



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

**Proyecto de Investigación, previo a la obtención del Título de Licenciado en
Contabilidad y Auditoría**

Tema:

**“Evaluación de la inversión en franquicias y su tratamiento contable conforme a
las NIIF”**

Autor: Acosta Freire, Paúl Fernando

Tutor: Dr. Coba Molina, Edison Marcelo

Ambato -Ecuador

2023

APROBACIÓN DEL TUTOR

Yo, Dr. Coba Molina Edison Marcelo con cédula de ciudadanía No. 180316150-2, en mi calidad de Tutor del proyecto de investigación sobre el tema: **“EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN EN FRANQUICIAS Y SU TRATAMIENTO CONTABLE CONFORME A LAS NIIF”**, desarrollado por Paúl Fernando Acosta Freire, de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, modalidad presencial, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos, tanto técnicos como científicos y corresponde a las normas establecidas en el Reglamento de Graduación de Pregrado, de la Universidad Técnica de Ambato y en el normativo para 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 evaluación por los profesores calificadores designados por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, Agosto 2023

TUTOR



.....
Dr. Edison Marcelo Coba Molina

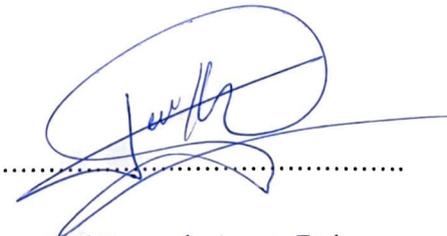
C.C. 180316150-2

DECLARACIÓN DE AUTORÍA

Yo, Paúl Fernando Acosta Freire con cédula de ciudadanía No. 185004251-4, tengo a bien indicar que los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación, bajo el tema: **“EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN EN FRANQUICIAS Y SU TRATAMIENTO CONTABLE CONFORME A LAS NIIF”**, así como también los contenidos presentados, ideas, análisis, síntesis de datos, conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este Proyecto de Investigación.

Ambato, Agosto 2023

AUTOR



Paul Fernando Acosta Freire

C.C. 185004251-4

CESIÓN DE DERECHOS

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este proyecto de investigación, un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación.

Cedo los derechos en línea patrimoniales de mi proyecto de investigación, con fines de difusión pública; además apruebo la reproducción de este proyecto de investigación, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica potencial; y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Agosto 2023

AUTOR



Paúl Fernando Acosta Freire

C.C. 185004251-4

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

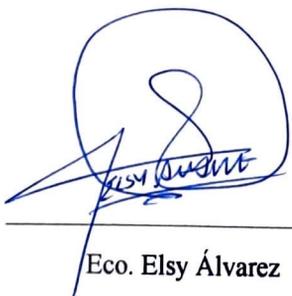
El Tribunal de Grado, aprueba el proyecto de investigación, sobre el tema: **“EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN EN FRANQUICIAS Y SU TRATAMIENTO CONTABLE CONFORME A LAS NIIF”** elaborado por Paúl Fernando Acosta Freire, estudiante de la Carrera de Contabilidad y Auditoría, el mismo que guarda conformidad con las disposiciones reglamentarias emitidas por la Facultad de Contabilidad y Auditoría de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Agosto 2023



Dra. Tatiana Valle PhD.

PRESIDENTE



Eco. Elsy Álvarez

MIEMBRO CALIFICADOR



Eco. Álvaro Vayas

MIEMBRO CALIFICADOR

DEDICATORIA

Lo que con mucho trabajo se obtiene, más se ama. Dedico este trabajo a mi Dios todo poderoso, quien con su sabiduría ha sido la guía de mi camino y me ha dado fortaleza en los momentos más difíciles.

Agradezco a mis padres, Roberto y Mónica, por ser el motor de mi vida y mi apoyo incondicional. Con sus consejos, oraciones y ejemplo me han formado como un hombre íntegro que ha logrado finalizar una etapa importante de su vida.

También quiero agradecer mis hermanas, Nicole y Sofia por su constante apoyo y cariño. Han sido mis compañeras de vida, les agradezco por estar siempre ahí para mí. A mis abuelitos Aníbal, Alba y Fanny por sus bendiciones, que me han permitido formarme como un hombre humilde y responsable.

Por último, pero no menos importante, quiero expresar mi gratitud con a mi Rosita Freire, quien ha sido como mi segunda madre, que ha sabido cuidarme y apoyarme toda mi vida. También agradezco mi tía Gabriela Freire por su cariño y preocupación, ya que desde lejos siempre ha sabido alentarme a ser una mejor persona. Además, llevo en mi corazón a mis tíos Juan Carlos, Darwin y Alvarito, quienes con su ejemplo de esfuerzo y perseverancia me inspiran. Asimismo, un sincero gracias a mi amigo Johnny Cordovilla por ser un gran apoyo dentro de mi formación académica con sus sanos consejos.

Paul Fernando Acosta Freire

AGRADECIMIENTO

Durante este largo camino de constante esfuerzo y sacrificio, desde lo más profundo de mi ser expreso total gratitud a mi Dios por guiarme durante toda esta etapa y colmarme de bendiciones en mi vida.

Mi total agradecimiento a cada uno de los docentes de la Facultad, puesto que han sabido guiarme y brindarme su amistad, demostrando la excelencia profesional con la que cuenta la institución.

De la misma forma mis agradecimientos a la Universidad Técnica de Ambato y a mi querida Facultad de Contabilidad y Auditoría, a mis docentes en especial a la Dra. Cecilia Toscano, Ing. Carlos Barreno y la Dra. Anita labre quienes han sido grandes profesionales que me han sabido apoyar, un total agradecimiento a cada una de ustedes por su amistad.

Finalmente, un agradecimiento al Dr. Edison Coba, mi tutor y amigo, quien con su conocimiento y experiencia me ha sabido orientar dentro del desarrollo de este trabajo.

Paúl Fernando Acosta Freire

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

TEMA: “EVALUACIÓN DE LA INVERSIÓN EN FRANQUICIAS Y SU TRATAMIENTO CONTABLE CONFORME A LAS NIIF”

AUTOR: Paúl Fernando Acosta Freire

TUTOR: Dr. Edison Marcelo Coba Molina

FECHA: Agosto 2023

RESUMEN EJECUTIVO

La presente investigación tiene como objetivo analizar el retorno de la inversión en franquicias y su tratamiento según las NIIF. Para realizar este estudio se tomó una muestra de 15 franquicias activas de las que solo 7 entidades reflejaban la aplicación de intangibles en sus estados financieros, también que tenían información financiera del periodo 2020 y 2021 que fue obtenida de la página oficial de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. Se aplicó el uso de fichas de observación para obtener la información de los estados financieros de las empresas de forma resumida como cifras y datos específicos de las notas a los estados financieros, con lo cual la información fue procesada y permitió comprender la realidad de los activos intangibles en los estados financieros. Se utilizó dos variables como la valoración de franquicias que representa a la variable independiente y el reconocimiento de ingresos de franquicias como la variable dependiente que permitieron saber acerca del cumplimiento del registro de intangibles según las NIIF. En consecuencia, se identificó la existencia de un mínimo de entidades que cumplen el registro de los intangibles dentro de sus estados financieros. Esto evidencia la poca capacitación que tienen las empresas sobre los intangibles en sus estados y además de la deficiencia en las leyes del país para regular los procesos de franquicias entre el franquiciador y franquiciado. Para terminar, se presenta una propuesta de valoración de una franquicia farmacéutica, en la que se aplicó el registro de los intangibles en un libro diario, donde se obtuvo el canon inicial, royalty general y royalty de publicidad para mostrarlo en un estado de resultado.

PALABRAS DESCRIPTORAS: FRANQUICIAS, INTANGIBLES, INVERSIÓN, NIIF.

TECHNICAL UNIVERSITY OF AMBATO
FACULTY OF ACCOUNTING AND AUDITING
ACCOUNTING AND AUDITING CAREER

TOPIC: “EVALUATION OF THE INVESTMENT IN FRANCHISES AND THEIR ACCOUNTING TREATMENT IN ACCORDANCE WITH NIIF”

AUTHOR: Paul Fernando Acosta Freire

TUTOR: Dr. Edisson Marcelo Coba Molina

DATE: August 2023

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze the return on investment in franchises and their treatment under NIIF. To carry out this study, a sample of 15 active franchises was taken, of which only 7 entities reflected the application of intangibles in their financial statements, also that had financial information for the period 2020 and 2021 that was obtained from the official website of the Superintendence of Companies, Securities and Insurance. The use of observation sheets was applied to obtain the information from the financial statements of the companies in a summarized form as figures and specific data from the notes to the financial statements, with which the information was processed and allowed to understand the reality of intangible assets in the financial statements. Two variables were used as the valuation of franchises, which represents the independent variable, and the recognition of franchise revenues as the dependent variable, which allowed to know about the compliance with the registration of intangibles according to NIIF. Consequently, the existence of a minimum of entities that comply with the recording of intangibles in their financial statements was identified. This evidences the little training that companies have on intangibles in their statements and also the deficiency in the laws of the country to regulate the franchising processes between the franchisor and franchisee. Finally, a proposal for the valuation of a pharmaceutical franchise is presented, in which the recording of intangibles in a daily ledger was applied, where the initial royalty, general royalty and advertising royalty were obtained to be shown in a statement of income.

KEYWORDS: FRANCHISES, INTANGIBLES, INVESTMENT, NIIF.

ÍNDICE GENERAL

CONTENIDO	PÁGINA
PÁGINAS PRELIMINARES	
PORTADA.....	ii
APROBACIÓN DEL TUTOR.....	ii
DECLARACIÓN DE AUTORÍA.....	iii
CESIÓN DE DERECHOS.....	iv
APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....	v
DEDICATORIA.....	vi
AGRADECIMIENTO.....	vii
RESUMEN EJECUTIVO.....	viii
ABSTRACT.....	ix
ÍNDICE GENERAL.....	x
ÍNDICE DE TABLAS.....	xiii
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	xv
CAPÍTULO I.....	1
INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Descripción del problema.....	1
1.2. Justificación.....	2
1.2.1. Justificación teórica, metodológica (viabilidad) y práctica.....	2
1.2.2. Formulación del problema de investigación.....	3
1.3. Objetivos.....	3
1.3.1. Objetivo general.....	3
1.3.2. Objetivos específicos.....	3
CAPÍTULO II.....	4
MARCO TEÓRICO.....	4

2.1. Revisión de literatura	4
2.1.1. Antecedentes investigativos	4
2.1.1.1. Progreso de las franquicias ecuatorianas como factor de crecimiento.....	4
2.1.1.2. Relevancia de la valoración de franquicias.....	5
2.1.1.3. Tratamiento contable de las franquicias según las NIIF	6
2.1.2. Fundamentos teóricos.....	7
2.1.2.1. La teoría de contingencia en la valoración de intangibles	7
2.1.2.2. Franquicia.....	8
2.1.2.3. Origen histórico de la franquicia.....	9
2.1.2.4. Relación entre franquiciador y franquiciado.....	9
2.1.2.5. Requisitos para convertirse en un sistema de franquicias.....	10
2.1.2.6. Clases de franquicias.....	11
2.1.2.7. Elementos del contrato de franquicia.....	12
2.1.2.8. Norma Internacional de Contabilidad 38 y su relación con las franquicias..	12
2.1.2.9. Métodos de valoración de primas	13
2.1.2.10. Métodos de retorno de inversión.....	14
2.2. Hipótesis.....	15
CAPÍTULO III.....	16
METODOLOGÍA	16
3.1. Recolección de la información.....	16
3.1.1. Población, muestra y unidad de análisis	16
3.1.1.1. Población.....	16
3.1.1.2. Muestra.....	16
3.1.2. Fuentes secundarias.....	17
3.1.3. Instrumentos y métodos para recolectar información	17
3.1.3.1. Ficha de observación.....	17
3.2. Tratamiento de la información	19
3.3. Operacionalización de variables	22
3.3.1. Variable independiente: Valoración de franquicias	22
3.3.2. Variable dependiente: Reconocimiento de ingresos de franquicias.....	22
CAPÍTULO IV	23

RESULTADOS.....	23
4.1. Resultados y discusión	23
4.2. Verificación de la hipótesis o fundamentación de la pregunta de investigación	29
4.2.2. Estimación por Valor Actual Neto	31
4.2.3. Cálculo de la tasa de regalías y determinación del valor de canon inicial	44
4.2.3.1. Cálculo de tasa de regalías	44
4.2.3.2. Cálculo del canon inicial.....	46
4.2.3. Registro contable de la venta de una franquicia punto de vista franquiciador.	47
CAPÍTULO V.....	53
CONCLUSIONES.....	53
5.1. Conclusiones	53
5.2. Limitaciones del estudio	54
5.3. Futuras temáticas de investigación.....	54
REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS	55
ANEXOS	61

ÍNDICE DE TABLAS

CONTENIDO	PÁGINA
Tabla 1. Pasos a seguir por integrantes de una franquicia	10
Tabla 2. Clasificación de los tipos de franquicias	11
Tabla 3. Elementos que componen el contrato de franquicia	12
Tabla 4. Relación entre NIC 38 Y las franquicias.....	13
Tabla 5. Tipos de métodos de valoración de primas	14
Tabla 6. Tipos de métodos de retorno de inversión	15
Tabla 7. Muestra de franquicias	17
Tabla 8. Variables de las franquicias	18
Tabla 9. Ficha de interpretación entre dos años de flujo de efectivo por método directo.....	20
Tabla 10. Variable independiente: Valoración de franquicias	22
Tabla 11. Variable dependiente: Reconocimiento de ingresos de franquicias.....	22
Tabla 12. Empresas por sector	23
Tabla 13. Franquicias con información financiera completa	25
Tabla 14. Rentabilidad histórica del mercado y las empresas.....	25
Tabla 15. Resumen de datos estadísticos de franquicias con registro de intangibles	26
Tabla 16. Resumen de datos estadísticos de franquicias sin registro de intangibles	27
Tabla 17. Resumen de notas a los estados financieros.....	27
Tabla 18. Franquicias que registran activos intangibles en estados financieros	28
Tabla 19. Estructura del registro de activos intangibles de las franquicias.....	29
Tabla 20. Tipos de métodos de regalías	30
Tabla 21. Estado de situación financiera Difare	32
Tabla 22. Estado de situación financiera Sunkova.....	33
Tabla 23. Estado de situación financiera Farmaenlace	34
Tabla 24. Costo ponderado de los recursos (WACC)	35
Tabla 25. Tasas de descuento	36
Tabla 26. Estado de resultado histórico Difare	37
Tabla 27. Estado de resultado histórico Sunkova	38
Tabla 28. Estado de resultado histórico Farmaenlace	39
Tabla 29. Valor económico agregado (EVA).....	40
Tabla 30. Capital de trabajo	41

Tabla 31. Tasa de crecimiento.....	42
Tabla 32. Flujo de efectivo de actividades de financiación	43
Tabla 33. Valor actual neto (VAN).....	43
Tabla 34. Probabilidad de obtener ingresos en franquicias de alimentos y farmacéuticas.....	45
Tabla 35. Modelo para el cálculo de la tasa de regalías sin canon inicial.....	45
Tabla 36. Escenarios de negociación de la tasa de regalías y Canon inicial.....	47
Tabla 37. Asiento de firma de contrato por importe de cesión de patentes y marca.	48
Tabla 38. Asiento de devengado del ingreso del primer año de contrato	49
Tabla 39. Asiento por cobro anticipado de servicios	49
Tabla 40. Asiento para reconocimiento de ingresos desde fecha de apertura de franquicia.....	50
Tabla 41. Asiento para reconocimiento de ingresos por Royalti general.....	50
Tabla 42. Asiento para reconocimiento de ingresos por Royalti de publicidad.....	51
Tabla 43. Estado de Resultados de Farmaenlace antes de aplicar ingresos por franquicia.....	51
Tabla 44. Estado de Resultados de Farmaenlace después de aplicar ingresos por franquicia.....	52
Tabla 45. Estructura de la cuenta franquicias	52

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

CONTENIDO	PÁGINA
Ilustración 1. Partes que conforman una franquicia	8
Ilustración 2. Origen histórico de la franquicia	9
Ilustración 3. Relación entre franquiciador y franquiciado	10
Ilustración 4. Origen de las franquicias	24

CAPÍTULO I

INTRODUCCIÓN

1.1. Descripción del problema

Las franquicias alrededor de los últimos años se han considerado como un sistema altamente exitoso de negocio, que se enfoca en cumplir los estándares impuestos en el país, puesto que no hace uso de un alto porcentaje de inversión para su funcionamiento. Según Baena (2009) explica que las empresas utilizan este modelo en la actualidad porque ha alcanzado un elevado nivel de madurez por el mundo, por determinarse como una forma atractiva de investigación de bajo capital y control adecuado de procesos. En cambio, Ayovi, Guijarro, & Mora (2016) la determina como un modelo de inversión seguro que permite a las entidades expandirse a nivel nacional o internacional según la acogida que tenga.

El alto crecimiento generado por el modelo de franquicia en el Ecuador ha sido importante, porque los individuos consideran notable la autosuficiencia e independencia laboral. Es así como Monge & Zabala (2010) explican que un gran porcentaje de negocios utilizan este novedoso modelo en el que el franquiciador pone a disposición el Know-how al franquiciado, otorga los atributos o particularidades de la entidad, que se caracterizan por ser una base de conocimientos o datos para su aplicación. Se sabe que en el Ecuador no existe un riguroso estudio sobre la franquicia entre ambas partes que permita dar una adecuada valorización (Ochoa y Rumbea, 2016).

No obstante, se ha comprobado que en los últimos años ha existido poca importancia sobre su tratamiento contable que se ha reflejado de forma directa sobre su registro financiero aplicado según la NIC 38. Para Galarza & Sánchez (2013) se visualiza que muchos individuos no le dan la adecuada jerarquía según el modelo de franquicia. En cambio, Barrios (2013) piensa que el franquiciado no mantiene una existencia física, en su caso maneja un valor importante para las empresas, por tomárselo como un recurso vital para dar en marcha el inicio de una posible marca completa y desarrollada.

1.2. Justificación

1.2.1. Justificación teórica, metodológica (viabilidad) y práctica

En el país se utiliza un sistema de franquicias aplicado a los distintos sectores comerciales, donde Crespo (2020) ratifica la aportación efectuada a la economía ecuatoriana, desarrollándose como una modalidad importante para el sector de comercio del país en varias empresas. En el caso de Calderón & Huerta (2015) denominan a las franquicias como un canal de distribución que permite a una entidad expandirse sin manejar una alta inversión económica, siendo en los últimos años una forma de organización innovadora según un nuevo formato comercial.

