

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO



FACULTAD DE CONTABILIDAD Y AUDITORÍA

PROGRAMA DE POSGRADO MAESTRÍA EN TRIBUTACIÓN COHORTE 2023

Tema: El impuesto a la salida de divisas y su impacto en la inversión extranjera en el Ecuador

Trabajo de Titulación, previo a la obtención del Título de Cuarto Nivel de Magíster en Tributación

Modalidad del Trabajo de Titulación: Proyecto de titulación con componentes de investigación aplicada

Autora: Ing. Jeannette Elizabeth Salazar Fonseca

Director: Dr. Santiago Xavier Flores Brito Mg.

Ambato – Ecuador

2025

APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

A la Unidad Académica de Titulación de la Facultad de Contabilidad y Auditoría

El Tribunal receptor de la Defensa del Trabajo de Titulación presidido por el Doctor Carlos Alberto Barreno Córdova Magíster, e integrado por los señores: Doctor Joselito Ricardo Naranjo Santamaría Magíster y Economista. Diego Marcelo Lara Haro Magíster, designados por la Unidad Académica de Titulación de la Universidad Técnica de Ambato, para receptor el Trabajo de Titulación con el tema: “EL IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS Y SU IMPACTO EN LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL ECUADOR”, elaborado y presentado por la Ingeniera Jeannette Elizabeth Salazar Fonseca para optar por el Grado Académico de Magíster en Tributación; una vez escuchada la defensa oral del Trabajo de Titulación el Tribunal aprueba y remite el trabajo para uso y custodia en las bibliotecas de la Universidad Técnica de Ambato.

Dr. Carlos Alberto Barreno Córdova Mg

Presidente y Miembro del Tribunal de Defensa

Dr. Joselito Ricardo Naranjo Santamaría Mg.

Miembro del Tribunal de Defensa

Econ. Diego Marcelo Lara Haro Mg

Miembro del Tribunal de Defensa

AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN

La responsabilidad de las opiniones, comentarios y críticas emitidas en el Trabajo de Titulación presentado con el tema: “EL IMPUESTO A LA SALIDA DE DIVISAS Y SU IMPACTO EN LA INVERSIÓN EXTRANJERA EN EL ECUADOR”, le corresponde exclusivamente a: Ingeniera Jeannette Elizabeth Salazar Fonseca, Autora bajo la Dirección de Doctor Santiago Xavier Flores Brito Magíster, Director del Trabajo de Titulación; y el patrimonio intelectual a la Universidad Técnica de Ambato.

Ing. Jeannette Elizabeth Salazar Fonseca

c.c.: 1803587789

AUTORA

Dr. Santiago Xavier Flores Brito Mg.

c.c.: 0602898561

DIRECTOR

DERECHOS DE AUTOR

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que el Trabajo de Titulación, sirva como un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los Derechos de mi trabajo, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de este, dentro de las regulaciones de la Universidad.

Ing. Jeannette Elizabeth Salazar Fonseca

c.c.: 1803587789

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PORTADA.....	i
APROBACIÓN DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	ii
AUTORÍA DEL TRABAJO DE TITULACIÓN	iii
DERECHOS DE AUTOR	iv
ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS.....	v
ÍNDICE DE TABLAS	vii
AGRADECIMIENTO	ix
DEDICATORIA	x
RESUMEN EJECUTIVO	xi
ABSTRACT.....	xii
CAPÍTULO I.....	1
EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN.....	1
1.1. Introducción	1
1.2. Justificación	5
1.3. Objetivos.....	6
1.3.1. General:.....	6
1.3.2. Específicos:.....	7
CAPÍTULO II	8
MARCO TEÓRICO	8
2.1. Antecedentes investigativos.....	8
2.2. Fundamentación científica	10
2.2.1. Carga fiscal.....	10
CAPÍTULO III.....	16
MARCO METODOLÓGICO	16
3.1. Tipo de investigación.....	16
3.2. Población o muestra.....	17
3.3. Idea a defender	17
3.4. Recolección de información:	17
3.5. Procesamiento de la información y análisis estadístico	18
CAPÍTULO IV	21
RESULTADOS Y DISCUSIÓN	21
4.1. Resultados y discusión.....	22
4.1.1 Resultados	22
CAPÍTULO V.....	75
CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, BIBLIOGRAFÍA, ANEXOS	75

