15	0.00	0.00	502.15
DINERS 6 MES C / INT.	254.00	0.00	0.00	254.00
EFE CTIVO	213,781.34	0.00	0.00	213,781.34
MASTE RCARD CORRIENTE	19,475.11	0.00	0.00	19,475.11
MASTE RCARD 3 MES S / INT	16,968.20	0.00	0.00	16,968.20
MASTE RCARD 6 MES S /INT.	317.02	0.00	0.00	317.02
VISA CORRIENTE	37,947.96	0.00	0.00	37,947.96
VISA 3 ME S. S / INT.	16,786.02	0.00	0.00	16,786.02
VISA 6 ME S S /INT.	215.00	0.00	0.00	215.00
SUBTOTAL	350,025.79	0.00	0.00	350,025.79
DEVOLUCIONES EN EFE CTIVO	0.00	0.00	0.00	
DEVOLUCIONES EN CREDITO		0.00	0.00	
TOTAL	350,025.79	0.00	0.00	350,025.79
NOTAS CREDITO EMITIDAS		0.00	0.00	
TOTAL + N.C E MITIDAS	350,025.79	0.00	0.00	350,025.79

SECCION: RESUMEN DE FORMAS DE PAGO
VENTAS POR FORMA DE PAGO
DE SDE: 01/01/2012 HASTA: 31/12/2012

Pág. 1
 07/11/2014
 16:57:07

Forma de Pago	Facturado	Comision	Financiamiento	Fact. + Financiam.
AMERICAN EXPRESS CORRIENTE	2,571.10	0.00	0.00	2,571.10
AMERICA EXP.3MES S / INT	6,256.04	0.00	0.00	6,256.04
AMERICAN EXP. 6 MES S /INT	245.00	0.00	0.00	245.00
CHEQUE	579.80	0.00	0.00	579.80
DINERS CORRIENTE	13,718.65	0.00	0.00	13,718.65
DINERS 3 MES S / INT.	29,247.48	0.00	0.00	29,247.48
EFE CTIVO	219,750.43	0.00	0.00	219,750.43
MASTERCARD CORRIENTE	17,871.13	0.00	0.00	17,871.13
MASTERCARD 3 MES S / INT	20,944.97	0.00	0.00	20,944.97
MASTERCARD 6 MES S /INT.	291.00	0.00	0.00	291.00
MASTERCARD 6 MES C / INT	207.00	0.00	0.00	207.00
VISA CORRIENTE	34,944.88	0.00	0.00	34,944.88
VISA 3 ME S. S / INT.	28,370.57	0.00	0.00	28,370.57
VISA 6 ME S S /INT.	280.00	0.00	0.00	280.00
SUBTOTAL	375,278.05	0.00	0.00	375,278.05
DEVOLUCIONES EN EFE CTIVO	0.00	0.00	0.00	
DEVOLUCIONES EN CREDITO		0.00	0.00	
TOTAL	375,278.05	0.00	0.00	375,278.05
NOTAS CREDITO EMITIDAS		0.00	0.00	
TOTAL + N.C E MITIDAS	375,278.05	0.00	0.00	375,278.05

SECCION: RESUMEN DE FORMAS DE PAGO
 VENTAS POR FORMA DE PAGO
 DE SDE: 01/01/2014 HASTA: 31/12/2014

Pág. 1
 02/01/2015
 12:38:56

Forma de Pago	Facturado	Comision	Financiamiento	Fact. + Financiam.
AMERICAN EXPRESS CORRIENTE	1,761.01	0.00	0.00	1,761.01
AMERICA EXP.3MES S / INT	5,895.19	0.00	0.00	5,895.19
AMERICAN EXP. 6 MES S /INT	255.01	0.00	0.00	255.01
CHEQUE	14.09	0.00	0.00	14.09
DINERS CORRIENTE	14,818.10	0.00	0.00	14,818.10
DINERS 3 MES S / INT.	28,768.88	0.00	0.00	28,768.88
DINERS 6 MES S / INT.	1,022.99	0.00	0.00	1,022.99
EFE CTIVO	243,720.80	0.00	0.00	243,720.80
MASTERCARD CORRIENTE	20,359.61	0.00	0.00	20,359.61
MASTERCARD 3 MES S /INT	17,618.32	0.00	0.00	17,618.32
VISA CORRIENTE	60,127.54	0.00	0.00	60,127.54
VISA 3 ME S. S / INT.	20,544.35	0.00	0.00	20,544.35
VISA 6 ME S S /INT.	537.20	0.00	0.00	537.20
SUBTOTAL	415,443.09	0.00	0.00	415,443.09
DEVOLUCIONES EN EFECTIVO	0.00	0.00	0.00	
DEVOLUCIONES EN CREDITO		0.00	0.00	
TOTAL	415,443.09	0.00	0.00	415,443.09
NOTAS CREDITO EMITIDAS		0.00	0.00	
TOTAL + N.C EMITIDAS	415,443.09	0.00	0.00	415,443.09