Para Medina & Lanchimba (2017) los sectores que mantienen un crecimiento importante de las franquicias son los servicios de comida rápida y servicio de personal, diseñando un desarrollo comercial que crea la mayor cantidad de posibles empleos. Asimismo, Mosquera (2010) explica que la franquicia se caracteriza por ser: una colaboración continua entre franquiciador y franquiciado tanto en el ámbito legal y financiero, se asociación en marco de un contrato de franquicia que pacte su ejecución, adicional del cumplimiento del Know-how desde el inicio con un proceso de formación progresivo. Sin embargo, Ochoa & Rumbela (2016) explican que la franquicia es un negocio en el cual el franquiciador se encarga de entregar la marca y producto, donde cuenta con un negocio ya en marcha con experiencia y clientes; los franquiciados solo necesitan disponer de un sitio logísticamente estratégico que permita su adecuado funcionamiento.

La investigación realizada maneja datos adquiridos de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros (Supercias), además de estados financieros y notas a los estados financieros. Adicional, se utiliza información proveniente de varios tipos de fuentes, como artículos científicos o proyectos que mantengan relación.

Al utilizar las NIC 38 según Rico & Abadía (2017) valoran que los activos intangibles no pueden contarse de forma física por su naturaleza, por lo que dichos activos son significativos para dar valoraciones de mercado, siendo un elemento de gran relevancia para generar un valor estimado. En la actualidad los intangibles han creado el mismo

valor que los activos contables, por la importancia que mantienen para una organización sobre su desarrollo.

Esta investigación permite fortalecer y profundizar el conocimiento referente al manejo de intangibles por una empresa, de tal modo que sea más eficiente la aplicación de conocimiento de las NIIF y franquicias en nuestra formación profesional, es por ello la necesidad de ejecutar el estudio de este activo.

1.2.2. Formulación del problema de investigación

¿Reconocer a las franquicias como activos intangibles impacta en el rendimiento financiero de las empresas franquiciadas?

1.3. Objetivos

1.3.1. Objetivo general

- Analizar el retorno de la inversión de las inversiones en franquicias y su tratamiento contable según las NIIF

1.3.2. Objetivos específicos

- Revisar los métodos de valoración de las primas y retorno de la inversión para la inversión en franquicias
- Identificar las inversiones en franquicias existentes en el Ecuador y la revelación de sus intangibles de los estados financieros
- Relacionar el efecto del reconocimiento de las franquicias como activos intangibles en el rendimiento de las empresas franquiciadas

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Revisión de literatura

2.1.1. Antecedentes investigativos

2.1.1.1. Progreso de las franquicias ecuatorianas como factor de crecimiento

La franquicia es un sistema de negocio muy rentable manejado alrededor del mundo, siendo la base de expansión de muchas empresas. Miraba & Moran (2021) muestran que el sistema de franquicias se ha convertido en una nueva forma de negocios que mantienen una relación legal a dos protagonistas para el correcto funcionamiento de la empresa franquiciada. Sosa (2009) aporta que es ideal el sistema de franquicias por no requerir de una alta experiencia acerca de distintas áreas y minimiza el riesgo por ya tener un contacto con el mercado.

Las franquicias utilizan un modelo exitoso expandido de forma global, por medio de su argumentación sobre el poco riesgo, que garantiza una alta rentabilidad. Baena (2009) explica que a partir de la década de los años 60 en Norte América se dio a conocer a la sociedad y a una variedad de investigadores que por la eficacia del sistema se interesaron. Muñoz (2007) aporta que las franquicias de Estados Unidos comprenden una diversidad de actividades de negocio, que han logrado posicionarse en el mercado mundial por su impacto tanto económico, social e histórico.

Por estudios generados se establece que las franquicias amplían el rango de mercado de las empresas. En base a los datos obtenidos por Medina & Lanchimba (2017) se define que desde el 2012 las instituciones denominadas franquicias rondaban alrededor de 13928 generando un aproximado de 16800 empleos. De igual forma Borsic, Maya & Aigaje (2018) establecen que la cobertura de las franquicias en el país atribuye a 23 provincias del país, Pichincha concentra un mayor porcentaje de establecimientos, en donde la franquicia más representativa es los Cebiches de la Rumiñahui con 44 establecimientos.

Los países de Norteamérica y Asia mantienen una influencia extensa de las franquicias siendo el motor de empleo para un estimado de 23 millones de personas. De igual importancia, Mosquera (2010) explica que en Estados Unidos y Colombia se ha notado la creación de 270 empresas que intentan posicionarse con una preparación y estructura adecuada al mercado global. Es decir, el crecimiento significativo ha sido por la prisa de independencia económica y deseo de expansión territorial, ya que sea tomado por las empresas como una alternativa de crecimiento rentable e innovadora (Ayala y Garzon, 2004).

En la actualidad los sectores que se han reflejado un fuerte manejo de este tipo de métodos empresariales son diversos como comida, calzado y comercio minorista. Sin embargo, Promperú (2020) considera que la ubicación geográfica es imprescindible para una empresa franquiciante, por ser una clave para su éxito comercial. De la misma forma, se sostiene que el desarrollo del sistema de franquicia se relaciona directamente con la modernización del comercio y por la necesidad de expansión dentro del mercado (Diez de Castro y Rondan Cataluña, 2004).

2.1.1.2. Relevancia de la valoración de franquicias

Es fundamental reconocer el tipo de técnica que se aplica en las empresas, que son las características de su operacionalización de actividades. Según Ramírez, Quirama, Montes, & Sepulveda (2022) es importante que los empresarios o franquiciadores aprovechen las ventajas competitivas que mantienen sus entidades para posicionarlas por comercialización de franquicias o crecer por unidades propias. De igual forma, el valor de la franquicia es necesario definirlo, ya que se basa según la marca y Know-How propio de la empresa como conocimientos técnicos, operativos y administrativos que son su símbolo de valor (Alba, 2005).

Valorar una empresa permite a tanto franquiciadores como franquiciados tener un punto de vista más claro, técnico y confiable de un precio estimada de la compañía. Para Casson (2015) la información que se fundamenta por informes, permite generar tanto al franquiciado como al franquiciador mayor confianza para realizar inversiones y tomar decisiones claras que den viabilidad al negocio. Así mismo, Ayovi, Guijarro, & Mora (2016), valoran que es obligatorio manejar manuales de operación que den un

explicativo del uso de la información de las franquicias, siendo una herramienta que guía su desarrollo.

La marca que representa a una entidad se entiende como un distintivo que genera ventaja para la misma y no puede ser duplicado o apropiado por terceros. Valdés (2010) considera que una franquicia acertada crea ventajas competitivas para su crecimiento tales como habilidades y capacidades que generan viabilidad ligada al tiempo y su operacionalización comercial. Desde el punto de vista de Estudio Canudas (2013), se piensa que es de mucha utilidad para el posible franquiciado acceder a la información financiera de la empresa para tener un perfil del mercado potencial y una perspectiva de expansión, que de veracidad de los datos del franquiciador.

El valorizar intangibles en una empresa se denomina como una estrategia muy conveniente para cuantificar el valor real de las empresas. Para Vélez (2013) el realizar una valoración de intangibles es con el fin de generar riqueza o dar valor añadido según el método contable, que se usa con la información en libros o el de rentabilidad que valora la capacidad de generar riqueza de la empresa. La mayor parte de empresas fabricantes o de servicios alrededor del mundo creen que es posible participar en la explotación de activos intangibles por factores que los favorecen como la economía a escala y la elevada globalización existente en la sociedad (Torres, 2014).

2.1.1.3. Tratamiento contable de las franquicias según las NIIF

En el panorama de hoy en día, el desarrollo de las franquicias y el activo intangible no solo depende el factor productivo o de servicio. Por lo cual, Encalada (2020) señala que se debe aplicar la Norma Internacional de Contabilidad 38, para el desarrollo de los activos intangibles que comprenden desde la marca hasta sus nombres comerciales, ya que hay empresas que desconocen de su aplicación, medición y reconocimiento que es reflejado en sus estados financieros. De la misma forma, Cando y Cunuhay (2020) señalan que el diseño de la norma tiene la finalidad de generar uniformidad para la presentación de datos de índole económica, que se suscitan entorno a las actividades de la empresa.

Viteri & Ponce (2017) recalcan que los activos intangibles necesitan identificarse, para diferenciar la plusvalía generada en el lapso de un periodo. Asimismo, (Aguas y Larco, 2017) mencionan que para ser activos intangibles deben cumplir dos requisitos básicos como generar beneficios económicos futuros y ser identificables. Es decir, de consumir lo explicado puede ser tomado en cuenta el activo para la elaboración de los balances respectivos.

La relación mantenida entre franquiciador y franquiciado, se sostiene en función con el beneficio mutuo de ambas partes. Según Estudio Canudas (2013) señala que el franquiciante es el encargado de dar la marca o producto desarrollado por su autoría, en donde incluye una entrega inmediata de la experiencia del negocio, asistencia y orientación del negocio. Por otra parte, Della (2016) denomina al franquiciador como al individuo que cede derechos de forma directa o indirecta en periodos de tiempo a cambio de contraprestaciones, en donde asume una serie de obligaciones para el desarrollo del negocio.

Castellanos (2006) determina que el franquiciado es el individuo que adquiere el derecho de comercio aferrado a la documentación denominada contrato, con el fin de resolver posibles inquietudes o consultas que se le generen. Asimismo, Estudio Canudas (2013) señala que para iniciar el proceso de franquicia el franquiciado debe realizar un derecho inicial, posterior a entregar regalías mensuales en base a la gestión y posible riesgo tanto financiero como comercial.

2.1.2. Fundamentos teóricos

2.1.2.1. La teoría de contingencia en la valoración de intangibles

Para Quito (2021) la teoría de la contingencia prioriza el ambiente externo, permitiendo trabajar según los cambios generados a fuera de la entidad, luego se analiza aspectos del ambiente interno; se relaciona la funcionalidad administrativa que generan las técnicas como los cambios ambientales, de tal modo que la organización se adapte a las modificaciones a las que está sujeta. Es necesario equilibrar las condiciones del ambiente interno como externo, con el fin de obtener un rédito por su funcionamiento, se revisa los factores internos que afectan a la empresa que en su

mayoría son generales y algunos específicos, mientras que en el caso de los externos solo afectan de forma secundaria.

Para la valoración de activos de intangibles es de utilidad el aplicar la teoría de la contingencia, por tomar en cuenta la situación que juega el ambiente externo de una entidad y para definir el valor de un intangible, adicional del interno que se enfoca con intangibles artísticos y de marketing que surgen por el correcto desarrollo de sus actividades.

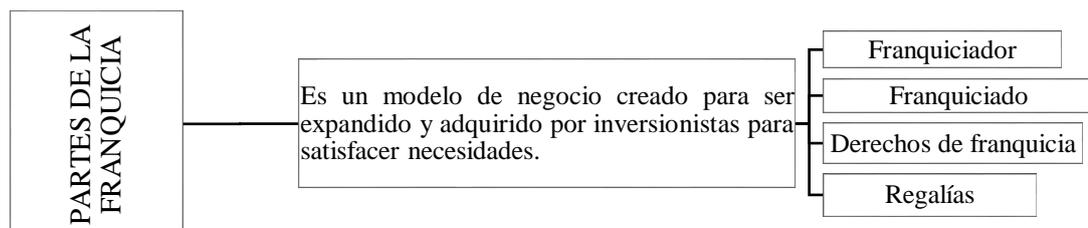
Por lo que, la teoría de la contingencia es importante para ejecutar decisiones empresariales, ya que pretenden responder a situaciones diarias de una organización, como comprender la relación de los sistemas que mantiene una entidad, todo esto con el fin de generar una respuesta congruente para las situaciones empresariales que se presenten.

2.1.2.2. Franquicia

Es una estrategia de negocios que se opera según un método de distribución entre bienes y servicios para satisfacer necesidades, en base a una alianza estratégica pactada por un contrato entre dos individuos. Las alianzas se conforman entre el franquiciador y el franquiciado, en donde le conceden al solicitante de la franquicia explotar las ventajas competitivas adquiridas por la entidad a través de los años (Bennett y Babcock, 2008).

Ilustración 1.

Partes que conforman una franquicia



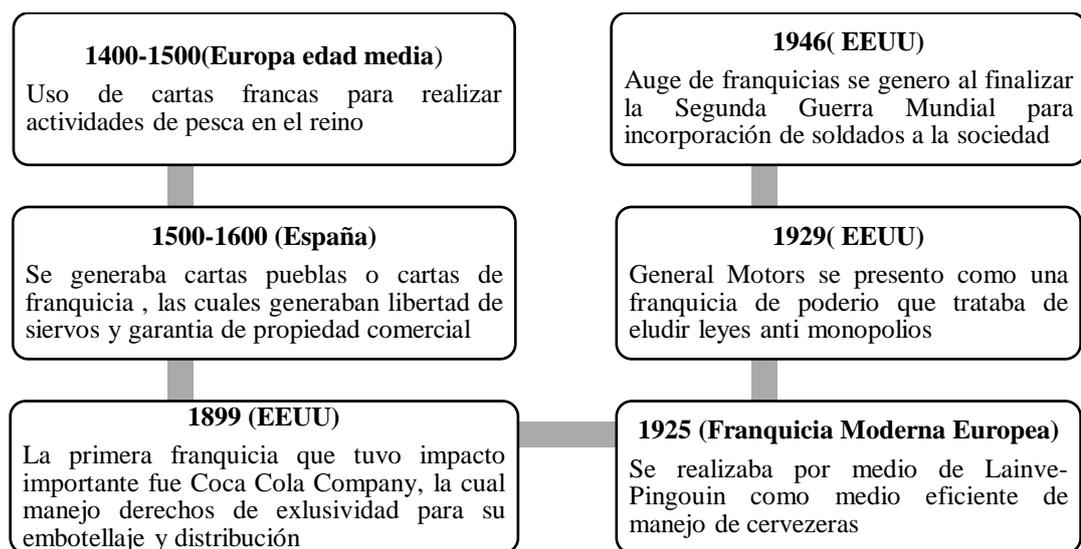
Nota. Partes que conforman una franquicia; Fuente: Bennett y Babcock (2008).

2.1.2.3. Origen histórico de la franquicia

La franquicia se denomina al permiso generado por un individuo para ceder sus derechos para explotar su marca o actividad. Sus manifestaciones se remontan a la edad media y épocas específicas de Europa y América, es así como se presenta en la ilustración 2 estos sucesos que marcaron un antes y un después al aplicativo de franquicias en el mundo.

Ilustración 2.

Origen histórico de la franquicia



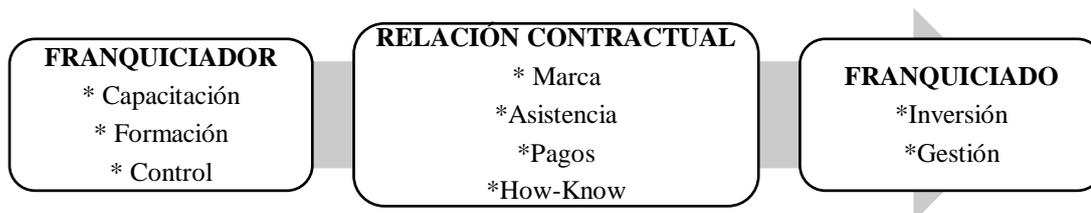
Nota. Historia cronológica de la franquicia; Fuente: Martínez & Álvarez (2015).

2.1.2.4. Relación entre franquiciador y franquiciado

Según Valdés (2010) el franquiciador es el individuo que crea por autoría propia la marca del producto en donde considera elementos como el Know-How, asistencia y datos de experiencia que influyen para su comercialización; todo esto adquiere el franquiciado por el pago de una cantidad específica que se define como regalía. En la ilustración 3 se evidencia las relaciones más específicas que comparten los integrantes de la franquicia.

Ilustración 3.

Relación entre franquiciador y franquiciado



Nota. Características que relacionan la franquicia; Fuente: Valdés (2010)

2.1.2.5. Requisitos para convertirse en un sistema de franquicias

Orozco (2006) argumenta que cuando una empresa tiene necesidad de expansión, realiza una inversión mediante una franquicia, en la cual un inversor puede utilizar su nombre, imagen corporativa y el modelo que la soporte, de tal modo que adquiere rentabilidad, acceso a económicas a escala de compras. En la tabla 1 se expone más detalladamente los requisitos para denominarse franquiciador y franquiciado.

Tabla 1.

Pasos a seguir por integrantes de una franquicia

Franquiciante		Franquiciado	
Conocer el sistema	<ul style="list-style-type: none"> • Asimilar el funcionamiento del sistema • Aprender funcionamiento del mercado • Aplicar leyes que los protegen como cumplir las que les exigen 	Conocer el sistema de franquicias	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender el funcionamiento de sistema • Conocimiento de leyes que los afectan y protegen • Aspectos familiares, laborales y profesionales • Manejo de objetivos y perspectivas distintas
Validar la franquiciabilidad del negocio	<ul style="list-style-type: none"> • Marca • Know-How • Rentabilidad • Mercado y producto • Rentabilidad 	Autoevaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Aspectos de diferente índole como: Familiares, personales, económicos, y profesionales • Estudio de objetivos y perspectivas
Desarrollo de programa de franquicias	<ul style="list-style-type: none"> • Determinar el plan estratégico • Realizar manuales • Plan de asistencia de introducción y continuo • Manejo de documentación contractual • Control de franquicia riguroso 	Investigar el sector actividad	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones para situaciones específicas • Uso de perspectivas • Análisis de mercado y rentabilidad • Revisar competencia directa e indirecta • Saber fortalezas y debilidades del sector

Prueba piloto	<ul style="list-style-type: none"> • Rectificar errores previos a presentar planificación • Validar el sistema por métodos prácticos 	Búsqueda de empresa franquiciante	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar firma de contrato
Otorgamiento de franquicia	<ul style="list-style-type: none"> • Cumplir expansión planificada 	Elegir franquicia	<ul style="list-style-type: none"> • Ejecutar decisión y firma de contrato

Nota. Elaboración propia con base en Estudio Canudas (2013).

2.1.2.6. Clases de franquicias

Se entiende a las franquicias como una relación contractual entre dos individuos de carácter empresarial que genera beneficios para ambas partes, según su clasificación es posible diferenciarse los tipos que se encuentran en la tabla 2.

Tabla 2.