5.1. Conclusiones	75
5.2. Recomendaciones	75
5.3. Bibliografía.....	75

ÍNDICE DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1: Franquicias Gastronómicas a Nivel Mundial	4
Tabla 2: Listado de Franquicias	5
Tabla 3: Recaudación ISD 2015 – 2018	9
Tabla 4: Franquicias en el Ecuador	19
Tabla 5: Distribución de las franquicias según el tipo de industria	23
Tabla 6: Porcentaje del número de empleados por tipo de franquicias y por ciudad	25
Tabla 7: Detalle del número de franquicias y de empleos generados ISD	27
Tabla 8: Recaudación ISD 2015-2023	30
Tabla 9: Sector con mayor contribución y rentabilidad #1	34
Tabla 10: Sector con mayor contribución y rentabilidad #2	36
Tabla 11: Análisis descriptivo basado en SPSS	38
Tabla 12: Tablas de frecuencia	39
Tabla 13: Tabla de frecuencias- Regalías	41
Tabla 14: Tabla de frecuencias-Utilidad	42
Tabla 15: Tabla de frecuencias - ventas brutas	43
Tabla 16: Tabla de frecuencias-Análisis de Utilidad en \$	44
Tabla 17: Tabla de Frecuencias-Inversion	45
Tabla 18: Tabla de Frecuencias-ROI	47
Tabla 19: Tabla de Frecuencias-Locales Franquiciados	49
Tabla 20: Regresión	50
Tabla 21: ANOVA	52
Tabla 22: Coeficientes	53
Tabla 23: Sectores de Franquicias y Rentabilidad Sectores de Franquicias y Rentabilidad para Expansion Internacional para–Expansion Internacional #1.....	57
Tabla 24: Sectores de Franquicias y Rentabilidad Sectores de Franquicias y Rentabilidad para Expansion Internacional para–Expansion Internacional #2.....	60
Tabla 25: Correlación de Pearson	64
Tabla 26: Estadísticos Descriptivos	64
Tabla 27: Correlaciones	66
Tabla 28: Interpretación en el contexto del estudio	67
Tabla 29: ANOVA Locales franquiciados-ventas brutas	68

Tabla 30: Significancia del modelo en general.....	68
Tabla 31: Varianza de la utilidad., entre grupos y Dentro de grupos	69

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica de Ambato por la oportunidad de cruzar la maestría con la tutoría y enseñanza de docentes con alta experiencia y profesionalismo.

Jeannette Salazar

DEDICATORIA

Este sueño anhelado lo dedico a mi esposo Fabián, quien ha sido siempre el precursor y sostén de todos mis propósitos, a mis hijos Ariana y Esteban, por su paciencia con el tiempo y atención que les he brindado. A mi mamita en el cielo y a mi padre en la tierra por su direccionamiento y finalmente a mi Anita, Vale y Edwin quienes con su respaldo permanente han hecho realidad varias de mis aspiraciones.

Jeannette Salazar

RESUMEN EJECUTIVO

El Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) en Ecuador, implementado en 2008, tiene como objetivo regular la salida de capitales al exterior y fomentar la reinversión interna. El ISD grava el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen en el exterior, con o sin utilización del sistema financiero. Sin embargo, su aplicación ha generado controversia sobre su efectividad y su impacto en la inversión extranjera. Bajo este antecedente, se plantea como tema de estudio el impacto del ISD en la inversión extranjera de franquicias ecuatorianas entre 2015 y 2023, evaluando cómo este impuesto afecta la decisión de expansión internacional de empresas en los sectores de alimentación, servicios y retail.

El objetivo general de esta investigación es determinar la influencia del ISD en la inversión de franquicias ecuatorianas en el exterior. Para ello, se realizó una investigación cuantitativa con enfoque correlacional, analizando datos de franquicias que operan en el extranjero. Se aplicaron técnicas de regresión logística y análisis estadístico para evaluar el impacto del ISD en la rentabilidad y expansión. Los resultados indican que el ISD afecta más negativamente a las franquicias del sector alimentación, limitando su capacidad de expansión. En contraste, el sector retail muestra una mayor resiliencia, siendo capaz de manejar mejor los costos asociados al impuesto.