SECCION: RESUMEN DE FORMAS DE PAGO
 VENTAS POR FORMA DE PAGO
 DESDE: 01/01/2012 HASTA: 31/12/2012

Pág. 1
 02/01/2015
 12:05:09

Forma de Pago	Facturado	Comision	Financiamiento	Fact. + Financiam.
AMERICAN EXPRESS CORRIENTE	976.60	0.00	0.00	976.60
AMERICA EXP.3MES S / INT	1,923.48	0.00	0.00	1,923.48
CHEQUE	869.53	0.00	0.00	869.53
DINERS CORRIENTE	3,529.68	0.00	0.00	3,529.68
DINERS 3 MES S / INT.	8,256.96	0.00	0.00	8,256.96
EFE CTIVO	143,858.71	0.00	0.00	143,858.71
MASTERCARD CORRIENTE	5,226.39	0.00	0.00	5,226.39
MASTERCARD 3 MES S /INT	6,904.92	0.00	0.00	6,904.92
VISA CORRIENTE	11,007.60	0.00	0.00	11,007.60
VISA 3 MES. S / INT.	8,856.27	0.00	0.00	8,856.27
VISA 6 MES S /INT.	315.00	0.00	0.00	315.00
SUBTOTAL	191,724.74	0.00	0.00	191,724.74
DEVOLUCIONES EN EFECTIVO				
DEVOLUCIONES EN CREDITO				
TOTAL				
NOTAS CREDITO EMITIDAS				
TOTAL + N.C EMITIDAS				

SECCION: RESUMEN DE FORMAS DE PAGO
VENTAS POR FORMA DE PAGO
DESDE: 01/01/2013 HASTA: 31/12/2013

Pág. 1
 02/01/2015
 12:06:21

Forma de Pago	Facturado	Comision	Financiamiento	Fact. + Financiam.
AMERICAN EXPRESS CORRIENTE	979.28	0.00	0.00	979.28
AMERICA EXP.3MES S /INT	1,380.78	0.00	0.00	1,380.78
CHEQUE	604.81	0.00	0.00	604.81
DINERS CORRIENTE	4,988.29	0.00	0.00	4,988.29
DINERS 3MES S /INT.	7,258.24	0.00	0.00	7,258.24
EFFECTIVO	162,680.04	0.00	0.00	162,680.04
MASTERCARD CORRIENTE	7,140.11	0.00	0.00	7,140.11
MASTERCARD 3 MES S /INT	5,763.37	0.00	0.00	5,763.37
VISA CORRIENTE	14,494.18	0.00	0.00	14,494.18
VISA 3 MES. S /INT.	6,394.85	0.00	0.00	6,394.85
VISA 6 MES S /INT.	257.20	0.00	0.00	257.20
SUBTOTAL	211,941.15	0.00	0.00	211,941.15
DEVOLUCIONES EN EFECTIVO				
DEVOLUCIONES EN CREDITO				
TOTAL				
NOTAS CREDITO EMITIDAS				
TOTAL + I.I.C EMITIDAS				

SECCION: RESUMEN DE FORMAS DE PAGO
VENTAS POR FORMA DE PAGO
DESDE: 01/01/2014 HASTA: 31/12/2014

Pág. 1
 02/01/2015
 12:07:23

Forma de Pago	Facturado	Comision	Financiamiento	Fact. + Financiam.
AMERICAN EXPRESS CORRIENTE	1,283.55	0.00	0.00	1,283.55
AMERICA EXP.3MES S /INT	1,961.88	0.00	0.00	1,961.88
CHEQUE	99.39	0.00	0.00	99.39
DINERS CORRIENTE	4,448.70	0.00	0.00	4,448.70
DINERS 3MES S /INT.	8,802.94	0.00	0.00	8,802.94
DINERS 6MES S /INT.	260.00	0.00	0.00	260.00
EFFECTIVO	164,799.34	0.00	0.00	164,799.34
MASTERCARD CORRIENTE	7,373.33	0.00	0.00	7,373.33
MASTERCARD 3 MES S /INT	5,571.70	0.00	0.00	5,571.70
VISA CORRIENTE	18,831.03	0.00	0.00	18,831.03
VISA 3 MES. S /INT.	6,876.08	0.00	0.00	6,876.08
SUBTOTAL	220,307.94	0.00	0.00	220,307.94
DEVOLUCIONES EN EFECTIVO				
DEVOLUCIONES EN CREDITO				
TOTAL				
NOTAS CREDITO EMITIDAS				
TOTAL + I.I.C EMITIDAS				