Clasificación de los tipos de franquicias

Clasificación de franquicias	Tipo de franquicias	Definición
Por derechos otorgados	Franquicia individual	<ul style="list-style-type: none"> • Es planificada y realizada por un propietario franquiciador, en específico para su trabajo y posicionamiento en un sector determinado.
	Franquicia múltiple	<ul style="list-style-type: none"> • Se genera por contrato el ceder derechos al franquiciado para que tenga la capacidad de realizar varios establecimientos en áreas determinadas, sin la capacidad de ceder derechos a otros individuos.
	Franquicia máster	<ul style="list-style-type: none"> • Cede sus derechos de marca y Know-How a un determinado franquiciado, con el fin que el la explote en un área específica con productos de su autoría.
Por objeto de franquicia o actividad económica determinada	Franquicia industrial	<ul style="list-style-type: none"> • El franquiciado maneja una empresa industrial, según conceptos, tecnología y asesoría entregada por el franquiciador.
	Franquicia de distribución	<ul style="list-style-type: none"> • El franquiciador cede productos elaborados por su autoría y marca a sus franquiciados por parte de regalías o precios fijos
	Franquicia de productos y marca	<ul style="list-style-type: none"> • El franquiciador autoriza uso de su marca, adicional de comercialización de productos o servicios.
	Franquicia de distribución exclusiva	<ul style="list-style-type: none"> • Es una red de almacenes que trabajan con una marca del franquiciante como cara de la marca, con un canal específico para su distribución.
	Franquicia de conversión	<ul style="list-style-type: none"> • Se determina a la licencia de marca, que otorga derechos de marca, diseñado para el franquiciado ejerza contraprestaciones financieras.
Por evolución de concepto, derechos cedidos o transmisión de know-how	Franquicia de marca	<ul style="list-style-type: none"> • El franquiciador concede derechos para uso de marca y diseño por una contraprestación económica fijada.
	Franquicia de negocio	<ul style="list-style-type: none"> • El franquiciador realiza una cesión de marca, en donde otorga de forma operativa datos de elaboración "Receta", la cual no se extiende por periodos, además de no tener cambios futuros.
	Franquicia de formato	<ul style="list-style-type: none"> • El franquiciado obtiene un sistema completo para operación de negocio, que incluye asistencia del franquiciador en búsqueda de instalaciones optimas, preparación y entrenamiento.

Nota. Elaboración propia con base en Bermúdez (2002).

2.1.2.7. Elementos del contrato de franquicia

Para la elaboración del contrato de franquicia intervienen dos partes, como la capacidad jurídica que da al franquiciante la responsabilidad de brindar el servicio en base a su formación y marca. Por otra parte, el franquiciado debe seguir el sistema y métodos que le permitan aprovechar los modelos de desarrollo. Así, en la tabla 3 se presentan los elementos que contiene un contrato de licencia de franquicia.

Tabla 3.

Elementos que componen el contrato de franquicia

ELEMENTOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA	
Licencia de marca:	El franquiciador se señala como el titular de la marca o servicio que promueve el atraer clientes, a su vez al franquiciado es el beneficiado del uso de la marca como los elementos.
Transferencia de un know-how:	El franquiciador se responsabiliza por transmitir cada uno de los conocimientos, conducción o estructura de un negocio con el fin de asegurar su óptimo funcionamiento.
Regalías:	Las retribuciones del franquiciador deben ser expuestas de forma clara, siendo parte del contrato, tomándolas como base de la prestación de servicios o asistencia.
Territorio:	Zona territorial que el franquiciado ejecuta sus actividades, siendo un elemento de relevancia para sus operaciones.
Asistencia del franquiciante:	Se determina como un manual de operaciones según acuerdos que mejoran el servicio de asistencia para sus franquiciados.
Confidencialidad:	Es la obligación del franquiciado de mantener en reserva la información expuesta acerca de la franquicia, ya que tiene acceso a información delicada.
Plazo de duración de contrato:	Se establece por las dos partes el periodo de duración, que generalmente es a largo plazo para recuperar la inversión inicial.

Nota. Elaboración propia con base en Crespo (2020).

2.1.2.8. Norma Internacional de Contabilidad 38 y su relación con las franquicias

La Norma Internacional de Contabilidad 38 especifica directrices contables para el adecuado reconocimiento y valoración de activos intangibles de las franquicias. Las normas permiten asegurar la validez de las franquicias como activos intangibles en estados financieros y asignarles un valor apropiado. En la tabla 4 se presenta de forma más clara y concisa su estructura y partes.

Tabla 4.*Relación entre NIC 38 Y las franquicias*

	Característica	Definición
1	Activos Intangibles	La NIC 38 genera una orientación para el reconocimiento, medición y presentación de activos intangibles de los estados financieros.
2	Activos intangibles en franquicias	Las franquicias son activos intangibles que pueden ser reconocidos y contabilizados en base a la NIC 38.
3	Reconocimiento de las franquicias	Las franquicias para ser reconocidas como activos intangibles separadas deben cumplir criterios de reconocimiento y requisitos de identificabilidad, controlabilidad y expectativa sobre beneficios económicos futuros.
4	Medición de las franquicias	Para reconocer a una franquicia como activo intangible se mide al costo de adquisición, aplicar un modelo de costo y revaluación sobre su medición.
5	Amortización de las franquicias	Una franquicia debe ser amortizada de forma sistemática sobre su vida útil, en donde su vida útil será evaluada y revisada regularmente tomando en cuenta términos de contrato y periodos de espera de beneficios económicos.
6	Evaluación del deterioro de las franquicias	Se evalúa mínimo una vez al año el deterioro del valor de franquicias, para medir y reconocer pérdidas de deterioro explicadas por la NIC 36.
7	Revelación de las franquicias	Una entidad debe presentar documentación que avale los estados financieros sobre franquicias significativas tomando en cuenta detalles de su naturaleza, amortizaciones acumuladas y restricciones de uso.

Nota. Elaboración propia con base en IFRS Foundation (2023).

2.1.2.9. Métodos de valoración de primas

Existen diversos métodos de valoración de primas utilizados en varios contextos tal es el caso de seguros, opciones financieras o instrumentos financieros presentadas en cifras económicas y su uso depende del tipo de instrumento y la circunstancia a la que este expuesta la empresa. Las entidades necesitan métodos que les permitan generar valor sobre las primas, clasificadas según los diferentes tipos que se encuentran en la tabla 5.

Tabla 5.

Tipos de métodos de valoración de primas

	Método	Definición
1	Método de ingresos:	Este método valora la franquicia en base a los flujos de ingresos futuros esperados por las operaciones de la empresa. Usa técnicas como descuento de flujo de efectivo para estimar un valor claro de ingresos futuros.
2	Método de valor de mercado	Dentro de este método se compara la franquicia con otras franquicias que mantengan similitud. Revisa factores como su tamaño, ubicación y sector.
3	Método de costo de inversión	Se revisa a la franquicia según los costos y gastos necesarios para obtener y operar la empresa. Se toma en cuenta los costos de adquisición, infraestructura y otro tipo de gastos asociados.
4	Método de múltiplos:	Este método se caracteriza por usar múltiplos financieros de tipo precio/ganancias o precio, de franquicias que trabajan en el mercado. Los múltiplos son aplicados para datos financieros para determinar su valor.
5	Método de valor residual:	Para este enfoque revisa la franquicia en base a su valor residual esperado al final del periodo operativo de la franquicia. Considera proyecciones de flujos de efectivo futuros, donde aplica una tasa de descuento adecuada para el cálculo del valor residual.

Nota. Elaboración propia con base en Fernandez (2008).

2.1.2.10. Métodos de retorno de inversión

El método de retorno de inversión es una herramienta utilizada para evaluar la rentabilidad generada por una inversión, como también medir el rendimiento financiero en base al coste inicial. Es de gran utilidad el ROI para generar comparativas de inversiones y evaluar su rentabilidad. Además, de revisar el rendimiento de la inversión en un tiempo fijo para ejecutar ajustes sobre las decisiones y maximizar el posible retorno. En la tabla 6 se explica de forma más detallada los diferentes tipos de métodos.

Tabla 6.

Tipos de métodos de retorno de inversión

	Método	Definición
1	ROI Simple	Es un método básico de cálculo que se genera dividiendo el beneficio neto de la inversión entre el costo inicial y multiplicando por 100 para generar el porcentaje. Su fórmula es $ROI = (\text{Beneficio neto} / \text{Costo inicial}) \times 100$
2	ROI Descontado	Es un método que toma en cuenta el valor del dinero en el tiempo al generar el cálculo del retorno de inversión. Se usa una tasa de descuento con el fin de ajustar los flujos de efectivo futuros y calcular el valor presente neto (VPN). Para generar el ROI se procede a dividir el VPN entre el costo inicial de la inversión.
3	ROI Incremental	Este tipo de método compara el ROI de una inversión con la situación sin la inversión. Su cálculo se genera por la diferencia entre ROI con la inversión y el ROI sin la inversión, además se evalúa si la inversión adicional genera un retorno positivo.
4	ROI Social	Este método es utilizado para medir el impacto social o medioambiental de una inversión, según una consideración de los beneficios económicos, sociales y medioambientales sobre el cálculo del ROI.
5	ROI ajustado por riesgo	Es un tipo de método que incorpora el manejo del riesgo asociado a la inversión dentro del cálculo del ROI. Se utiliza una tasa de descuento que se ajusta por el nivel de riesgo, considerando factores y escenarios posibles que ponen en riesgo la probabilidad de éxito de la inversión.

Nota. Elaboración propia con base en Cuevas (2001).

2.2. Hipótesis

El reconocimiento de las franquicias como activos intangibles influyen en el rendimiento financiero de las empresas franquiciadas.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Recolección de la información

3.1.1. Población, muestra y unidad de análisis

3.1.1.1. Población

Arias, Villacis & Miranda (2016) señalan a la población como el conjunto de casos definidos, limitados y accesibles a los que se enfoca la elección de la muestra, los mismos que deben cumplir ciertos criterios referentes a la investigación. Es por ello, que para el siguiente estudio se ha pensado en utilizar datos de franquicias nacionales e internacionales que ejercen sus actividades en el Ecuador. Los datos fueron obtenidos de forma libre de los registros oficiales de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, la cual mantiene información anual de las empresas, de las que se ha generado una población de 80 franquicias que se encuentran laburando en el país, la información presentada es de vital importancia para completar los objetivos propuestos para el desarrollo del trabajo.

3.1.1.2. Muestra

Para López (2004) la muestra es el subconjunto o parte de la población en la cual se realiza la investigación, con el fin de generar y mostrar resultados de estudio, en base a distintas fórmulas y procedimientos a aplicar en la población. Para el estudio de las 80 empresas que se tenía en la población total, se toma 15 franquicias como muestra que cuentan con información financiera para nuestra investigación como estado de resultado integral, estado de situación financiera, estado de flujo de efectivo y notas a los estados financieros del año 2021 con cantidades reales, la información ha sido descargada de la Supercia. La muestra es presentada en la tabla 7.

Tabla 7.*Muestra de franquicias*

FRANQUICIAS		
1. Cerveza Artesanal SR55 Cia. Ltda.	2. Compañía Farmaceutica Vera S.A. Cofarve	3. Distribuidora Farmaceutica ecuatoriana Difare S.A.
4. Farmacias Santamartha S.A.	5. Int Food Services Corp S. A.	6. La mejor pizzería italiana Pizzaiolo Cia. Ltda.
7. Mr. Jeff Ecuador Mrjeff Cia. Ltda.	8. Sunkova S.A.	9. Distribuidora Farmacéutica Disfor
10. Farmaenlace Cia. Ltda.	11. Dulcafe S.A.	12. Construmercado S.A.
13. Promotora de café Procafecol	14. Subway International	15. The Gorumet Pizzeria Lenholmes Cia. Ltda.

Nota. Elaboración propia con base en Supercia (2023).

3.1.2. Fuentes secundarias

Dentro investigación se utiliza distintas fuentes, revisando datos importantes provenientes de la página oficial de la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros. En los datos que maneja la Supercia se encuentra los antecedentes importantes de las franquicias, mantiene información económica verídica y confiable, de tal forma fue posible adjuntar dichos datos para analizar los cálculos, estructura y registros de los activos intangibles.

3.1.3. Instrumentos y métodos para recolectar información**3.1.3.1. Ficha de observación**

La información empleada posibilita identificar a las franquicias que mantienen sus labores comerciales en el país, sobre el registro de sus activos intangibles que se refleja en los estados financieros, de modo que sea analizable la inversión que ejercen sobre el gasto que se retorna a su crecimiento empresarial. La tabla 8 muestra los datos de forma más detallada, explicando la información básica y contable que se utiliza de las empresas.

3.2. Tratamiento de la información

En la investigación el tratamiento de la información recopila antecedentes relacionados de búsquedas exhaustas de cada una de las franquicias, ya que no existe una base de datos que maneje estas instituciones. La información proviene de una indagación minuciosa, en donde el primer paso fue encontrar su RUC para poder bajar los documentos pertinentes de la Superintendencia de Compañías y Seguros además del Servicio de Rentas Internas. Con todo esto se llevó a cabo la recopilación de los estados financieros de cada una de las organizaciones y se pudo cumplir con el objetivo definido en el inicio.

Con la información recogida se generó un análisis individual, es decir que a cada franquicia se revisó su procedencia, inversión, año de constitución y desglose de los estados según sus componentes. Se realizó con el fin de determinar si las franquicias aplican activos intangibles en su registro y en el caso de no aplicar, explicar el motivo por el cual no se registra.

Al manejar la información organizada y respaldada fue posible presentar la procedencia de las franquicias nacionales o extranjeras, de tal modo que permita estimar el desarrollo y la importancia del Ecuador. Según la información recabada se supo que solo 7 franquicias cuentan con un registro de intangibles. Por tal motivo se planteó un caso práctico para desvelar el adecuado cálculo del valor de una franquicia, tomando en cuenta el modelo para la persona interesada.

El método más objetivo y preciso para nuestro análisis en la actualidad fue el flujo de efectivo directo, puesto que las entidades que manejamos contaban con estos datos en sus estados de los años 2020 y 2021. Según los datos estructuramos por los componentes del flujo de efectivo como el de operación, inversión y actividades de financiación, en donde se ejecutó una diferencia entre periodos que nos permitió generar una observación. Para Vargas (2007) el flujo de efectivo es un reporte contable en el que se revisa el origen y destino de recursos obtenidos por la entidad para su financiamiento y operación. La información que genera permite estimar la capacidad de una empresa para obtener efectivo, con el fin de resolver una necesidad económica. La tabla 9 enseña detalladamente la interpretación del flujo de dos años.

Tabla 9.

Ficha de interpretación entre dos años de flujo de efectivo por método directo

N.	RUC	Nombre razón social	Nombre comercial franq.	Flujo de efectivo por método directo										
				Flujo de efectivo de operación 2020	Flujo de efectivo de operación 2021	Diferencia	Flujo de efectivo de inversión 2020	Flujo de efectivo de inversión 2021	Diferencia	Flujo de efectivo de actividades Financiación 2020	Flujo de efectivo de actividades Financiación 2021	Diferencia	Interpretación	
1														
2														
3														
4														
5														
6														
7														
8														
9														
10														
11														
12														
13														
14														
15														

Nota. Desarrollo propio a partir de información proporcionada por Vargas (2007).

Costo de capital

Para obtener el valor de Costo de capital (K_e) se debe calcular adecuadamente la prima de riesgo con el fin de evitar subestimar o sobre estimar su costo. Esto permite tomar el riesgo y estructuración del capital que maneja la entidad, siendo constante para evitar la existencia de una deuda a causa del desconocimiento de la estructura de capital para el franquiciado. Se utiliza en su desarrollo la siguiente fórmula:

$$K = K_d * (1 - t) * P_d + K_{rp} * P_{rp}$$

Para su cálculo se denomina:

K_d = Tasa de deuda

t = Impuestos

P_d = Fondos ajenos

K_{rp} = Tasa de descuento

Es esencial comprender que la valoración de una empresa no se basa en un solo tipo de método, sino que requiere utilizar varios métodos en relación a las normas o tipo de esquema que se aplique en la franquicia. Adicional, es vital destacar factores que afectan de una u otra manera la generación o disminución de valor.

En la investigación se ha aplicado el método de valoración contable sobre libros, que permite relacionar las variables para su comparación, ya que consiste en revisar el valor de una empresa según sus activos o balances. Para Fernández (2010) no se toma en cuenta valores a futuro sino valores temporales o los que no se reflejan directamente en los estados.

En este estudio se utilizó un enfoque descriptivo en su primera fase según un método cualitativo. En el caso de la segunda fase se ejecutó métodos cuantitativos que permiten analizar y aplicar sobre los intangibles que posee una franquicia, para descubrir por qué la mayor parte de las organizaciones no utilizan un registro adecuado o no reflejan valores exactos y precisos en los estados financieros (Mosco y Botero, 2013).

3.3. Operacionalización de variables

3.3.1. Variable independiente: Valoración de franquicias

Tabla 10.

Variable independiente: Valoración de franquicias

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnica
Valoración de franquicias	Se determina como una estandarización en la que se establece el valor que una franquiciada cancela al propietario, que es parte de su red, a cambio de recibir productos, equipos mejorados y licencias que den mejor desarrollo a su operación	Valor actual neto (VAN)	$VAN = \sum_{j=0}^n \frac{U_j}{(1 + k_e)^j}$	Datos de los estados financieros	Ficha de observación
		Costo de capital	Costo promedio ponderado de capital.		
		Regalías	Estado de Resultado Integral		

Nota. Desarrollo propio a partir de información proporcionada por Vargas (2007).

3.3.2. Variable dependiente: Reconocimiento de ingresos de franquicias

Tabla 11.

Variable dependiente: Reconocimiento de ingresos de franquicias

Variable	Definición	Dimensiones	Indicadores	Ítems Básicos	Técnica
Reconocimiento de ingresos de franquicias	Se define como el proceso contable que registra ingresos de una empresa. El reconocimiento de ingresos en una franquicia utiliza los principios contables y las NIIF que establecen directrices sobre cómo y cuándo reconocer los ingresos.	Ingresos por primas de arrendamiento	Ingresos por primas de arrendamiento	Casillero 303 Prima por emisión primaria de acciones	Ficha de observación
		Regalías de franquicias	Regalías de franquicias	Casillero 401 Estado de Resultado Integral	

Nota. Desarrollo propio a partir de información proporcionada por Vargas (2007).

CAPÍTULO IV

RESULTADOS

4.1. Resultados y discusión

Al ejecutar la investigación, se identificaron cerca de 200 franquicias en el país que se clasifican entre extranjeras y nacionales. Se revisó 80 empresas activas basándose en la información Servicio de Rentas Internas, de las cuales se escogió 15 empresas que estaban registradas como sociedades y tenían datos disponibles del SRI como de la Superintendencia de Compañías y Seguros. A continuación, se presentan en tablas y gráficos datos de los diferentes sectores económicos en los que trabajan las franquicias, su origen y resumen del registro contable de intangibles.

En comparación con otros países, en Ecuador no se utiliza un marco jurídico establecido en las franquicias. En el país no se ha ejecutado una legislación o disposición legal que regule estrictamente este tipo de entidades. En base a la tabla 12, se determina que el 100% de las franquicias con las que trabajamos incluyen sociedades o empresas grandes. Estos porcentajes confirman lo explicado en investigaciones de Crespo (2020) que indican que, en comparación con otros países con mayores innovaciones, en Ecuador se establecen acuerdos entre las partes con sus propios términos y condiciones de carácter legal, tributario y comercial.

Tabla 12.