La recaudación del ISD ha fluctuado, reflejando la variabilidad en las inversiones realizadas. En conclusión, el ISD representa un obstáculo significativo para la inversión extranjera en el sector de alimentos, mientras que el retail se presenta como el sector más adecuado para la expansión internacional. Se sugiere una revisión de la política fiscal para fomentar la expansión de marcas ecuatorianas en el exterior, permitiendo así un mayor crecimiento económico. Puesto que, en el país ya ha venido evolucionando el modelo económico de franquicias como un fuerte empresarial, que ha inducido a los inversionistas o propietarios de marcas que han sido reconocidas en el país, a visionar la expansión de sus marcas como parte de su gestión y compromiso social.

DESCRIPTORES: CRECIMIENTO, ECUADOR, EXPANSIÓN, FRANQUICIAS, IMPUESTO, INTERNACIONAL, INVERSIÓN, RENTABILIDAD, RECAUDACIÓN, SALIDA DE DIVISAS.

ABSTRACT

The Currency Outflow Tax (ISD) in Ecuador, implemented in 2008, aims to regulate the outflow of capital abroad and encourage domestic reinvestment. The ISD is levied on the value of all monetary operations and transactions carried out abroad, with or without the use of the financial system. However, its application has generated controversy regarding its effectiveness and its impact on foreign investment. Against this background, we propose to study the impact of the ISD on foreign investment in Ecuadorian franchises between 2015 and 2023, evaluating how this tax affects the decision of international expansion of companies in the food, services and retail sectors.

The general objective of this research is to determine the influence of the ISD on the investment of Ecuadorian franchises abroad. For this purpose, a quantitative research with a correlational approach was carried out, analyzing data from franchises operating abroad. Logistic regression techniques and statistical analysis were applied to evaluate the impact of DME on profitability and expansion. The results indicate that DME has a more negative impact on food franchises, limiting their ability to expand. In contrast, the retail sector shows greater resilience, being able to better manage the costs associated with the tax.

The collection of the ISD has fluctuated, reflecting the variability in the investments made. In conclusion, the ISD represents a significant obstacle to foreign investment in the food sector, while the retail sector presents itself as the most suitable sector for international expansion. A revision of the tax policy is suggested to encourage the expansion of Ecuadorian brands abroad, thus allowing for greater economic growth.

Since, in the country the economic model of franchises has already been evolving as a strong business, which has induced investors or owners of brands that have been recognized in the country, to envision the expansion of their brands as part of their management. and social commitment.

KEYWORDS: Collection, Ecuador, Exchange, Expansion, Foreign outflows, Franchises, Growth, Investment, Profitability, Tax.

CAPÍTULO I

EL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

1.1. Introducción

En 2008, se implementó un tributo en Ecuador que grava la salida de capitales hacia el extranjero. Esta medida fue introducida como una precaución ante la crisis que afectaba a los países en desarrollo en ese período. La falta de reinversión de los fondos al retornar al país contribuyó a la pérdida de liquidez, lo cual motivó esta acción preventiva dentro del sistema impositivo ecuatoriano.

Según lo establecido por la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria en el Ecuador (2018), según Registro Oficial Suplemento 242 de 29-dic.-2007 indica lo siguiente la imposición tributaria que grava los capitales salientes hacia el exterior del estado ecuatoriano consiste en una obligación, que tiene como objetivo principal, gravar toda salida de capitales al exterior del Ecuador, gravando cada envío o transferencia de divisas que pretendan salir hacia cualquier país extranjero, pudiendo hacer este envío mediante dinero en efectivo, mediante cheques, desarrollo de transferencias, restiro o pagos de cualquier índole, incluso gravando las compensaciones internacionales ya sean por medio o no del sistema financiero nacional.