A N E X O N o 3



**REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES
PERSONAS NATURALES**

NUMERO RUC: 0601462906001
APELLIDOS Y NOMBRES: ALVARADO DUQUE JOSE EMILIO
NOMBRE COMERCIAL:
CLASE CONTRIBUYENTE: OTROS **OBLIGADO LLEVAR CONTABILIDAD:** SI
CALIFICACIÓN ARTEBANAL: NUMERO:

FEC. NACIMIENTO: 22/06/1972 **FEC. ACTUALIZACION:** 29/10/2010
FEC. INICIO ACTIVIDADES: 30/10/2003 **FEC. SUSPENSION DEFINITIVA:**
FEC. INSCRIPCION: 30/10/2003 **FEC. REINICIO ACTIVIDADES:**

ACTIVIDAD ECONOMICA PRINCIPAL:

VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR.

DOMICILIO TRIBUTARIO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: VELOZ Calle: ESPEJO Número: 1564 Intersección: ESMERALDAS
Referencia: A DOS CUADRAS DEL COLEGIO SAN VICENTE DE PAUL Teléfono: 032965104

DOMICILIO ESPECIAL:

OBLIGACIONES TRIBUTARIAS:

- * ANEXO DE COMPRAS Y RETENCIONES EN LA FUENTE POR OTROS CONCEPTOS
- * ANEXO RELACION DEPENDENCIA
- * DECLARACIÓN DE RETENCIONES EN LA FUENTE
- * DECLARACIÓN MENSUAL DE IVA

DE ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS: del 001 al 004 **ABIERTOS:** 2
JURISDICCION: REGIONAL CENTRO E TUNGURAHUA **CERRADOS:** 2


FRMA DEL CONTRIBUYENTE



SERVICIO DE RENTAS INTERNAS

Usuario: APR04165407 **Lugar de emisión:** RIOBAMBA/PONIESA **Fecha y hora:** 29/10/2010



REGISTRO UNICO DE CONTRIBUYENTES PERSONAS NATURALES

NUMERO RUC: 0601462906001
APELLIDOS Y NOMBRES: ALVARADO DUQUE JOSE EMILIO

ESTABLECIMIENTOS REGISTRADOS:

No. ESTABLECIMIENTO: 001 ESTADO ABIERTO MATRIZ FEC. INICIO ACT. 30/10/2003
NOMBRE COMERCIAL: TOTTO FEC. CIERRE:
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR.
VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS DE PRENDAS DE VESTIR.
VENTA AL POR MENOR DE MALETAS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: LA MATRIZ Calle: AV. CEVALLOS Número: 1743 Intersección: CASTELLO
Referencia: JUNTO A SERVIPAGOS Teléfono Trabajo: 032420157

No. ESTABLECIMIENTO: 003 ESTADO ABIERTO FEC. INICIO ACT. 16/02/2005
NOMBRE COMERCIAL: TOTTO FEC. CIERRE:
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

VENTA AL POR MENOR DE PRENDAS DE VESTIR.
VENTA AL POR MENOR DE ACCESORIOS DE PRENDAS DE VESTIR.
VENTA AL POR MENOR DE MALETAS.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: TUNGURAHUA Cantón: AMBATO Parroquia: HUACHI CHICO Calle: AV. ATAHUALPA Intersección: AV. VICTOR HUGO
Referencia: DIAGONAL A AUTONOTORES DE LA SIERRA Edificio: MALL DE LOS ANDES Piso: 3 Oficina: 216 Teléfono Trabajo:
032646052

No. ESTABLECIMIENTO: 002 ESTADO CERRADO FEC. INICIO ACT. 21/05/2004
NOMBRE COMERCIAL: PORTA COOTEL FEC. CIERRE: 29/10/2010
FEC. REINICIO:

ACTIVIDADES ECONÓMICAS:

ACTIVIDADES DE COMISIONISTAS DE TELEFONIA CELULAR.

DIRECCIÓN ESTABLECIMIENTO:

Provincia: CHIMBORAZO Cantón: RIOBAMBA Parroquia: LIZARZABURU Calle: DIEZ DE AGOSTO Número: 6/N Intersección:
ESPEJO Referencia: FRENTE A LA FARMACIA BAYER Teléfono Trabajo: 032860188


FIRMA DEL CONTRIBUYENTE



Usuario: AFRN160407 Lugar de emisión: RIOBAMBA/PROMERA Fecha y hora: 29/10/2010