Empresas por sector

Sector	Porcentaje
Salud	33%
Alimentación	53%
Lavandería	7%
Tecnología	7%
Total:	100%

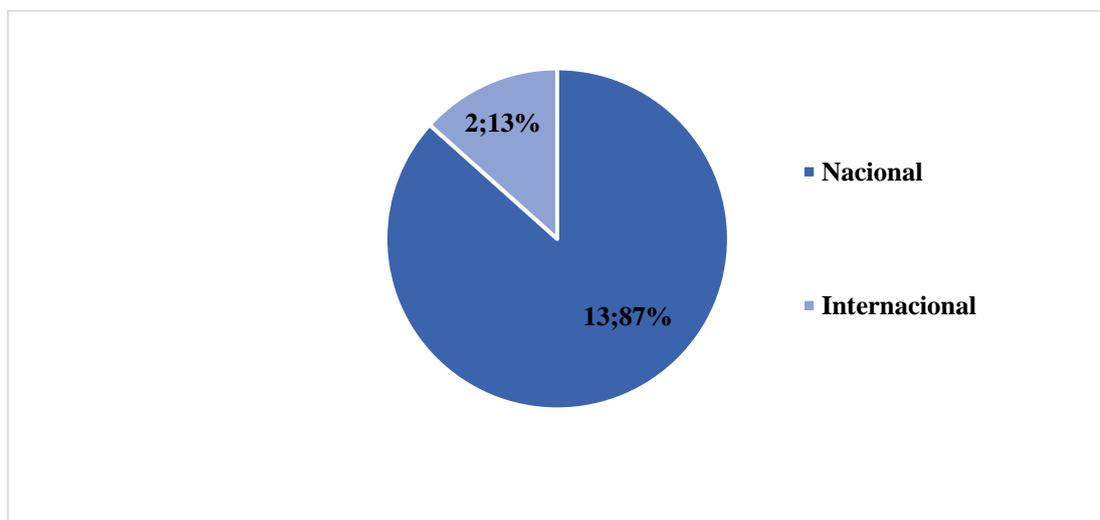
Nota: Elaboración propia

Según la tabla 12, el promedio de franquicias más comunes en el país son las enfocadas al área de alimentos con un 53% de la muestra, se sabe que este sector genera un gran impacto e ingresos. Este análisis se relaciona en gran parte con el estudio aplicado por Medina & Lanchimba (2017), donde especifican que los restaurantes de comida rápida y los negocios de servicios son los sectores de mayor afluencia económica, siendo parte del dinamismo económico del país y de la generación de empleo.

En la ilustración 4 se detalla que las empresas que son parte de la muestra son 15 franquicias entre nacionales e internacionales, cuya información se puede encontrar en el portal de la Superintendencia de Compañías, específicamente en los documentos como los estados financieros y las notas a los estados. El estudio generado por Rubio (2014) muestra que, a lo largo de un periodo de tiempo estas entidades mejoran su estructura productiva y operativa para mantenerse competitivas en el mercado con un enfoque hacia el futuro. Además, en la ilustración se explica que en el país se disponen de datos tanto de franquicias nacionales como internacionales, ya que las empresas abordan problemáticas y necesidades de la sociedad enfocada en zonas específicas del país.

Ilustración 4.

Origen de las franquicias



Nota. La ilustración muestra Origen de franquicias que laboran en Ecuador;
Elaborado por: El autor

Para Álvarez (2005) se identifica los activos intangibles como recursos controlados por las empresas que generan valor y su naturaleza no es física ni financiera. En nuestra investigación seleccionamos un conjunto de empresas presentadas en la tabla 13 y que cuentan con información financiera completa. Para ello hemos utilizado registros correspondientes al periodo 2021, con el objetivo de identificar las empresas que cuentan con un registro de activos intangibles.

Tabla 13.

Franquicias con información financiera completa

FRANQUICIAS		
1. Cerveza Artesanal SR55 Cia. Ltda.	2. Compañía Farmaceutica Vera S.A. Cofarve	3. Distribuidora Farmaceutica ecuatoriana Difare S.A.
4. Farmacias Santamartha S.A.	5. Int Food Services Corp S. A.	6. La mejor pizzería italiana Pizzaiolo Cia. Ltda.
7. Mr. Jeff Ecuador Mrjeff Cia. Ltda.	8. Sunkova S.A.	9. Distribuidora Farmacéutica Disfor
10. Farmaenlace Cia. Ltda.	11. Dulcafe S.A.	12. Construmercado S.A.
13. Promotora de café Procafecol	14. Subway International	15. The Gorumet Pizzeria Lenholmes Cia. Ltda.

Nota. Elaboración propia del autor

En la tabla 14 se presenta la rentabilidad histórica que surge a partir del ROA que es la rentabilidad sobre los activos, siendo clave para generar el cálculo de los activos, de forma más clara calcula la rentabilidad de todos los activos por una entidad, del año 2020 y 2021. Se concluyo que de las 15 empresas revisadas manejan un valor equivalente a la rentabilidad del mercado y las 3 empresas con las que se trabajó reflejan la rentabilidad de la empresa. De la muestra manejada se obtuvo el promedio y la varianza, en el caso de la covarianza se usó un valor individual por franquicia.

Tabla 14.

Rentabilidad histórica del mercado y las empresas

Año	Rentabilidad mercado	Rentabilidad DIFARE	Rentabilidad SUNKOVA	Rentabilidad FARMAENLACE
2020	6,49%	5,75%	3,78%	11,04%
2021	6,67%	4,64%	4,27%	15,12%
Promedio		6,58%		
Varianza		0,00000159		
Covarianza		-0,00000990	0,00000435	0,00003632

Nota. Desarrollo propio del autor

Las franquicias se diferencian por manejar un modelo de crecimiento acelerado que se enfoca en cumplir con las problemáticas de la sociedad, además que los réditos que generen dependen directamente de su desarrollo. Luego de conseguir los datos de las muestras tabuladas. En la tabla 15 se utilizó un análisis estadístico y la relación entre variables de las franquicias que cuentan con registro de intangibles en sus estados, en donde se presenta la media, mediana, mínimos, máximos, margen de error y su desviación estándar.

La tabla 15 muestra el total de activos de las empresas que utilizan un registro de intangibles, con una mediana valorada en 8.652.965,00, lo que indica que la mayor parte sostienen sus activos por un valor menor a 9.000.000,00. Asimismo, se observa que el mínimo de activos que tienen estas empresas es equivalente a 332.549,87, mientras que el máximo de activos es 442.582.485,38. Esto nos revela que nuestra población de empresas es muy diversa, abarcando empresas pequeñas hasta empresas grandes que se desarrollan a escala internacional. La desviación estándar promedio de los activos mantenidos por estas empresas es de 169.539.791,81, es decir en promedio el 57% de estas franquicias generan activos por debajo de este valor, mientras el 43% se sitúa por encima.

Tabla 15.

Resumen de datos estadísticos de franquicias con registro de intangibles

Variable	ESTADÍSTICOS					
	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Error típico	Desviación
Total Activo	122.410.025,32	8.652.965,00	332.549,87	442.582.485,38	64.080.018,07	169.539.791,81
Activo Intangible	8.339.712,27	1.220.711,00	86.509,02	40.949.780,74	5.698.757,90	15.077.496,18
Total Pasivo	101.019.373,26	10.389.508,00	245.513,98	348.071.545,82	50.670.624,28	134.061.870,62
Total Patrimonio	22.385.931,92	1.134.044,00	-2.720.871,0	94.510.939,56	13.422.408,80	35.512.355,67
Total Ventas	263.769.370,25	16.047.771,61	44.344,49	1.067.037.623,68	152.195.415,93	402.671.221,25
Total Ingreso	160.568.605,77	12.955.505,00	-	853.451.167,79	120.004.886,03	317.503.084,55
Utilidad	8.431.319,86	245.465,75	-	35.565.555,00	5.335.483,05	14.116.361,27
Perdida	644.746,08	-	-	3.949.954,07	556.552,44	1.472.499,35

Nota. Desarrollo propio del autor

Por otra parte, se ha considerado oportuno plasmar en la tabla 16 un análisis sobre las variables de las franquicias que no cuentan con un registro de intangibles.

En cuanto a los pasivos de esas entidades, se ha planteado una mediana valorada en 5.753.621,25, lo que indica que en su mayoría mantienen pasivos menores a 6.000.000,00. Además, se interpreta que el valor mínimo de pasivos en este tipo de franquicias es de 332.549,87, mientras que también existen empresas que sostienen una considerable carga de pasivos valorados en 30.029.926,00. Estos valores guardan relación al tamaño y crecimiento. La desviación estándar promedio de los pasivos creados por estas empresas es de 11.950.099,31, en promedio el 71% de estas franquicias tienen pasivos por debajo, mientras el 29% restante se sitúa por encima.

Tabla 16.

Resumen de datos estadísticos de franquicias sin registro de intangibles

Variable	ESTADÍSTICOS					
	Media	Mediana	Mínimo	Máximo	Error típico	Desviación
Total Activo	15.841.095,98	9.260.164,10	44.344,26	55.832.320,90	7.053.556,70	19.950.471,09
Activo Intangible	-	-	-	-	-	-
Total Pasivo	10.119.653,21	5.753.621,25	45.809,09	30.029.926,00	4.224.998,13	11.950.099,31
Total Patrimonio	5.721.442,77	756.759,85	-17.592,77	25.802.394,90	3.440.782,31	9.732.002,03
Total Ventas	25.075.107,16	5.239.091,22	87.456,33	109.089.060,00	13.504.301,40	38.195.932,39
Total Ingreso	25.929.224,72	6.061.866,43	86.939,43	109.242.440,00	13.593.261,67	38.447.550,01
Utilidad	3.007.497,68	103.482,85	-	18.346.000,00	2.244.221,58	6.347.617,19
Perdida	-401,30	-	-3.210,40	-	401,30	1.135,05

Nota. Desarrollo propio del autor

Además, se presenta en tabla 17 de forma resumida las notas a los estados financieros de las franquicias con su detalle específico acerca del registro de activos intangibles.

Tabla 17.

Resumen de notas a los estados financieros

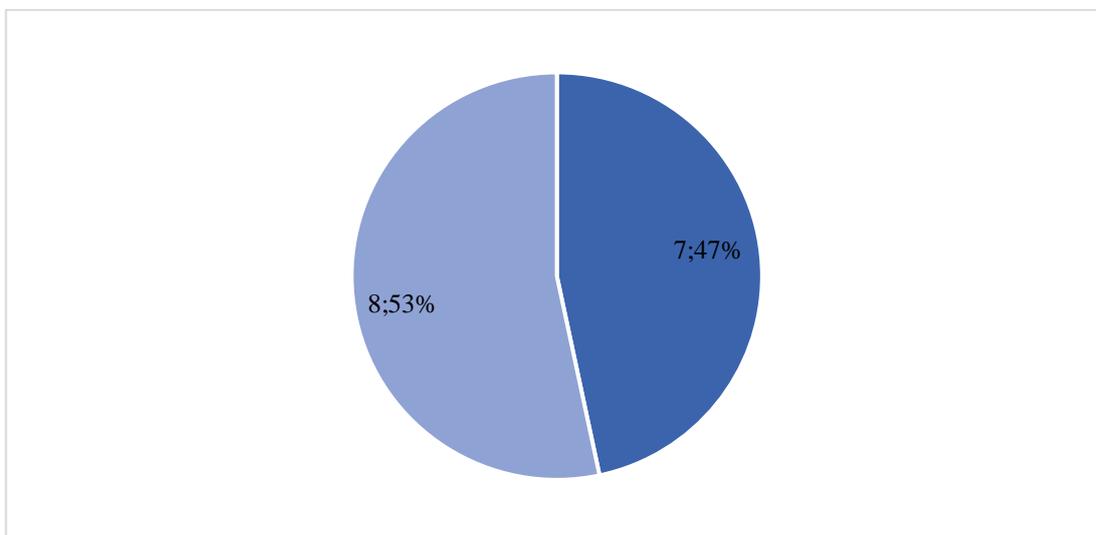
N.	Franquicia	Resumen
1	Cerveza Artesanal SR55 CIA. LTDA.	Las franquicias regularmente no registran sus activos intangibles por lo que no son registrados en sus notas a estados financieros. La vida útil de los intangibles no es fácil de definir por su forma no física y carácter no monetario. La única forma de visualizarlos es por un contrato o transferencias, además de mantener un respaldo legal. Para ser denominado un activo como intangible debe generar posibilidad de percibir beneficios económicos para futuro además de poder determinar el costo del activo intangible. En 5 de las empresas que presentan notas a los estados plantean un concepto del activo mas no detallan especificaciones concretas del componente.
2	Compañía Farmacéutica Vera S.A.	
3	Distribuidora Farmacéutica Ecuatoriana Difare S.A.	
4	Int Food Services Corp. S.A.	
5	Sunkova S.A.	
6	Farmaenlace Cia. Ltda.	
7	Procafecol Ecuador	

Nota. Desarrollo propio del autor

Las empresas que registran en su contabilidad los intangibles son un porcentaje bajo, sabiendo que generan beneficios a futuro. En base al resultado generado por Vazzano (2015), en las entidades se verifica la información presentada por que detalla el poco conocimiento y por la magnitud de su crecimiento pequeño, tienen poco beneficio a raíz de no registrar adecuadamente los intangibles. Los intangibles manejan características específicas por no ser de carácter monetario ni manejar una apariencia física, pero se beneficia la empresa por ser un activo que las entidades generan, por ejemplo, la tecnología, concesiones, diseños entre otros. En la tabla 18 se presenta las entidades que cuentan con registro de intangibles en sus estados financieros.

Tabla 18.

Franquicias que registran activos intangibles en estados financieros



Nota. La ilustración muestra las Franquicias que registran intangibles.

En el estudio realizado se encontró que solo 7 franquicias que laboran en el país mantienen un adecuado registro de activos intangibles donde detallan sus marcas, derechos de concesión, amortización acumulada y su deterioro. Se tuvo como resultado que de las 15 franquicias que se trabajó solo 5 mantienen el módulo de activos intangibles, lo cual puede generarse por una variedad de motivos entre los que más tienen sentido es el poco conocimiento o profesionalismo de la empresa, ya que esto en un futuro es una forma de generar réditos a largo plazo. En la tabla 19 se detalla la estructura de los activos intangibles que se aplican en las empresas.

Tabla 19.*Estructura del registro de activos intangibles de las franquicias*

FRANQUICIA	Marca Patentes Licencia	Derechos en acuerdo de concesión	Otros	Amortización Acumulada Activos intangibles	Deterioro de activos intangibles
Cerveza Artesanal SR55 CIA. LTDA.	86.509,02	-	-	-	-
Compañía Farmacéutica Vera S.A. COFARVE	499.981,47	-	69.071,60	-132.437,59	-
Distribuidora Farm. Ecuatoriana-Difare	3.159.631,87	2.448.952,32	12.642.759,87	-5.003.969,30	-389.942,19
Int Food Services Corp S.A.	1.977.777,93	6.312.386,67	8.904.398,24	23.755.217,90	-
Sunkova S.A.	300.000,00	50.834,00	-	-153.671,00	-
Farmaenlace Cia. Ltda.	-	189.785,00	2.309.196,00	-1.278.270,00	-
Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia Procafecol-Ecuador	-	789.874,80	113.938,22	1.725.961,05	-

Nota. Elaboración propia del autor.

4.2. Verificación de la hipótesis o fundamentación de la pregunta de investigación

El reconocimiento de las franquicias como activos intangibles influye directamente en el rendimiento financiero de un franquiciado, ya que al comprar una franquicia en la mayoría de los casos cancela una tarifa inicial adicional de regalías, con el propósito de formar parte de la marca del franquiciador para recibir productos, servicios de asesoramiento y apoyo de marketing. Este conjunto de beneficios son denominados activos intangibles, por no tener existencia física, pero si un valor monetario.

El reconocer una franquicia como intangible dentro de los estados repercute en poder mostrar dicho valor en los balances y reflejar su capacidad futura de generar ingresos. Esto beneficia en su valorización financiera y su capacidad de acceder a posibles financiamientos. Asimismo, esto dependerá de varios elementos como el valor de franquicia, regalías a pagar y términos específicos del contrato de franquicia. Cuando se realiza una transacción de compra de franquicia el valor mayor de la marca solo se registra en los libros contables del adquiriente no del franquiciador.

El reconocimiento de una franquicia como intangible permite a los franquiciados realizar una amortización del costo de franquicia a largo plazo. Con el fin de que la

inversión inicial de la franquicia se estructure para distribuirse en periodos contables y rebajar el impacto sobre sus estados financieros del año de compra de la franquicia.

4.2.1. Tipos métodos para calcular las regalías

En el contexto de las franquicias, Vélez (2013) identifica a las regalías como los pagos recurrentes o compensaciones realizados por un franquiciado al franquiciador a cambio del poder utilizar la marca, productos, know-how o apoyo estratégico y otros servicios comerciales del franquiciador. Por lo general, los pagos se ejecutan según diferentes métodos de ingreso, los cuales se detallan en la tabla 20.

Tabla 20.

Tipos de métodos de regalías

#	Método de regalías	Descripción
1	Regalías por canon inicial	Este método implica el cancelar una suma de dinero fija al titular de los derechos intelectuales al generar la concesión de licencia, el pago puede negociarse entre el titular de los derechos y el franquiciado. En diferencia con otros métodos este se basa según el rendimiento continuo de la empresa.
2	Regalías iniciales	Es un pago único que realiza el franquiciado al firmar el contrato de franquicia, cubriendo costos de adquisición, marca, know-how y capacitaciones.
3	Regalías por uso de marca	Es un pago periódico efectuado por el franquiciado por los derechos de uso de marca y nombre comercial de la franquicia, se calcula
4	Regalías de publicidad y marketing	Los franquiciados contribuyen con un porcentaje de sus ingresos para el financiamiento de actividades de publicidad y marketing, por medio de estas regalías se promociona la marca.
5	Regalías de servicios o asistencia	El franquiciador genera servicio de apoyo y asistencia continua al franquiciado como por ejemplo por capacitación, actualizaciones o soporte técnico. Por este servicio el franquiciador recibe el pago de una regalía adicional.
6	Regalías de productos o suministros	Las franquicias exigen a los franquiciados adquirir o utilizar específicamente los productos directamente del franquiciador o por proveedores específicos.
7	Regalías por unidades vendidas	Se plantea un monto fijo por pago periódico por unidades vendidas, independiente al rendimiento generado.
8	Regalías mínimas garantizadas	Se define como un monto mínimo a cancelar como regalía, sin importar si las ventas efectuadas no alcancen ese umbral.
9	Regalías por adelanto	El franquiciado paga una cuota inicial de forma adelantada como garantía de uso de la franquicia.

Nota. Elaboración propia con base en Vélez (2013).

En el caso de las empresas con las que se ha desarrollado se aplicó el uso de regalías iniciales, canon inicial, regalías de publicidad y además de servicios de asistencia las mismas que están sustentadas la NIC 18 que incorpora estos aspectos dentro de las regalías utilizadas en una franquicia en el país.

4.2.2. Estimación por Valor Actual Neto

El análisis se fundamenta en que un balance, no genera información segura en su totalidad, pero en el caso de un estado de resultado proyectado, un estado de situación proyectado y su combinación podemos obtener el costo medio de capital. Además, con la tasa de regalías es posible presentar el potencial de una franquicia, con la finalidad de saber el futuro de la entidad. El método la tasa de crecimiento permite saber el incremento que ha experimentado las ganancias según el desarrollo del negocio, con el fin de saber los posibles montos futuros, para ello se ha utilizado como base datos de páginas oficiales. Se ha tomado 3 empresas que si toman en cuenta los activos intangibles, para una explicación más detallada.