Según el Servicio de Rentas Internas (2024), nos menciona que el hecho generador que establece la imposición que grava a la salida de capitales al exterior, debe ser asumida por toda persona de cualquier naturaleza, establecidas en el estado ecuatoriano, que tenga la necesidad de enviar o transferir divisas hacia países extranjeros. Dentro de las retenciones correspondientes a la imposición tributaria que grava la salida de capitales hacia el exterior, le corresponde concretamente al Banco Central y a las instituciones que conforman el sistema financiero retener la imposición establecida para dicha imposición, cuando se requiera una transferencia internacional de capitales, por solicitud de sus clientes.

El impuesto a la salida de divisas (ISD) es un tributo que se grava sobre el monto de las operaciones financieras y transacciones monetarias que se efectúan hacia el

extranjero. De acuerdo a Palma (2016) mencionan que el hecho generador de este impuesto lo constituye la transferencia, envío o traslado de divisas que se efectúen externamente del país, sea en efectivo o a través del giro de cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier naturaleza, inclusive compensaciones internacionales, sea que dicha operación se realice o no con la intervención de las instituciones que integran el sistema financiero.

A pesar de que el ISD aumenta del 1% al 2% en 2009, la disminución de la Inversión Extranjera Directa como porcentaje del PIB puede ser atribuida a factores adicionales, como la crisis financiera internacional, que resultó en una reducción del 70,91% en la IED con respecto a 2008. En 2010, la dificultad para atraer capitales extranjeros al país se intensificó debido a que el gobierno en ese momento finalizó los contratos con las empresas petroleras que estaban operando en Ecuador, entre ellas Petrobras, Canadá Grande y EDC.

Desde 2016, se ha observado una notable reducción en la entrada de inversión extranjera hacia Ecuador. Este declive se atribuye principalmente a la caída de los precios del petróleo a nivel mundial, al terremoto ocurrido en abril de ese año, y a diversos cambios legislativos que impactaron negativamente en la actividad económica del país. Sectores como la agricultura, el comercio, la hostelería, la administración pública, la construcción y las comunicaciones fueron especialmente afectados por esta situación.

Con la presente investigación, se busca determinar si el pago por ISD, tiene influencia en la decisión y resultados económicos obtenidos por la inversión realizada en el extranjero de empresas que buscan posicionar sus marcas ecuatorianas a nivel mundial. Para la obtención de resultados se usa la aplicación de una investigación cuantitativa, utilizando una metodología con enfoque correlacional, que permita analizar las dos variables en estudio. Además, se utiliza, técnicas de regresión logística como complementaria para evaluar el efecto de la variable independiente sobre la inversión extranjera. Algunos de los limitantes de la presente investigación, ha sido la población con la que se cuenta, puesto que se evalúa las marcas ecuatorianas que han realizado inversión en el

extranjero, tomando en cuenta el sector al que pertenecen, y que, por lo tanto, deberán ser tomadas como población y muestra al mismo tiempo. El análisis también estará basado por sector retail, servicios y gastronómico con el fin de brindar información a detalle (Carrera et al, 2023).

Una de las nuevas formas de distribución que mayor dinamismo ha registrado en los últimos años, es sin duda, la franquicia. Puesto que, constituye un método de colaboración formalizado, que comparte el saber hacer, para obtener una expansión exponencial y la rápida difusión territorial de marcas a nivel internacional. En el Ecuador, las empresas que buscan expandirse, apresurando sucursales en el extranjero, requieren enviar remesas al país de apertura; y con ello, pagar el Impuesto a la Salida de Divisas, este rubro constituye parte de la inversión inicial (Garrido et al, 1998).

Durante varios años, Ecuador ha adoptado el sistema de franquicias principalmente de manera receptiva, importando franquicias y conceptos de negocios extranjeros, en su mayoría provenientes de Estados Unidos. La exportación de franquicias implica la transferencia de propiedad intelectual y, potencialmente, la exportación de otros productos. El fenómeno creciente de la emigración de ciudadanos ecuatorianos genera un doble flujo entre su país de origen y el país receptor. Esto incluye un flujo cultural, que permite a los residentes en Ecuador familiarizarse con nuevos mercados y modelos de negocio, y un flujo económico en forma de remesas que benefician a sus familiares en Ecuador (Villagran, 2024).