En la tabla 21 se encuentra el estado de situación financiera de la empresa Difare presenta cada uno de sus componentes partiendo del año 2020 y 2021, además de generar una proyección que cubre los próximos 5 años.

Tabla 21.

Estado de situación financiera Difare

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA DIFARE							
	2020-2021		PROYECTADO				
	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Caja - Bancos	8.283.121,61	28.635.523,29	30.662.862,03	32.833.732,36	35.158.296,05	37.647.434,27	40.312.798,58
Cuentas por Cobrar	133.192.481,25	152.753.455,90	163.568.100,19	175.148.400,04	187.548.562,34	200.826.631,74	215.044.762,35
Provisión Cuentas Incobrables	- 3.314.875,83	- 3.701.979,92	- 3.964.072,82	- 4.244.721,38	- 4.545.239,31	- 4.867.033,31	- 5.211.609,70
Inventarios PT	133.937.428,78	120.027.578,00	128.525.294,49	137.624.632,60	147.368.185,96	157.801.563,73	168.973.604,13
Total Activos Corrientes	272.098.155,81	297.714.577,27	318.792.183,90	341.362.043,62	365.529.805,03	391.408.596,43	419.119.555,37
Activos Fijos	111.956.168,72	122.782.982,10	122.782.982,10	122.782.982,10	122.782.982,10	122.782.982,10	122.782.982,10
Depreciación Acumulada	- 20.451.575,90	- 28.384.754,40	- 20.736.317,75	- 13.087.881,10	- 5.439.444,45	- 2.208.992,20	- 9.857.428,85
Activo Fijo Neto	91.504.592,82	94.398.227,70	102.046.664,35	109.695.101,00	117.343.537,65	124.991.974,30	132.640.410,95
TOTAL ACTIVOS	363.602.748,63	392.112.804,97	420.838.848,25	451.057.144,62	482.873.342,68	516.400.570,73	551.759.966,32
Proveedores locales	138.601.776,18	143.060.254,97	153.188.639,70	164.034.094,15	175.647.385,45	188.082.874,93	201.398.772,62
Obligaciones bancarias	14.026.078,81	7.379.841,53	7.379.841,53	7.379.841,53	7.379.841,53	7.379.841,53	7.379.841,53
Otros Pasivos	5.180.923,07	6.328.962,01	6.328.962,01	6.328.962,01	6.328.962,01	6.328.962,01	6.328.962,01
Total Pasivos Corrientes	157.808.778,06	156.769.058,51	166.897.443,24	177.742.897,69	189.356.188,99	201.791.678,47	215.107.576,16
Provision Jubilación Patronal	13.103.981,33	14.569.399,01	16.198.694,29	18.010.193,59	20.024.272,78	22.263.586,36	24.753.322,28
Total Pasivos Largo Plazo	13.103.981,33	14.569.399,01	16.198.694,29	18.010.193,59	20.024.272,78	22.263.586,36	24.753.322,28
TOTAL PASIVOS	170.912.759,39	171.338.457,52	183.096.137,53	195.753.091,28	209.380.461,77	224.055.264,83	239.860.898,44
Capital social	25.000.000,00	25.000.000,00	25.000.000,00	25.000.000,00	25.000.000,00	25.000.000,00	25.000.000,00
Reservas	6.081.811,97	6.081.811,97	6.081.811,97	6.081.811,97	6.081.811,97	6.081.811,97	6.081.811,97
Utilidades acumuladas	21.980.338,21	38.019.013,10	38.019.013,10	38.019.013,10	38.019.013,10	38.019.013,10	38.019.013,10
Utilidades del ejercicio	23.157.739,37	20.522.903,00	174.704.715,75	193.534.182,73	213.696.738,95	235.286.764,49	258.405.321,40
TOTAL PATRIMONIO	76.219.889,55	89.623.728,07	243.805.540,82	262.635.007,80	282.797.564,02	304.387.589,56	327.506.146,47
TOTAL PASIVO + CAPITAL	247.132.648,94	260.962.185,59	426.901.678,34	458.388.099,08	492.178.025,78	528.442.854,40	567.367.044,91

Nota. Elaboración propia del autor

La tabla 22 muestra el estado de situación financiera de la empresa Sunkova, incluyendo además los componentes que abarcan los años 2020 a 2021. Adicional de presentar una proyección que abarca los próximos 5 años.

Tabla 22.

Estado de situación financiera Sunkova

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA SUNKOVA							
	2020-2021		PROYECTADO				
	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Caja - Bancos	18.348,00	- 30.483,00	- 30.849,60	- 31.220,61	- 31.596,09	- 31.976,08	- 32.360,64
Cuentas por Cobrar	163.565,00	207.040,00	209.529,96	212.049,87	214.600,08	217.180,96	219.792,88
Inventarios MP	153.620,00	114.866,00	116.247,43	117.645,48	119.060,34	120.492,21	121.941,31
Inventarios PP	53.628,00	61.320,00	62.057,46	62.803,80	63.559,10	64.323,49	65.097,08
Inventarios PT	23.614,00	64.942,00	65.723,02	66.513,44	67.313,36	68.122,90	68.942,18
Otros Activos Corrientes	363.228,00	283.713,00	287.125,07	290.578,17	294.072,80	297.609,45	301.188,64
Total Activos Corrientes	776.003,00	701.398,00	709.833,34	718.370,13	727.009,58	735.752,94	744.601,45
Activos Fijos	6.978.771,00	6.967.238,00	6.967.238,00	6.967.238,00	6.967.238,00	6.967.238,00	6.967.238,00
Depreciación Acumulada	- 3.216.295,00	- 3.216.295,00	- 3.196.722,00	- 3.177.149,00	- 3.157.576,00	- 3.138.003,00	- 3.118.430,00
Activo Fijo Neto	3.762.476,00	3.750.943,00	3.770.516,00	3.790.089,00	3.809.662,00	3.829.235,00	3.848.808,00
TOTAL ACTIVOS	4.538.479,00	4.452.341,00	4.480.349,34	4.508.459,13	4.536.671,58	4.564.987,94	4.593.409,45
Proveedores locales	1.814.538,00	1.623.505,00	1.643.030,03	1.662.789,88	1.682.787,37	1.703.025,36	1.723.506,74
Obligaciones bancarias	336.250,00	202.197,00	202.197,00	202.197,00	202.197,00	202.197,00	202.197,00
Otros Pasivos	661.508,00	230.402,00	230.402,00	230.402,00	230.402,00	230.402,00	230.402,00
Total Pasivos Corrientes	2.812.296,00	2.056.104,00	2.075.629,03	2.095.388,88	2.115.386,37	2.135.624,36	2.156.105,74
Provision Jubilación Patronal	11.686,00	10.093,00	8.717,15	7.528,86	6.502,55	5.616,14	4.850,56
Provision Desahucio	1.593,00	- 1.019,00	- 1.019,00	- 1.019,00	- 1.019,00	- 1.019,00	- 1.019,00
Total Pasivos Largo Plazo	13.279,00	9.074,00	7.698,15	6.509,86	5.483,55	4.597,14	3.831,56
TOTAL PASIVOS	2.825.575,00	2.065.178,00	2.083.327,18	2.101.898,74	2.120.869,92	2.140.221,50	2.159.937,30
Capital social	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00	50.000,00
Reservas	4.260.295,00	4.260.295,00	4.260.295,00	4.260.295,00	4.260.295,00	4.260.295,00	4.260.295,00
Utilidades acumuladas	6.829.362,00	7.149.261,00	7.149.261,00	7.149.261,00	7.149.261,00	7.149.261,00	7.149.261,00
Utilidades del ejercicio	319.899,00	563.268,00	9.029,46	15.567,49	22.184,15	28.880,39	35.657,16
TOTAL PATRIMONIO	11.459.556,00	12.022.824,00	11.468.585,46	11.475.123,49	11.481.740,15	11.488.436,39	11.495.213,16
TOTAL PASIVO + CAPITAL	14.285.131,00	14.088.002,00	13.551.912,65	13.577.022,23	13.602.610,07	13.628.657,89	13.655.150,46

Nota. Elaboración propia del autor

La tabla 23 contiene los estados de situación financiera de la empresa Farmaenlace abarcando los años 2020 y 2021, junto a una proyección referente a los próximos 5 años.

Tabla 23.

Estado de situación financiera Farmaenlace

ESTADO DE SITUACIÓN FINANCIERA FARMAENLACE							
	2020-2021		PROYECTADO				
	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Caja - Bancos	16.256.908,00	14.158.202,00	15.832.723,81	17.705.295,02	19.799.339,35	22.141.050,94	24.759.721,92
Cuentas por Cobrar	22.127.684,00	23.251.507,00	26.001.514,07	29.076.770,56	32.515.744,41	36.361.453,30	40.662.002,67
Provisión Cuentas Incobrables	- 2.001.731,00	- 1.992.718,00	- 2.228.401,16	- 2.491.959,08	- 2.786.688,59	- 3.116.276,40	- 3.484.845,29
Inventarios PT	72.284.545,00	83.847.048,00	93.763.823,51	104.853.477,95	117.254.730,31	131.122.706,17	146.630.878,16
Otros Activos Corrientes			-	-	-	-	-
Total Activos Corrientes	108.667.406,00	119.264.039,00	133.369.660,24	149.143.584,44	166.783.125,49	186.508.934,01	208.567.757,46
Activos Fijos	38.768.883,00	50.233.524,00	50.233.524,00	50.233.524,00	50.233.524,00	50.233.524,00	50.233.524,00
Depreciación Acumulada	- 7.592.752,00	- 5.755.808,00	1.547.158,00	8.850.124,00	16.153.090,00	23.456.056,00	30.759.022,00
Activo Fijo Neto	31.176.131,00	44.477.716,00	51.780.682,00	59.083.648,00	66.386.614,00	73.689.580,00	80.992.546,00
TOTAL ACTIVOS	139.843.537,00	163.741.755,00	185.150.342,24	208.227.232,44	233.169.739,49	260.198.514,01	289.560.303,46
Proveedores locales	61.259.625,00	69.775.547,00	78.028.055,01	87.256.605,37	97.576.636,76	109.117.241,04	122.022.778,08
Obligaciones bancarias	10.502.395,00	9.002.176,00	9.002.176,00	9.002.176,00	9.002.176,00	9.002.176,00	9.002.176,00
Otros Pasivos			-	-	-	-	-
Total Pasivos Corrientes	71.762.020,00	78.777.723,00	87.030.231,01	96.258.781,37	106.578.812,76	118.119.417,04	131.024.954,08
Provisión Jubilación Patronal	1.590.474,00	2.296.146,00	3.314.915,21	4.785.698,67	6.909.049,03	9.974.501,50	14.400.054,15
Total Pasivos Largo Plazo	1.590.474,00	2.296.146,00	3.314.915,21	4.785.698,67	6.909.049,03	9.974.501,50	14.400.054,15
TOTAL PASIVOS	73.352.494,00	81.073.869,00	90.345.146,22	101.044.480,04	113.487.861,79	128.093.918,54	145.425.008,22
Capital social	8.000.002,00	8.000.002,00	8.000.002,00	8.000.002,00	8.000.002,00	8.000.002,00	8.000.002,00
Reservas	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00	1.600.000,00
Resultado adopción NIIF	1.046.360,00	1.046.360,00	1.046.360,00	1.046.360,00	1.046.360,00	1.046.360,00	1.046.360,00
Utilidades acumuladas	- 1.054.255,00	629.229,00	629.229,00	629.229,00	629.229,00	629.229,00	629.229,00
Utilidades del ejercicio	16.516.684,00	26.380.430,00	20.352.734,51	32.193.019,21	45.433.680,53	60.240.344,09	76.798.224,45
TOTAL PATRIMONIO	26.108.791,00	37.656.021,00	31.628.325,51	43.468.610,21	56.709.271,53	71.515.935,09	88.073.815,45
TOTAL PASIVO + CAPITAL	99.461.285,00	118.729.890,00	121.973.471,73	144.513.090,25	170.197.133,31	199.609.853,63	233.498.823,67

Nota. Elaboración propia del autor

Para Parra (2013) el costo ponderado de recurso (WACC) garantiza que los flujos futuros del negocio se apliquen a valor presente, en donde deben mantener valores positivos o iguales a cero, siendo una garantía de rentabilidad esperada para la empresa. Para obtener el Valor de WACC se aplica la formula:

$$\text{WACC} = \frac{\text{TP}}{\text{TP} + \text{CC}} * \text{Rd} * (1 - \text{Tc}) + \frac{\text{CC}}{\text{TP} + \text{CC}} * \text{ROE}$$

(WACC) Costo ponderado de los recursos

(RD) Costo de la deuda

(TC) Tipo de cambio real

(ROE) Rentabilidad financiera

En la tabla 24 se presenta de forma más explícita la obtención del WACC de las 3 empresas con las que se realizó el trabajo. Para el cálculo del WACC se utilizó el Pasivo y el patrimonio de las 3 empresas, con base a esto se obtuvo un WACC de 24,49 en Farmaenlace, 21,20 en Sunkova y 121,17% en Difare, en la cual tuvo un crecimiento exponencial en relación al costo ponderado de los recursos entre las otras dos empresas.

Tabla 24.

Costo ponderado de los recursos (WACC)

	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
Total Pasivo	171.338.457,52	2.065.178,00	81.073.869,00
Total Patrimonio	89.623.728,07	12.022.824,00	37.656.021,00
Pasivo + patrimonio	260.962.185,59	14.088.002,00	118.729.890,00
RD	140,04%	217,89%	38,40%
Tc	33,70%	33,70%	33,70%
ROE	175,31%	0,02%	22,41%
WACC	121,17%	21,20%	24,49%

Nota. Elaboración propia del autor

Después, se obtiene la tasa de descuento que Mete (2014) la define como la tasa encargada de medir el costo de oportunidad de los fondos y recursos utilizados, además que sirve para determinar la rentabilidad que manejan los inversionistas para posibles inversiones futuras. En el caso de querer aplicar a un proyecto, se utiliza para medir la tasa de descuento esperada, según la formula:

$$\text{Tasa de descuento} = (1 + i) * (1 + p) * (1 + s)$$

Costo de oportunidad (i)

Inflación (p)

Riesgo (s)

La tabla 25 muestra la tasa de descuento generada en las 3 entidades donde se presenta un crecimiento superior de Difare con 45,27%, lo que se interpreta que maneja una exigencia de rendimiento alto, por lo que se deduce que se generara una proyección mayor de lo esperado sobre su rentabilidad futura, en relación a otras entidades que parten resultados parecidos como Farmaenlace con 44,74% y Sunkova con 42,64%.

Tabla 25.

Tasas de descuento

Tasas						
	DIFARE		SUNKOVA		FARMAENLACE	
Costo de Oportunidad del Capital	39,52%	139,52%	35,77%	135,77%	25,78%	125,78%
Inflación	1,60%	101,60%	1,10%	101,10%	1,60%	101,60%
Riesgo	2,62%	102,62%	3,92%	103,92%	13,26%	113,26%
Tasa de descuento		45,27%		42,64%		44,74%

Nota. Elaboración propia del autor

La tabla 26 presenta el estado de resultado histórico de la empresa Difare de los periodos 2020 y 2021, adicional de una proyección de los próximos 5 años. Esta tabla muestra detalladamente el desempeño financiero de la empresa.

Tabla 26.

Estado de resultado histórico Difare

DIFARE							
Estado de resultados histórico							
	2020-2021		PROYECTADO				
	2020	2021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Ventas netas	1.035.318.969,70	1.067.037.623,68	1.142.581.789,15	1.223.474.332,97	1.310.093.909,83	1.402.845.982,39	1.502.164.719,30
Costo de producción	687.876.847,59	692.413.501,82	741.435.016,14	793.927.157,28	850.135.638,79	910.323.570,25	974.772.688,91
Utilidad Bruta	347.442.122,11	374.624.121,86	401.146.773,00	429.547.175,69	459.958.271,04	492.522.412,14	527.392.030,39
Gastos de administración	19.210.396,32	20.941.791,92	21.276.860,59	21.617.290,36	21.963.167,01	22.314.577,68	22.671.610,92
Gastos de venta	102.320.127,99	101.947.610,15	103.578.771,91	105.236.032,26	106.919.808,78	108.630.525,72	110.368.614,13
Depreciación	3.300.841,35	7.648.436,65	7.770.811,64	7.895.144,62	8.021.466,94	8.149.810,41	8.280.207,37
Total Gastos de Operación	124.831.365,66	130.537.838,72	132.626.444,14	134.748.467,25	136.904.442,72	139.094.913,81	141.320.432,43
Utilidad Operacional	222.610.756,45	244.086.283,14	268.520.328,86	294.798.708,45	323.053.828,32	353.427.498,33	386.071.597,97
Gastos financieros	7.333.035,10	10.334.930,01	10.334.930,01	10.334.930,01	10.334.930,01	10.334.930,01	10.334.930,01
Pérdida en ventas de activos	123.931,56	22.941,37	22.941,37	22.941,37	22.941,37	22.941,37	22.941,37
Otros ingresos	276.155,47	3.255.295,69	3.255.295,69	3.255.295,69	3.255.295,69	3.255.295,69	3.255.295,69
Utilidad Antes de Impuestos	215.429.945,26	236.983.707,45	261.417.753,17	287.696.132,76	315.951.252,63	346.324.922,64	378.969.022,28
15% trabajadores	32.314.491,79	35.547.556,12	39.212.662,98	43.154.419,91	47.392.687,89	51.948.738,40	56.845.353,34
Utilidad Gravable o Imponible	183.115.453,47	201.436.151,33	222.205.090,20	244.541.712,84	268.558.564,73	294.376.184,25	322.123.668,93
imp.renta	40.285.399,76	44.315.953,29	48.885.119,84	53.799.176,83	59.082.884,24	64.762.760,53	70.867.207,17
Utilidad Neta	142.830.053,71	157.120.198,04	173.319.970,35	190.742.536,02	209.475.680,49	229.613.423,71	251.256.461,77

Nota. Elaboración propia del autor

La tabla 27 presenta el estado de resultado histórico de la empresa Sunkova de los periodos 2020 y 2021, también incluye una proyección de 5 años, en donde este análisis detalla el desempeño financiero generado por esta entidad.

Tabla 27.

Estado de resultado histórico Sunkova

SUNKOVA							
Estado de resultados histórico							
Cuentas	2020-2021		PROYECTADO				
	2.020	2.021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Ventas netas	1.619.984,00	2.128.739,00	2.154.340,21	2.180.249,32	2.206.470,02	2.233.006,06	2.259.861,24
Costo de producción	1.187.582,00	1.318.518,00	1.334.375,12	1.350.422,94	1.366.663,75	1.383.099,89	1.399.733,70
Utilidad Bruta	432.402,00	810.221,00	819.965,10	829.826,38	839.806,26	849.906,17	860.127,54
Gastos de administración	-306.933,00	315.797,00	319.270,77	322.782,75	326.333,36	329.923,02	333.552,18
Gastos de venta	-58.902,00	107.883,00	109.069,71	110.269,48	111.482,44	112.708,75	113.948,55
Depreciación	-19.573,00	19.573,00	19.788,30	20.005,97	20.226,04	20.448,53	20.673,46
Total Gastos de Operación	-385.408,00	443.253,00	448.128,78	453.058,20	458.041,84	463.080,30	468.174,18
Utilidad Operacional	46.994,00	366.968,00	371.836,31	376.768,18	381.764,42	386.825,87	391.953,35
Gastos financieros	-431.123,00	515.413,00	515.413,00	515.413,00	515.413,00	515.413,00	515.413,00
Otros ingresos	479.607,00	77.480,00	77.480,00	77.480,00	77.480,00	77.480,00	77.480,00
Utilidad Antes de Impuestos	95.478,00	-70.965,00	-66.096,69	-61.164,82	-56.168,58	-51.107,13	-45.979,65
15% trabajadores	14.321,70	-10.644,75	-9.914,50	-9.174,72	-8.425,29	-7.666,07	-6.896,95
Utilidad Gravable o Imponible	81.156,30	-60.320,25	-56.182,18	-51.990,10	-47.743,29	-43.441,06	-39.082,70
Imp.renta	17.854,39	-13.270,46	-12.360,08	-11.437,82	-10.503,52	-9.557,03	-8.598,19
Utilidad Neta	63.301,91	-47.049,80	-43.822,10	-40.552,27	-37.239,77	-33.884,03	-30.484,51

Nota. Elaboración propia del autor

La tabla 28 presenta el estado de resultado histórico de la empresa Farmaenlace de los periodos 2020 y 2021, adicional de incluir una proyección estimada de los próximos 5 años.

Tabla 28.

Estado de resultado histórico Farmaenlace

FARMAENLACE							
Estado de resultados histórico							
	2020-2021		PROYECTADO				
Cuentas	2020	2021	2.022	2.023	2.024	2.025	2.026
Ventas netas	440.829.327,00	497.944.583,00	556.837.588,33	622.695.999,43	696.343.630,24	778.701.728,96	870.800.501,87
Costo de producción	321.253.036,00	362.918.279,00	405.841.425,20	453.841.186,69	507.517.985,95	567.543.258,78	634.667.853,17
Utilidad Bruta	119.576.291,00	135.026.304,00	150.996.163,12	168.854.812,74	188.825.644,29	211.158.470,18	236.132.648,70
Gastos de administración	24.578.443,00	28.726.625,00	29.186.251,00	29.653.231,02	30.127.682,71	30.609.725,64	31.099.481,25
Gastos de venta	69.392.695,00	84.043.759,00	85.388.459,14	86.754.674,49	88.142.749,28	89.553.033,27	90.985.881,80
Depreciación	5.626.632,00	7.302.966,00	7.419.813,46	7.538.530,47	7.659.146,96	7.781.693,31	7.906.200,40
Total Gastos de Operación	99.597.770,00	120.073.350,00	121.994.523,60	123.946.435,98	125.929.578,95	127.944.452,22	129.991.563,45
Utilidad Operacional	19.978.521,00	14.952.954,00	29.001.639,52	44.908.376,77	62.896.065,34	83.214.017,96	106.141.085,25
Gastos financieros	3.174.650,00	3.457.227,00	3.457.227,00	3.457.227,00	3.457.227,00	3.457.227,00	3.457.227,00
Pérdida en ventas de activos	396.973,00	187.428,00	187.428,00	187.428,00	187.428,00	187.428,00	187.428,00
Otros ingresos	824.334,00	1.418.119,00	3.255.295,69	3.255.295,69	3.255.295,69	3.255.295,69	3.255.295,69
Utilidad Antes de Impuestos	17.231.232,00	12.726.418,00	28.612.280,21	44.519.017,46	62.506.706,03	82.824.658,65	105.751.725,94
15% trabajadores	2.584.684,80	1.908.962,70	4.291.842,03	6.677.852,62	9.376.005,90	12.423.698,80	15.862.758,89
Utilidad Gravable o Imponible	14.646.547,20	10.817.455,30	24.320.438,18	37.841.164,84	53.130.700,12	70.400.959,85	89.888.967,05
22% imp.renta	3.222.240,38	2.379.840,17	5.350.496,40	8.325.056,26	11.688.754,03	15.488.211,17	19.775.572,75
Utilidad Neta	11.424.306,82	8.437.615,13	18.969.941,78	29.516.108,57	41.441.946,09	54.912.748,69	70.113.394,30

Nota. Elaboración propia del autor

La Utilidad operacional después de impuestos (UODI), también conocida como utilidad antes de intereses es un factor clave para el cálculo del EVA. La UODI utiliza las utilidades operacionales que son alcanzadas para el desarrollo de las actividades principales, después de descontar los impuestos. A continuación, se determina el capital invertido, que es el resultado de la resta del activo fijo neto y el capital de trabajo. Al obtener estos datos, se calcula el Retorno sobre el capital invertido. Finalmente, se aplica la fórmula para obtener el EVA principal.

$$\text{EVA} = (\text{ROIC} - \text{WACC}) * \text{CI}$$

ROIC= Rentabilidad sobre capital invertido

WACC= Costo ponderado de los recursos

En la tabla 29 se encuentran los datos utilizados y el resultado del Valor económico agregado (EVA) de las tres empresas analizadas. En términos de Utilidad operativa después de impuestos se evidencia que Difare es la empresa que genera una mayor cantidad, del mismo modo de Eva con 110.051.176,43, seguida de Farmaenlace con valor positivo de 6.022.146,40. Los valores presentados ratifican la rentabilidad económica de las farmacéuticas sobre su beneficio operativo y su desempeño financiero en relación a su costo de capital. Sin embargo, Sunkova se queda atrás un valor negativo mayor estimado en - 762.887,21 , evidenciando que en el último año ha reducido los ingresos generados como el capital de trabajo utilizado.

Tabla 29.

Valor económico agregado (EVA)

	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
U OPERACIONAL	396.854.191,67	416.874,54	116.059.298,70
Tc	33,70%	33,70%	33,70%
UODI = NOPAT	263.114.329,08	276.387,82	76.947.315,04
Activo Fijo Neto	132.640.410,95	3.848.808,00	80.992.546,00
Capital de Trabajo	204.011.979,21	- 1.411.504,29	77.542.803,38
Capital Invertido	336.652.390,16	2.437.303,71	158.535.349,38
ROIC =	78,16%	11,34%	48,54%
WACC	45,47%	42,64%	44,74%
EVA =	110.051.176,43	- 762.887,21	6.022.146,40
ROIC- WACC	32,69%	-31,30%	3,80%

Nota. Elaboración propia del autor

Explica Peñaloza (2008) que el capital de trabajo o también conocido como capital circulante, son los activos que una empresa utiliza para dar financiamiento a las operaciones a corto plazo y dar una adecuada continuidad a sus actividades de comercio. Los activos corrientes son los que pueden convertirse en efectivo en un periodo determinado y los pasivos corrientes son las obligaciones o deudas a cancelar en ese corto plazo. La siguiente formula detalla cómo obtener el capital de trabajo para generar un equilibrio entre activos y pasivos:

$$CT = (\text{Act. corriente año 2} - \text{Pas. corriente año 2}) - (\text{Act. corriente año 1} - \text{Pas. corriente año 1})$$

La tabla 30 muestra el capital de trabajo generado de las tres entidades, y se puede observar que Difare con 204.011.979,21 y Farmaenlace con 77.542.803,38 mantienen una cantidad considerable de capital de trabajo, que les permite maniobrar sus actividades. Las dos empresas mantienen un saldo positivo, lo cual indica su posición financiera solida que asegura su continuidad y crecimiento sobre sus operaciones a corto y mediano plazo. Sin embargo, en el caso de Sunkova con -1.411.504,23 se tiene una mayor cantidad de pasivos que activos, lo cual compromete de forma directa su desarrollo financiero.

Tabla 30.

Capital de trabajo

	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
Activo Corriente	419.119.555,37	744.601,45	208.567.757,46
Pasivo Corriente	215.107.576,16	2.156.105,74	131.024.954,08
Ratio de capital de trabajo	204.011.979,21	- 1.411.504,29	77.542.803,38
Capital de trabajo	14.395.061,25	-11.632,87	9.153.286,41

Nota. Elaboración propia del autor

La tasa de crecimiento para Aguirre (2014) es la encargada de medir el aumento porcentual de cambio de una variable en tiempo estimado. Esto posibilida valorar y comparar el crecimiento según una magnitud financiera definida con el propósito de evaluar el desempeño financiero o ejecutar proyecciones en empresas.

$$TCP = \left(\left(\frac{\text{Venta neta año 2}}{\text{Venta neta año 1}} - 1 \right) \left(\frac{\text{Venta neta año 3}}{\text{Venta neta año 2}} - 1 \right) \left(\frac{\text{Venta neta año 4}}{\text{Venta neta año 3}} - 1 \right) \left(\frac{\text{Venta neta año 5}}{\text{Venta neta año 4}} - 1 \right) \right) / 4$$

En la tabla 31 se analizó el crecimiento periódico que mantienen estas tres empresas, según el porcentaje de ventas generado año tras año. Partiendo de esto, se observa un

crecimiento notable entre Difare con 7,08% y Farmaenlace con 11,83% el cual está ligado con el desarrollo evidente del sector farmacéutico en estos años. Por otro lado, Sunkova con 1,20% experimento un crecimiento mínimo, debido a factores externos que afectaron el año 2021 tales como la pandemia, incremento de costos de producción y alteraciones en el comportamiento del consumidor.

Tabla 31.

Tasa de crecimiento

	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
Tasa de crecimiento	7,08%	1,20%	11,83%

Nota. Elaboración propia del autor

Según Vargas (2007) el flujo de efectivo operativo (FEO) es la medida financiera aplicada para una empresa para indicar la cantidad de efectivo utilizado para sus actividades operativas que cubre venta de bienes y servicios en un periodo estimado. Para obtenerlo se realiza una sumatoria entre la utilidad neta y la depreciación.

Con los datos recolectados, el capital de trabajo y el valor residual se aplica la fórmula que arroja el flujo de efectivo de actividades de financiación (FEF), que para Cruz Gutiérrez & Margueiz (2015) es el resultado de la entrada y salida de efectivo por fuentes internas o externas. Para obtener el FEF es necesario aplicar la formula:

$$\text{FEF} = \text{FEO} + \text{Cap. trabajo} + \text{VR}$$

En la tabla 32 se revisó el Flujo de efectivo de actividades de operaciones de las tres empresas. Es importante destacar el notorio crecimiento de Difare con 815.975.531,59, en donde resalta su sólida posición financiera y Farmaenlace con 243.259.460,14 sobresale su adaptabilidad y resistencia durante el periodo 2021. Por otro lado, es evidente la afectación que sufrió el sector de alimentos por los desafíos que ha mantenido en el periodo, en donde Sunkova presenta un FEF valorado en – 21.187,00.

Tabla 32.

Flujo de efectivo de actividades de financiación

DESCRIPCIÓN	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
Utilidad neta	251.256.461,77	-30.484,51	70.113.394,30
+ Depreciación	8.280.207,37	20.673,46	7.906.200,40
= FEO	259.536.669,14	-9.811,05	78.019.594,70
- CAP TRABAJO	- 14.395.061,25	11.632,87	- 9.153.286,41
VR	570.833.923,70	-23.008,83	174.393.151,85
FEF	815.975.531,59	-21.187,00	243.259.460,14

Nota. Elaboración propia del autor

Valencia (2016) define a al Valor actual neto como una herramienta financiera básica para evaluar posibles oportunidades de inversión, al revisar la posible ganancia o pérdida obtenida de la inversión entre flujo de efectivo, se calcula con la tasa de descuento aplicada. Para obtener el VAN se utiliza la siguiente formula.

$$VAN = \frac{FEF}{TD}$$

En base a las estimaciones del flujo de efectivo de actividades de operación y la tasa de descuento obtenida anteriormente, se obtuvo los siguientes resultados referentes al VAN de las 3 empresas.

Tabla 33.

Valor actual neto (VAN)

Descripción	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
VAN	350.355.887,79	930.072,84	65.277.163,58

Nota. Elaboración propia del autor

Al revisar los resultados de la tabla 33, se confirma la viabilidad de implementar este modelo de VAN dentro de las franquicias, puesto que se refleja valores positivos: 350.355.887,79 (Difare), 930.072,84 (Sunkova) y 65.277.163,58 (Farmaenlace). Dichos valores respaldan la rentabilidad de estas empresas, ya que el valor de entrada de dinero es mayor que el valor de salida.

Estos valores indican que Difare y Farmaenlace tienen beneficios importantes al utilizar este modelo de evaluación financiera. Sin embargo, en el caso de Sunkova es complejo, porque se obtiene un rendimiento más bajo, por los resultados negativos que mantiene en diferentes variables. Aunque el VAN de Sunkova es positivo, la magnitud que maneja es relativamente baja, esto se debe principalmente a las adversidades que sufre el sector de alimentos dentro de este periodo 2021.

Es necesario destacar que el Modelo VAN genera un criterio concreto de la rentabilidad de las empresas al revisar el valor del dinero en un periodo, además de los flujos de efectivo futuros. Al obtener resultados positivos para Difare y Farmaenlace, se indica que las inversiones dentro de estas entidades son viables y significativas. Pero es necesario ejecutar un análisis más profundo dentro de Sunkova para revisar su viabilidad y diseñar acciones correctivas según las circunstancias negativas del sector.

4.2.3. Cálculo de la tasa de regalías y determinación del valor de canon inicial

4.2.3.1. Cálculo de tasa de regalías

Se realiza el cálculo de tasa de regalías por cada franquiciante en margen a la ecuación, utilizándola metodología de Kotliarov (2011).

$$r = \frac{AW_{ind}P_{ind} + BW_{sup}P_{ind} + CW_{ind}P_{sup} + DW_{sup}P_{sup}}{W_{ind}P_{ind} + W_{sup}P_{ind} + W_{ind}P_{sup} + W_{sup}P_{sup}} * 100\%$$

Donde: $0 \leq A \leq 1$; $0 \leq B \leq 1$; $0 \leq C \leq 1$; $0 \leq D \leq 1$

Los valores de A, B, C y D especifican la participación del franquiciador según el componente de ingresos y se calculan de la siguiente forma:

$$A=0, B = \frac{W_{sup}}{W_{sup}+W_{ind}}, C = \frac{P_{sup}}{P_{sup}+P_{ind}}, D=1$$

Para obtener la tasa de regalías, es esencial contar con los porcentajes de probabilidad de obtención de ingresos referentes al sector farmacéutico como el de alimentos, con la finalidad de manejar datos exactos. Es por ello, que en la tabla 34 se especifica cada una de las probabilidades aplicadas dentro de nuestra investigación y que serán utilizadas dentro de la tabla 34.

Tabla 34.

Probabilidad de obtener ingresos en franquicias de alimentos y farmacéuticas

	Variable	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
1	Probabilidad de obtener ingresos producidos por franquicia	64%	67%	64%
2	Probabilidad de obtener ingresos empresario independiente	53%	37%	53%
3	Probabilidad de obtener ingresos por Know-How	25%	12%	25%

Nota. Desarrollo propio a partir de información proporcionada por el Banco Central del Ecuador (2014), Armendáriz (2021) y González (2019).

En la tabla 35, se presenta las variables utilizadas para obtener la tasa de regalías, además de los resultados generados por cada entidad, siempre y cuando no se tenga canon inicial.

Tabla 35.

Modelo para el cálculo de la tasa de regalías sin canon inicial

Nemotécnico	Variable	DIFARE	SUNKOVA	FARMAENLACE
Pfr	Ingresos promedio producidos por franquicia	1.067.037.623,68	2.128.739,00	497.944.583,00
Wfr	Probabilidad de obtener ingresos producidos por franquicia	64%	67%	64%
Pind	Ingresos promedio empresario	939.252.097,24	1.346.523,00	398.636.192,80
Wind	Probabilidad de obtener ingresos empresario	53%	37%	53%
WsuP	Probabilidad adicional de obtener ingresos gracias a Know-How	25%	12%	25%
Psup	Ingresos adicionales gracias al franquiciante en comparación con empresario independiente	127.785.526,44	782.216,00	99.308.390,20
	A	0%	0%	0%
	B	0,322	0,242	0,322
	C	0,120	0,367	0,199
	D	1	1,000	1
	T. Regalías (Sin Canon Inicial)	13,32%	0,92%	17,40%

Nota. Elaboración propia del autor

Para realizar el cálculo de la probabilidad, se consideró lo expuesto por Kotliarov (2011), quien justificó que la probabilidad de generar ingresos para un empresario independiente o sin franquicia (Wind) depende directamente de la tasa de supervivencia que maneja las empresas franquiciadoras, en el sector económico y su área de desarrollo. Respecto a la probabilidad de obtener ingresos generados por

franquicias (Wfr) se tomó en cuenta el dato publicado por González (2019), donde el 64% de franquicias farmacéuticas y 67% de franquicias de alimentos en el país sobreviven por más de cuatro o cinco años. Con el fin de obtener la cifra (Wind), se utilizó los datos presentados por Armendáriz (2021), quien indica que los sectores de farmacéutica, el 25% de las empresas prosperan utilizando el método de Know-how, en el caso del sector de alimentos al que pertenece la empresa Sunkova se registra una tasa de éxito del 12%.

4.2.3.2. Cálculo del canon inicial

El determinar el valor del canon inicial (IF) depende del franquiciante y el porcentaje de regalías, configurándose como una forma para recuperar valores de inversión. Es así como se revisó distintos escenarios de cálculo de la tasa de regalías en caso de existir canon, partiendo como base de la ecuación de Kotliarov (2011). El cálculo se realiza según los porcentajes de VAN que maneja cada empresa. En la simulación se presentó en el caso de que la proporción de canon inicial sobre ingresos de franquicia lo resulta la tasa de regalías siempre que no exista un canon r.

$$\frac{r}{100\%} R_{tot} = IF \frac{r_{IF}}{100\%} R_{tot}$$

r =Tasa de regalías

R_{tot} = Ingreso total de franquiciado recibe en periodo de tiempo

IF= Cuota inicial

r_{IF} = Tasa de regalías

En la tabla 36 se realizó una simulación de canon inicial y regalías para las tres entidades. En el caso de DIFARE, para un canon inicial de 17.517.794,39 se cobraría al franquiciado una tasa de regalías del 11,68%% acerca de los ingresos de la franquicia. Por medio de esta simulación se presenta al franquiciante varias alternativas que permiten estructurar una oferta comercial adecuada, adicional se plantea que, mientras mayor sea el canon inicial, la tasa de regalías que se genera es menor. Esto es a causa de la sumatoria de valores, calculados por la tasa de regalías y el canon, por lo cual no se puede superar al canon sin un porcentaje de regalías determinado (regalías=0).

Tabla 36.