Dentro del sistema de franquicias de empresas ecuatorianas se puede presenciar tres sectores que están distribuidos de la siguiente manera: el sector de alimentación (bares, restaurantes de comida típica, gastronomía internacional, que también incluye para llevar y a domicilio) obteniendo un 36% seguido por el sector servicios (hoteles, comunicaciones, capacitación, mantenimiento automóbiles, cuidado corporal, impresión y copiado) en un 37% y por último el sector retail (moda y confección, lavanderías, mobiliario, joyería y bisutería) 27% (2021).

Ecuador es el tercer operador de franquicias de Fast Food más importante de Latinoamérica con 320 restaurantes entre Ecuador, Colombia y Venezuela dicho operador es reconocido en el mundo empresarial (AMCHAM, Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana, 2021).

En el Ecuador las franquicias ecuatorianas tan solo representan el 15% de franquicias a nivel país, de estas 22 son empresas ecuatorianas, mientras que el 85% son internacionales que tiene su matriz en EE. UU. y Europa según la Asociaciones Ecuatoriana de Franquicias.

Se puede evidenciar que en las franquicias a nivel mundial Ecuador ha logrado proyectarse y posicionarse en el mercado e ir abriendo más establecimientos a lo largo del país.

Tabla 1:

Franquicias Gastronómicas a Nivel Mundial

Origen	Cantidad	%
EE.UU.	25	46%
Ecuador	9	17%
Colombia	8	15%
Perú	3	6%
Venezuela	4	8%
Argentina	1	2%
Canadá	1	2%
Costa Rica	1	2%
Guatemala	1	2%
México	1	2%
Suiza	1	2%
Total	54	100%

Nota: lista de países por número de franquicias **Fuente:** Servicio al Exportador

Finalmente se acota las empresas nacionales que manejan franquicias ecuatorianas en el extranjero que se detallan a continuación:

Tabla 2:*Listado de Franquicias*

Listado de Franquicias	
Franquicia	Ciudad
BOP PAN	Guayaquil
Ceviches de la Rumiñahui	Quito
Churrin Churron	Guayaquil
PIMS	Quito
Sake Restaurants	Quito
Yogurt Persa	Guayaquil
KOKTELITOS	Guayaquil
La Canoa	Guayaquil
Yogurtito	Guayaquil

Nota: Listado de franquicias en el Ecuador **Fuente:** FCG (Ecuador) y AEFRAN.

1.2. Justificación

Uno de los factores de vital importancia para el crecimiento y la expansión de las compañías a nivel mundial, radica en la inversión que realicen para la apertura de nuevos puntos de venta o sucursales a nivel internacional. Se conoce que, en Ecuador se implementó el Impuesto a la Salida de Divisas el 29 de diciembre del año 2007, debido a la creación de la Ley Reformativa para la Equidad Tributaria según Registro Oficial Suplemento 242 de 29-dic.-2007 (2018), cuyo objeto fue regular y evitar la salida de dinero del país; sin embargo, el desconocimiento de su aplicación ha provocado la carente expansión de marcas ecuatorianas. Pese a que, el objetivo de este impuesto no es la recaudación, sino que busca que se realice una inversión interna; y debido a la problemática del país en el tema político.

En base a la normativa legal vigente, y para contribuir en la decisión de inversionistas ecuatorianos con marcas reconocidas, que buscan la expansión de sus empresas, se pretende determinar la manera correcta de aplicación y cálculo del Impuesto a la Salida de Divisas en inversión extranjera. Una vez que, se consolide la manera de invertir en sucursales de empresas ecuatorianas en el exterior, se conseguirá la retribución por utilidades, por lo que se pretende que las remesas retornen al país. Siendo el objetivo principal del presente estudio,

determinar si el ISD tiene influencia o no en la determinación de la inversión Extranjera en sector de Franquicias en el Ecuador. Es también importante, abordar los efectos económicos y financieros que ocasionan el desconocimiento y aplicación de la Norma, que podría incluso provocar encarecer el producto o servicio a brindarse en el exterior, y por ende, no ser competitivos en el mercado internacional. Una vez que se contribuya con un aporte a la sociedad ecuatoriana y a sus empresas, conseguiremos que marcas ecuatorianas decidan también tomar la opción de expansión en el extranjero, retornen sus utilidades y fomenten el crecimiento económico del país.