Escenarios de negociación de la tasa de regalías y Canon inicial

ESCENARIOS DE NEGOCIACIÓN						
	DIFARE		SUNKOVA		FARMAENLACE	
Porcentaje canon inicial	Valor Canon inicial	T. Regalías	Valor Canon inicial	T. Regalías	Valor Canon inicial	T. Regalías
0%	-	13,32%	-	0,92%	-	17,40%
5%	17.517.794,39	11,68%	46.503,64	-1,26%	3.263.858,18	16,75%
6%	21.021.353,27	11,35%	55.804,37	-1,70%	3.916.629,81	16,62%
7%	24.524.912,15	11,02%	65.105,10	-2,14%	4.569.401,45	16,48%
8%	28.028.471,02	10,70%	74.405,83	-2,57%	5.222.173,09	16,35%
9%	31.532.029,90	10,37%	83.706,56	-3,01%	5.874.944,72	16,22%

Nota. Elaboración propia del autor**4.2.3. Registro contable de la venta de una franquicia (Punto de vista franquiciador)****Venta y legalización de la franquicia**

La empresa Farmaenlace, vende el 1 de enero del 20XX una franquicia para la distribución de productos farmacéuticos, a un profesional del sector farmacéutico Pedro Ponce Ortiz Barreno que quiere montar un negocio y opto por adherirse a esta red de franquicias

Esta franquicia impone como condiciones:

1. El pago a la firma de un contrato con canon de entrada de 6% que incluye, el uso de la marca, formación inicial y manuales operativos. Se estima a ambos con un valor razonable de 24.000,00
2. Se aplica dos tipos de royalties de liquidación mensual, acerca del volumen de ventas: 16.75% general que se contempla por la formación continua obligatoria además de asesoramiento para explotación del negocio y actualización necesaria
3. La duración de este contrato para esta franquicia será de 10 años
4. El franquiciado se hace cargo de la gestión de los constructores para la compra y acondicionamiento del local según las especificaciones del franquiciador.

Registre a la firma del contrato, a la fecha de apertura del establecimiento franquiciado 1 de julio del 20XX y al cierre del mismo año, si las ventas del franquiciado han ascendido a 400.000,00.

RESOLUCIÓN

En base a lo explicado por la NIC 18 “Honorarios y comisiones por franquicia” se recalca en reconocer de forma generar honorarios para centrar en los varios tipos de ingresos por franquicia como a continuación:

Canon de entrada

Canon como contraprestación por la marca

Explica la NIC 18 (2018), que por honorarios periódicos de franquicia se halla contextos aplicables al canon de entrada como sobre su uso continuo de derechos o servicios en periodos definidos, por lo que se les reconoce como ingresos por actividades según citados.

Por medio del importe de canon de entrada referente a la marca, se reconoce realizar pagos al franquiciador como pasivo, para reconocerlo como ingreso en el estado de resultado en base a los derechos de uso. Por canon inicial la empresa recibe 24.000,00 del franquiciado.

Tabla 37.

Asiento de firma de contrato por importe de cesión de patentes y marca

Fecha		Detalle	Debe	Haber
1/1/20XX		1 Bancos Anticipos por ventas o prestación de servicios a largo plazo al franquiciado P/R cesión de patentes y marca de la franquicia	24.000,00	24.000,00

Nota. Elaboración propia del autor

Para justificar la periodificación del ingreso total se efectuará al fin de cada año un asiento por el devengo de ingresos referentes al contrato mantenido con el franquiciado por 10 años, por cada año del contrato vigente se realizará un asiento como el de la

Tabla 38.

Asiento de devengado del ingreso del primer año de contrato

Fecha		Detalle	Debe	Haber
31/12/20XX		6 Anticipo por prestación de servicios a largo plazo al franquiciado Ingreso por cesión de patentes y marcas al franquiciado P/R devengado de ingresos del primer año	2.400,00	2.400,00

Nota. Elaboración propia del autor

La cuenta aplicada se ha usado para identificar los ingresos de actividades ordinarias por prestación de servicios que se la ha denominado como “Ingresos por cesión de patentes y marcas de franquiciado”.

Parte de canon como contraprestación de servicios de formación y manuales

Aplicado por la NIC 18 (2018), se establece a los honorarios por servicios de formación continua como parte de honorarios iniciales o cuota separada, se determina como ingresos de actividades en relación a la prestación que mantengan. Cuando una cuota por servicios no pueda aplicar el costo de la prestación de servicios, se difiere porcentaje del honorario inicial que sea capaz de aplicarse al total de costos y generar un margen adecuado según el servicio.

En el ejercicio, se ha utilizado un valor razonable estipulado en 4.500,00 para cubrir el curso inicial y el uso de manuales entregados al inicio del contrato y previo a la apertura del establecimiento. Para su caso se los define como parte de honorarios iniciales por cobro anticipado.

Tabla 39.

Asiento por cobro anticipado de servicios

Fecha		Detalle	Debe	Haber
1/1/20XX		2 Bancos Anticipo del franquiciado P/R cobro anticipado de servicios	4.500,00	4.500,00

Nota. Elaboración propia del autor

Para ejecutar el reconocimiento de ingresos se lo clasifica por actividades ordinarias que se cobra de forma anticipada se lo denomina como anticipo de franquicias, clasificado de forma concreta en anticipos de franquiciado. Para el servicio realizado a largo plazo se transcurre dentro de la firma del contrato hasta el momento que se realice la apertura de la franquicia que en nuestro ejercicio sucederá el 1/07/20XX.

Tabla 40.

Asiento para reconocimiento de ingresos desde fecha de apertura de franquicia

Fecha		Detalle	Debe	Haber
1/7/20XX		3 Anticipos del franquiciado Ingresos por servicios al franquiciado P/R reconocimiento de ingresos desde puesto en marcha negocio	4.500,00	4.500,00

Nota. Elaboración propia del autor

Royalties del año 2021

El cobro de royales esta aplicado dentro de la NIC 18 que ratifica el cobro de honorarios por suministro de servicios de forma continua forme parte de honorarios iniciales, por lo cual su registro se ejecuta en razón a servicios correspondientes.

En la tabla 41 se presenta el asiento al 31/12/20XX por el cobro y devengo referente a Royalties generales 67.000,00 (16.75% de 400.000,00)

Tabla 41.

Asiento para reconocimiento de ingresos por Royalti general

Fecha		Detalle	Debe	Haber
31/12/20XX		4 Bancos Ingreso por Royalti general del franquiciado P/R cobro de Royalti general	67.000,00	67.000,00

Nota. Elaboración propia del autor

En la tabla 42 se presenta el asiento al 31/12/20XX por devengo y cobro de los Royalties de publicidad por 8.000,00 (2% de 400.000,00)

Tabla 42.

Asiento para reconocimiento de ingresos por Royalti de publicidad

Fecha		Detalle	Debe	Haber
31/12/20XX		5		
		Bancos	8.000,00	
		Ingreso por Royalti de publicidad del franquiciado		8.000,00
		P/R cobro de Royalti de publicidad		

Nota. Elaboración propia del autor

En la tabla 43 se presenta el estado de resultados de Farmaenlace sin aplicar los ingresos por regalías provenientes de venta de la franquicia.

Tabla 43.

Estado de Resultados de Farmaenlace antes de aplicar ingresos por franquicia

FARMAENLACE	
ESTADO DE RESULTADOS	
31/12/20XX	
Venta de bienes	497.944.583,00
Prestación de servicios	18.672.191,00
Otros	18.672.191,00
Intereses	417.401,00
Ingresos de actividades ordinarias	535.706.366,00
Materiales utilizados o productos vendidos	362.918.279,00
Costos de ventas	362.918.279,00
Utilidad Bruta	172.788.087,00
Gastos de ventas	84.043.759,00
Gastos de administración	28.726.625,00
Gastos financieros	3.457.227,00
Utilidad operacional	116.227.611,00
Otros ingresos	1.418.119,00
Utilidad antes de impuesto a la renta	57.978.595,00
Impuesto a la renta	6.994.509,00
Utilidad neta del año	50.984.086,00
Otro resultado integral	527.000,00
Utilidad neta y resultado integral del año	50.457.086,00

Nota. Elaboración propia del autor

En la tabla 44 se presenta el estado de resultados de Farmaenlace luego de aplicar los ingresos por regalías provenientes de venta de la franquicia.

Tabla 44.

Estado de Resultados de Farmaenlace después de aplicar ingresos por franquicia

FARMAENLACE	
ESTADO DE RESULTADOS	
31/12/xxxx	
Venta de bienes	497.944.583,00
Prestación de servicios	18.672.191,00
Otros	18.672.191,00
Intereses	417.401,00
Franquicias	103.500,00
Ingresos de actividades ordinarias	535.809.866,00
Materiales utilizados o productos vendidos	362.918.279,00
Costos de ventas	362.918.279,00
Utilidad Bruta	172.891.387,00
Gastos de ventas	84.050.659,00
Gastos de administración	28.726.625,00
Gastos financieros	3.457.227,00
Utilidad operacional	116.227.611,00
Otros ingresos	1.418.119,00
Utilidad antes de impuesto a la renta	58.081.895,00
Impuesto a la renta	6.994.509,00
Utilidad neta del año	51.087.386,00
Otro resultado integral	527000
Utilidad neta y resultado integral del año	50.560.386,00

Nota. Elaboración propia del autor

El aplicar el reconocimiento de las franquicias como intangibles pone en evidencia el claro crecimiento de los ingresos generados por una empresa a través del tiempo, es así como en el ejemplo realizado se refleja un crecimiento valorado en 103.300,00, al aplicar el uso de activos intangibles en los estados financieros. En la tabla 45 se muestra de forma más detallada la estructura de las ganancias por utilizar una franquicia en el estado de resultados.

Tabla 45.

Estructura de la cuenta franquicias

Estructura de la cuenta Franquicias	
Cesión de patente y marca	24.000,00
Ingresos por servicio de franquiciado	4.500,00
Ingreso por royalty general	67.000,00
Ingreso por royalty de publicidad	8.000,00
	103.500,00

Nota. Elaboración propia del autor

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES

5.1. Conclusiones

Después de efectuar una investigación y valoración de las franquicias que se ha realizado en base a los objetivos planteados se llega a las siguientes conclusiones:

Una vez finalizada esta investigación fue posible identificar los principales métodos de valoración de primas, los cuales son: Método de ingresos, valor de mercado, costo de inversión, de múltiplos y de valor residual. Se ha encontrado que existe un mínimo de empresas que utilizan una de estas metodologías para valorar su empresa. Asimismo, se encontró varios tipos de métodos de retorno de inversión como ROI simple, ROI descontado, ROI incremental, ROI social, ROI ajustado al riesgo, que en general la mayor parte de empresas no utilizan. Se necesita un previo conocimiento de estos métodos con el fin de aplicarlos en las empresas de forma correcta con el objetivo de que su uso nos genere información más clara y precisa que se pueda interpretar.

Con la información procesada y analizada se verificó que en el país existen una variedad de empresas de origen nacional como internación de distinto sector. Pero por poca experiencia y conocimiento sobre las franquicias en el país se obtuvo que solo 7 empresas aplican un registro de activos intangibles sobre sus estados financieros, dándonos un claro ejemplo de la deficiencia con la que franquicias laboran. Es así como en 5 de estas empresas solo emplean un concepto de activos intangibles, mas no detallan con exactitud sus intangibles. Esta problemática que afecta a los registros financieros, se debe porque las leyes del país no exigen su uso, lo que genera que las franquicias existentes en Ecuador mantienen una desventaja en desarrollo en comparación con instituciones de otros países.

En relación con el último objetivo de nuestra investigación, se realizó un caso práctico con el VAN, tasa de regalías y canon inicial de la empresa Farmaenlace en el que utilizamos valores supuestos para el libro diario y el estado de resultados. Se demuestra que el reconocer las franquicias como activos intangibles genera un mejor rendimiento y un crecimiento en los ingresos generados por esta empresa. En base a los datos arrojados por la investigación, se mostró que los activos intangibles incrementan el rendimiento financiero para el franquiciado.

5.2. Limitaciones del estudio

En la investigación nos encontramos limitaciones con las que tratamos. La mayor parte de franquicias registradas en la actualidad tienen un poco o nulo conocimiento del tratamiento contable de los activos intangibles, lo cual afecta de forma directa repercute a sus registros. Asimismo, se encontró un alto nivel de incumplimiento por una gran parte de empresas al presentar su información financiera y anexos ante la Superintendencia de Compañías, Valores y Seguros, en donde no existen documentos referentes a sus estados de situación financiera, resultados y notas, siendo un motivo por el que se complicó realizar una adecuada base de datos.

5.3. Futuras temáticas de investigación

- Impacto de los activos intangibles en el rendimiento de las empresas constructoras
- Análisis del sistema financiero de las cooperativas de ahorro y crédito
- Análisis contable y administrativo en los eventos masivos, cálculo de pago a los artistas
- Origen de las cooperativas en el Ecuador y los avances más importantes a los que se han sometido

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguas, M., & Larco, C. (2017). Estudio documental de los criterios de valoración del activo intangible y su aplicación según la NIC 38, 4-8. *Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana*. <http://www.eumed.net/cursecon/ecolat/ec/2017/activo-intangible-aplicacion.html>
- Aguirre, I. (2014). Desarrollo financiero y crecimiento económico: Un análisis empírico para América del Sur y América Central, 34-35. <https://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/2008/3/TFLACSO-2010ILAS.pdf>
- Alba, M. C. (2005). *Franquicias: Una perspectiva mundial*. México D.F. <https://es.scribd.com/doc/179189765/Franquicias-Una-Perspectiva-Mundial#>
- Arias-Gómez, J., Villasís-Keever, M. Á., & Miranda Novales, M. G. (2016). El protocolo de investigación III: la población de estudio. *Revista Alergia México*, 63(2), 201-206. <https://www.redalyc.org/pdf/4867/486755023011.pdf>
- Armendariz, J. (2021). Incidencia económica en las farmacias independientes del cantón Rumiñahui a adherirse a la cadena Farmareads. Sangolquí. <https://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/24462/1/T-ESPE-044512.pdf>
- Ayala, M., & Garzón, A. (2004). La franquicia: Como medio estratégico para la generación de empleo. Bogotá, 5-6. <https://boletines.expertemos.pe/recursos/boletin/26509.PDF>
- Ayovi, J., Guijarro, M., & Mora, C. (2016). Las franquicias y sus beneficios para el desarrollo empresarial. *Dominio de las Ciencias*, 2(3), 5-7. <https://doi.org/10.23857/dc.v2i3%20Especial.400>
- Baena, V. (2009). Teorías y líneas de investigación en el sistema de franquicia: una revisión desde los años 60 hasta 2009. Vizcaya, España: Redalyc, 10(2), 45-47. <https://www.redalyc.org/pdf/2743/274319513003.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2014). Tasas activas efectivas. Boletín periodo Marzo: <http://www.bce.fin.ec/>

- Barrientos, J. W. (2013). Teoría de las contingencias múltiples dinámicamente enlazadas abriendo la caja negra del ajuste contingente. Buenos Aires. <https://www.redalyc.org/pdf/5116/511651378004.pdf>
- Barrios, D. (2013). Diagnostico del reconocimiento y revelacion de los activos intangibles en Colombia frente a la NIC 38. Antioquia, 8(1), 4-7. <https://revistas.udea.edu.co/index.php/tgcontaduria/article/view/323613>
- Bennett, J., & Babcock, C. (2008). Franchise times, guide to selecting, buying & owning a Franchise. New York: Sterling Publishing CO. <https://docplayer.net/12819996-Franchise-info-package.html>
- Bermúdez, G. (2002). La franquicia: Elementos, relaciones y estrategias. Madrid: ESIG, 34-37, <https://books.google.com.ec/books?id=kc3etZc7xSwC&printsec=copyright&hl=es#v=onepage&q&f=false>
- Borsic , Z., Maya, A., & Aigaje, W. (2017). Las franquicias ecuatorianas y su contribucion en la generacion de empleo, (26), 94-95. <https://doi.org/10.25097/rep.n26.2017.03>
- Calderon Monge, M. E., & Huerta Zavala, P. A. (2010). Derechos de entrada e inversión en un periodo de crecimiento económico: percepción de los potenciales franquiciados. Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa, (43), 93-113. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=80713681004>
- Calderon Monge, M., & Huerta, P. (2015). Ingresos netos del franquiciado: Una señal para elegir una franquicia en una crisis. Sao Paulo: Revista de administracion de empresas, (6), 2-11. <https://doi.org/10.1590/S0034-759020150607>
- Cando-Pilatasig , J. V., Cunuhay-Patango , L. O., Tualombo-Rea, M. A., & Toaquiza-Toapanta , S. M. (2020). Impacto de las NIC y las NIIF en los Estados Financieros. Revista Científica FIPCAEC. Polo De Capacitación, Investigación Y Publicación (POCAIP), 5(16), 331-332. <https://doi.org/10.23857/fipcaec.v5i14.175>
- Casson, M. (2015). Coase and International Business: the origin and development of internalisation theory. Managerial and Decision Economics. <https://doi.org/10.1002/mde.2706>

- Castellanos, L. (2006). El contrato de franquicia en el comercio internacional. *Revista de derecho*, (5), 109-112.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/1717/1/RF-05-TC-Castellanos.pdf>
- Crespo, D. (2020). La franquicia en el Ecuador y el cumplimiento de obligaciones tributarias. Quito.
<https://repositorio.uasb.edu.ec/bitstream/10644/7274/1/T3157-MT-Crespo-La%20franquicia.pdf>
- Cruz, R., Gutierrez, Y., & Marguez, J. (2015). El estado de flujos de efectivo y sus técnicas de análisis e interpretación como una herramienta financiera en la toma de decisiones para las grandes empresas, San Salvador, 9-10.
<https://ri.ues.edu.sv/id/eprint/10996/1/G%20983e.pdf>
- Cuevas, C. (2001). Medición del desempeño: Retorno de sobre inversión, ROI ingreso residual, IR valor económico agregado. *Calí: Estudios gerenciales*, 17(79), 17-16. <https://www.redalyc.org/pdf/212/21207901.pdf>
- Della, C. (2016). Franquicias: Control de gestión en empresas franquiciadoras, 4-5.
http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/66285/Documento_completo___%20costos%20para%20sadici.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Diez de Castro, E., & Rondan Cataluña, F. (2004). Investigación sobre la franquicia. *Sevilla*, 10(3), 73-74. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1096670.pdf>
- Encalada, D. (2020). Reconocimiento y medición de los activos intangibles según la Norma Internacional de Contabilidad 38. Machala, 5-6.
http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/15853/1/E-11804_ENCALADA%20ZUMBA%20DIANA%20BEATRIZ.pdf
- Estudio Canudas. (2013). El ABC de la franquicia. Buenos Aires, 16-19.
<https://franquiciasfci.com/ABC-De-La-Franquicia.pdf>
- Fernandez, P. (2008). Métodos de valoración de empresas. Navarra, 10-16.
<https://media.iese.edu/research/pdfs/DI-0771.pdf>
- Galarza, S., & Sanchez, K. (2013). Aplicación de la NIC 38 para la contabilización de franquicias de alimentos en las empresas ecuatorianas. Guayaquil, 24-25.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/8507/1/T-UCSG-PRE-ECO-CICA-313.pdf>

- González, Rubio, Raquel, Escortell-Mayor, Esperanza, & del Cura González, Isabel. (2019). Industria farmacéutica y formación sanitaria especializada: percepciones de los MIR en Madrid. *Gaceta Sanitaria*, 33(2).
https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0213-91112019000200112
- IASCF. (2018). Norma Internacional de Contabilidad (NIC) 18, "Ingresos de Actividades Ordinarias".
https://www.mef.gob.pe/contenidos/conta_publ/con_nor_co/vigentes/nic/18_NIC.pdf
- IFRS Foundation. (2023). NIC 38 Activos Intangibles.
<https://www2.deloitte.com/content/dam/Deloitte/cr/Documents/audit/documentos/niif-2019/NIC%2038%20-%20Activos%20Intangibles.pdf>
- Kotliarov, I. (2011). A risk-income method of royalty rate calculation in case of franchising, 20(1), 164-167. <https://www.ceeol.com/search/article-detail?id=90828>
- Lopez, P. L. (2004). Población muestra y muestro. Cochabamba: Punto Cielo, 69-70.
<http://www.scielo.org.bo/pdf/rpc/v09n08/v09n08a12.pdf>
- Martinez, M., & Alvarez, H. (2015). La franquicia como plan de negocios alternativa para el emprendimiento en el Ecuador. *Guayaquil*, 31-32.
<http://repositorio.ug.edu.ec/bitstream/redug/19240/1/LA%20FRANQUICIA%20COMO%20PLAN%20DE%20NEGOCIOS%20ALTERNATIVA%20PARA%20EL%20EMPREDIMIENTO%20%20EN%20EL%20ECUADOR.pdf>
- Medina , D., & Lanchimba , C. (2017). Impacto del Franquiciamiento en el desarrollo. *Quito*, 98-102.
<https://doi.org/10.22201/iiec.20078951e.2018.193.61283>
- Mete, M. (2014). Valor actual neto y tasa de retorno: Su utilidad como herramienta para el analisis y evaluacion de proyectos de inversion. *La Paz*, 7, 69-71.
<http://www.revistasbolivianas.org.bo/scielo.php?pid=S2071->
- Miraba , S., & Moran, F. (2021). Modelo de franquicia para el sector de comida rapida, en el desarrollo de los derechos de hacer negocios. *La Libertad*, 16-17. <https://repositorio.upse.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/46000/6754/UPSE-MAE-2022-0003.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

- Mosco , J., & Botero, S. (2013). Método de valoración de nuevos emprendimientos, 16(33). <http://www.scielo.org.co/pdf/seec/v16n33/v16n33a10.pdf>
- Mosquera, F. (2010). La franquicia: Una estrategia de crecimiento empresarial. Medellín:Eafit.
<https://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/franquicia-estrategia-crecimiento-empresarial.pdf>
- Muñoz, C. (2007). El mercado de franquicias en Estados Unidos. Miami, 5-8.
<https://boletines.exportemos.pe/recursos/boletin/27979.PDF>
- Ochoa , V., & Rumba, F. (2016). Las franquicias: Estrategia de negocios para el inversionista ecuatoriano. Guayaquil.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/7080/1/T-UCSG-POS-MDE-7.pdf>
- Orozco, J. (2006). La franquicia un sistema empresarial de expansión de negocios. Medellín,70-85.
<https://www.eafit.edu.co/revistas/revistamba/Documents/franquicia-estrategia-crecimiento-empresarial.pdf>
- Parra, Barrios, A. (2013). Valoración de empresas: métodos de valoración. Contexto, 2(1), 84-100. <https://revistas.ugca.edu.co/index.php/contexto/article/view/44>
- Peñaloza Palomeque, M., (2008). Administración de trabajo, (21), 161-172.
<https://www.redalyc.org/pdf/4259/425942157009.pdf>
- Portafolio. (2017). ¿Por qué es tan atractivo el negocio de las franquicias en Colombia?, <https://www.portafolio.co/negocios/que-hace-tan-atractivo-el-negocio-de-las-franquicias-en-colombia-507440>
- Promperu. (2020). Guía para la elaboración de manuales de franquicias. Lima, 1, 18-23.<https://studylib.es/doc/4690548/gu%C3%ADa-para-la-elaboraci%C3%B3n-de-manuales-de-franquicias>
- Quitoa, M. (2021). Teoría de la contingencia. Economipedia:
<https://economipedia.com/definiciones/teoria-de-la-contingencia.html>
- Ramírez , C., Quirama , U., Montes, L., & Sepulveda, J. (2022). Estructura para la valoración de franquicias: aproximación mediante opciones reales. Medellín, 63(3), 2-8. <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/8499914.pdf>

- Rico, J., & Abadia, H. (2017). Importancia de los activos intangibles en la valoración de la marca, 5-6.
<https://repositorio.ucp.edu.co/bitstream/10785/4640/1/CDMCSP259.pdf>
- Romero, F., Melgarejo, Z., & Vera, M. (2015). Fracaso empresarial de las pequeñas y medianas empresas (pymes), 6(13).
<https://www.redalyc.org/journal/6099/609964673004/html/>
- Rubio, C. (2014). Análisis del sistema de franquicias como factor de desarrollo económico en el Ecuador. Guayaquil, 6-10.
<http://repositorio.ucsg.edu.ec/bitstream/3317/2035/1/T-UCSG-PRE-ESP-IAV-36.pdf>
- Sosa, E. (2009). Desarrollo de franquicias. Mexico DF, 4-6.
<http://docencia.fca.unam.mx/~esosa/archivos/Franquicias%20SUA%202.pdf>
- Torres, Citraro, L. (2014). La importancia de los activos intangibles en la sociedad del conocimiento. Revista La Propiedad Inmaterial, (18), 5–34.
<https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3905>
- Valdes, V. (2010). La franquicia estrategia competitiva de desarrollo empresarial. Libre empresa, 7(1) ,22-32.
<https://revistas.unilibre.edu.co/index.php/libreempresa/article/view/3147>
- Valencia, W. (2016). Indicador de rentabilidad de proyectos: El valor actual neto (VAN) o Valor economico agregado (EVA). Lima, 14(1), 2-5.
<https://www.redalyc.org/pdf/816/81622582003.pdf>
- Vargas, R. (2007). Estado de flujo de efectivo. Costa Rica: Inter Sedes, 8(14), 114-120. <https://www.redalyc.org/pdf/666/66615071009.pdf>
- Vazzano, V. (2015). Métodos de valoración de las empresas, 11, 135-141.
<http://bibliotecadigital.uca.edu.ar/repositorio/revistas/metodos-valoracion-empresas-vazzano.pdf>
- Vélez Pareja, I., (2013). Métodos de valoración de intangibles. Cuadernos Latinoamericanos de Administración, 9(17), 29-47.
<https://www.redalyc.org/pdf/4096/409633955003.pdf>
- Viteri, M., & Ponce, W. (2017). Importancia estratégica de los activos intangibles. Revista publicando.
<https://revistapublicando.org/revista/index.php/crv/article/view/610>

ANEXOS

N.	RUC	Nombre razón social	Nombre comercial franqu.	Estado de contribuyen	Tipo de contrib.	Oblig. llevar contab.	Repr. legal	Cédula de rep. leg.	Año de creación	País	Ciudad	Sector
1	1792660610001	Pinos Vargas Carlos David	Cerveza Artesanal SR55 CIA. LTDA.	Activo	Sociedad	Si	Pinos Vargas Carlos David	1711575074	2016	Ecuador	Quito	Elaboración de bebidas malteadas y fermentadas
2	1391752202001	Vera Fernandez Carlos Andres	Compañía Farmaceutica Vera S.A. COFARVE	Activo	Sociedad	Si	Vera Fernandez Carlos Andres	1312271768	2008	Ecuador	Manta	Venta al por mayorde productos farmaceuticos
3	990858322001	Ocaña Moreira Julio Cesar	Distribuidora Farmaceutica Ecuatoriana Difare S.A.	Activo	Sociedad	Si	Ocaña Moreira Julio Cesar	909162752	1987	Ecuador	Guayas	Venta al por mayorde productos farmaceuticos
4	1391753195001	Avellan Zambrano Jorge Luis	Farmacias Santamartha S.A.	Activo	Sociedad	Si	Avellan Zambrano Jorge Luis	1304923038	2008	Ecuador	Manabí	Venta al por mayorde productos farmaceuticos
5	1791415132001	Guarderas Riofrio Esteban	Int Food Services Corp S.A.	Activo	Sociedad	Si	Guarderas Riofrio Esteban	1704196912	1999	Panama	Panama	Venta de comida y bebidas en restaurantes
6	1792776155001	Carrasco Balarezo Jose Luis	La Mejor Pizzeria Italiana Pizzaiolo Cia Ltda	Activo	Sociedad	Si	Carrasco Balarezo Jose Luis	1712486933	2017	Ecuador	Pichincha	Venta de comida y bebidas en restaurantes
7	1792989019001	Paredes Gortaire David Gustavo	Mr. Jeff Ecuador Cia. Ltda.	Activo	Sociedad	No	Paredes Gortaire David Gustavo	1715757785	2019	Ecuador	Pichincha	Lavado y limpiado en seco de todo topo de prendas de vestir y productos textiles
8	992804203001	Espinosa Ramos Jorge Heman	Sunkova S.A.	Activo	Sociedad	Si	Espinosa Ramos Jorge Heman	1708893282	2013	Ecuador	Guayas	Venta de comida y bebidas en restaurantes
9	991503293001	Orellana Mendez Eucebio Agapito	Distribuidora Farmaceutica Orellana S.A. Disfor	Activo	Sociedad	Si	Orellana Mendez Eucebio Agapito	907663363	1999	Ecuador	Guayas	Venta al por mayorde productos farmaceuticos
10	1791984722001	Ortiz Cevallos Jorge Roberto	Famaenlace Cia. Ltda.	Activo	Sociedad	Si	Ortiz Cevallos Jorge Roberto	1001400470	2005	Ecuador	Pichincha	Venta al por mayorde productos farmaceuticos
11	992106891001	Gerenlegal S.A.	Dulcafe S.A.	Activo	Sociedad	Si	Gerenlegal S.A.	992886757001	1999	Ecuador	Guayaquil	Venta de comida y bebidas en restaurantes
12	990347476001	Palacios Gutierrez Amalia Javiera	Construmercado S.A.	Activo	Sociedad	Si	Palacios Gutierrez Amalia Javiera	965268501	1978	Ecuador	Los Rios	Activos de diseño de la estructura de programas operativos de base de datos
13	1792141486001	Guarderas Riofrio Esteban	Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia S.A. Procafeacol Ecuador	Activo	Sociedad	Si	Guarderas Riofrio Esteban	1704196912	2008	Ecuador	Quito	Venta al por mayor y menor de café
14	1792349788001	Maldonado Jerves Luis Alfredo	Subway International B.V.	Activo	Sociedad	Si	Maldonado Jerves Luis Alfredo	101535078	2011	Estados Unidos	Mildford	Recepción de regalías o derechos por uso de franquicias, patentes y marcas de fabrica o comercio
15	6917383100001	Holmes Silva Celia Mercedes	The Gourmet Pizzeria Lenholmes Cia Ltda	Activo	Sociedad	No	Holmes Silva Celia Mercedes	1726649542	2017	Ecuador	Chimborazo	Venta de comida y bebidas en restaurantes

N.	RUC	Nombre razón social	Nombre comercial franq.	Año de creación	País	Ciudad	Sector	Total activo	Intangible	Total pasivo	Total patrimonio	Ventas	Total Ingresos	Utilidad	Perdida	Nota de estados financieros
1	1792660610001	Pinos Vargas Carlos David	Cerveza Artesanal SR55 CIA. LTDA.	2016	Ecuador	Quito	Elaboración de bebidas malteadas y fermentadas	\$ 332.549,87	\$ 86.509,02	\$ 245.513,98	\$ 87.035,89	\$ 44.344,49	\$ 44.344,49	\$ 24.315,30	\$ -	Se reconoce un activo como intangible si es probable que la entidad obtenga beneficios económicos futuros asociados con el elemento, y si el costo del elemento puede medirse con fiabilidad. Se considera que cada activo intangible tiene una vida útil finita y se amortiza a lo largo de esa vida útil. Excepto en determinadas circunstancias, el valor residual de un activo intangible se presume nulo. Los factores pueden indicar que el valor residual o la vida útil de un activo intangible ha cambiado desde la fecha sobre la que se informa correspondiente al periodo anual más reciente. Si estos indicadores están presentes, la compañía revisará sus estimaciones anteriores y, si las expectativas actuales son diferentes, modificará el valor residual, el método de amortización o la vida útil. En cada fecha sobre la que se informa, la compañía evalúa si existe algún indicio del deterioro del valor de algún activo intangible.
2	1391752202001	Vera Fernandez Carlos Andres	Compañía Farmaceutica Vera S.A. COFARVE	2008	Ecuador	Manta	Venta al por mayorde productos farmaceuticos	\$ 5.277.693,00	\$ 436.615,48	\$ 4.143.649,00	\$ 1.134.044,00	\$ 16.047.771,61	\$ 17.710.004,14	\$ 245.465,75	\$ -	Los activos intangibles que tienen una vida útil definida se registran al costo menos su amortización acumulada. Se incorporan principalmente en este rubro los costos de adquisición de derechos de llave por nuevas farmacias.
3	990858322001	Ocaña Moreira Julio Cesar	Distribuidora Farmaceutica Ecuatoriana Difare S.A.	1987	Ecuador	Guayas	Venta al por mayorde productos farmaceuticos	\$ 442.582.485,38	\$ 12.857.432,57	\$ 348.071.545,82	\$ 94.510.939,56	\$ 1.067.037.623,68	\$ 853.451.167,79	\$ 20.522.903,00	\$ -	Surge de combinar varios negocios que se reconoce como activos de fecha que adquiere el control. Se mide el exceso entre costo de adquisición sobre valor razonable. El valor pagado en exceso sobre el valor de activos netos de 121 farmacias es considerado de efectivo y se estima como tiene una vida útil indefinida. Para la evaluación de deterioro la plusvalía se asigna a cada unidad generada en efectivo.
4	1391753195001	Avellan Zambrano Jorge Luis	Farmacias Santamartha S.A.	2008	Ecuador	Manabí	Venta al por mayorde	\$ 18.118.979,00	\$ -	\$ 15.559.971,00	\$ 2.559.008,00	\$ 109.089.060,00	\$ 109.242.440,00	\$ 1.500.546,00	\$ -	N/E
5	1791415132001	Guanderas Rofio Esteban	Int Food Services Corp S.A.	1999	Panama	Panama	Venta de comida y bebudas en restaurantes	\$ 228.296.279,00	\$ 40.949.780,74	\$ 198.851.000,00	\$ 29.445.000,00	\$ 231.450.000,00	\$ 237.613.000,00	\$ 2.661.000,00	\$ -	Método de amortización y vidas útiles: La amortización de los activos intangibles se carga a resultados sobre sus vidas útiles utilizando el método de línea recta. La vida útil estimada, valor residual y método de amortización son revisados al final de cada año, siendo el efecto de cualquier cambio en el estimado registrado sobre una base prospectiva. Activos intangibles adquiridos de forma separada - Los activos intangibles de vida útil definida son registrados al costo menos la amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro acumulada. La amortización se reconoce con base en el método de línea recta sobre su vida útil estimada.
13	1792141486001	Guanderas Rofio Esteban	Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia S.A. Procafeal Ecuador	2008	Ecuador	Quito	Venta al por mayor y menor de café	\$ 8.652.965,00	\$ 2.629.774,07	\$ 9.973.145,00	\$ -1.320.180,00	\$ 12.642.938,00	\$ 312.567,00	\$ -	\$ -	Activos intangibles adquiridos de forma separada - Son registrados al costo menos la amortización acumulada y cualquier pérdida por deterioro acumulada. La amortización se reconoce con base en el método de línea recta sobre su vida útil estimada. La vida útil estimada, valor residual y método de amortización son revisados cada año, siendo el efecto de cualquier cambio en el estimado registrado sobre una base prospectiva. Método de amortización y vidas útiles - La amortización de los activos intangibles se carga a resultados sobre sus vidas útiles utilizando el método de línea recta. La vida útil estimada, valor residual y método de amortización son revisados al final de cada año, siendo el efecto de cualquier cambio en el estimado registrado sobre una base prospectiva. Para el calculo de las amortizaciones de intangibles se aplico sobre proyectos tecnológicos que mantienen una vida útil de 15 años

ROA

	ROA	Beneficio neto	Activos totales	2020	Beneficio neto	Activos totales	2021
1792660610001	Cerveza Artesanal SR55 CIA. LTDA.	9.760,00	197.131,63	4,95%	10.378,00	332.549,87	3,12%
1391752202001	Compañía Farmaceutica Vera S.A. COFARVE	205.897,98	4.823.223,86	4,27%	245.465,75	5.277.693,00	4,65%
990858322001	Distribuidora Farmaceutica Ecuatoriana Difare S.A.	23.157.739,37	402.851.640,96	5,75%	20.522.903,10	442.582.485,38	4,64%
1391753195001	Farmacias Santamartha S.A.	1.185.276,00	12.838.178,00	9,23%	1.500.546,00	18.118.979,00	8,28%
1791415132001	Int Food Services Corp S.A.	8.410.000,00	222.363.000,00	3,78%	9.750.000,00	228.296.279,00	4,27%
1792776155001	La Mejor Pizzeria Italiana Pizzaiolo Cia Ltda	3.742,89	188.742,37	1,98%	4.656,72	234.245,56	1,99%
1792989019001	Mr. Jeff Ecuador Cia. Ltda.	116.070,39	356.617,85	32,55%	4.733,88	401.349,19	1,18%
992804203001	Sunkova S.A.	-319.899,00	7.762.940,00	-4,12%	-563.268,00	7.668.637,00	-7,35%
991503293001	Distribuidora Farmaceutica Orellana S.A. Disfor	398.474,00	20.364.087,00	1,96%	73.695,00	24.800.488,00	0,30%
1791984722001	Farmaenlace Cia. Ltda.	16.389.000,00	148.431.000,00	11,04%	25.854.000,00	171.026.806,00	15,12%
992106891001	Dukafe S.A.	1.561.613,00	20.916.944,00	7,47%	3.943.614,00	27.070.142,00	14,57%
990347476001	Construmercad o S.A.	18.917,00	58.098,00	32,56%	18.346,00	55.830,00	32,86%
1792141486001	Promotora Ecuatoriana de Café de Colombia S.A. Procafecol Ecuador	-1.741.053,00	7.797.619,00	-22,33%	-173.078,00	8.652.965,00	-2,00%
1792349788001	Subway International B.V.	19.893,00	168.928,00	11,78%	58.199,00	226.898,92	25,65%
6917383100001	The Gourmet Pizzeria Lenholmes Cia Ltda	-1.939,40	55.372,50	-3,50%	-3.210,40	44.344,26	-7,24%
			Año 2020	6,49%		2021	7%