Actualmente, el modelo económico de un negocio, que pretende expandirse a nivel mundial, radica en la venta de Franquicias. Este estándar ha logrado que las marcas ecuatorianas puedan expandirse de forma veloz y segura, sin duda, ayuda a conseguir el crecimiento económico y social del Franquiciado, que se encuentra respaldado por las oportunidades que las Marcas han brindado y el modelo financiero que les transmiten, lo mismo que, ha permitido que las empresas franquiciantes se extiendan y se posesionen en el mercado.

Según el Banco Central del Ecuador (2023) menciona que, durante los primeros cuatro meses del año 2023, las exportaciones de Ecuador para el mundo han disminuido en un 9% en relación con el mismo periodo del año pasado. El ISD a partir del 01 de julio de 2023 disminuyó al 3,5%, lo que permite a las empresas ecuatorianas tener mayor liquidez, para invertir en puntos de venta en el exterior que permitan en un futuro, retribuir la inversión al Ecuador y por ende sus beneficios.

1.3. Objetivos

1.3.1. General:

Analizar la influencia del Impuesto a la Salida de Divisas sobre la inversión en sucursales en el exterior de franquicias ecuatorianas, 2015-2023

1.3.2. Específicos:

- Determinar la situación del ISD por sector de franquicias tipo retail, servicios y alimentación en la apertura de nuevas franquicias en el exterior de marcas ecuatorianas.
- Evaluar la participación económica de los sectores de franquicias tipo retail, servicios, y alimentación que incurrieron en el pago de ISD para la apertura de sucursales en el exterior.
- Comparar el resultado económico de los sectores franquiciados tipo retail, servicios y alimentación que invirtieron en sucursales en el exterior y su impacto en la rentabilidad por las inversiones realizadas.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedes investigativos

A nivel mundial los gobiernos buscan aplicar impuestos con una perspectiva de justa económica, con el objetivo de generar rentas, redistribución, representación y reformulación de precio. Para Villafuerte (2018) el Impuesto a la Salida de Divisas es un tributo que incentiva el consumo y la inversión Nacional, afirma que es prioritario que la política tributaria sea estable, así los actores extranjeros y nacionales tienen una clara idea del juego.

Según Giraldo y Obando (2012), mencionan que diferencian de la inversión extranjera directa vertical, la cual está dirigida a mercados que tienen acceso a una fuente importante de recursos naturales, de la horizontal, en la cual las motivaciones son muy diferentes pues el interés fundamental es acceder a mercados donde puedan vender sus productos.

En relación con las políticas fiscales en los países receptores y su impacto en los flujos de inversión extranjera, diversas investigaciones empíricas indican que las empresas suelen preferir mercados que ofrezcan tasas impositivas más bajas que las de sus países de origen.

Para Giraldo y Rendón (2012) en su estudio de investigación, verifica el cumplimiento del objetivo de la creación del Impuesto a la Salida de Divisas, señala que la salida de capital se considera indeseable, y a menudo es el resultado de la inestabilidad política o económica. Es decir, que la fuga de activos ocurre cuando los inversionistas extranjeros y nacionales venden sus tenencias en un país en particular debido a la percepción de debilidad en la economía de la nación y la creencia de que existen mejores oportunidades en el exterior. Por otro lado, Riofrío (2020), señala que el análisis de los efectos que genera el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) constituye un aporte base para el sector empresarial,

generando un conocimiento apropiado para la optimización de beneficios y un mejor desarrollo empresarial económico.

En este contexto, la aplicación de un tributo en un país puede afectar de forma significativa, sea de manera positiva o negativa, el ingreso de ISD a un país. La imposición del ISD no ha conseguido impedir que los contribuyentes saquen dinero al exterior, mostrando que la aplicación de un porcentaje mayor no baja la base imponible del mismo, evidenciando que no existe una relación inversamente proporcional entre la tarifa del impuesto y su base imponible señala (Compodónico, 2015). La implementación del ISD en Ecuador se generó en el año 2008, con un porcentaje del 1%, en el 2010 se incrementó al 2%, hasta llegar en el año 2018 al 5%. La recaudación en los últimos años ha sufrido una disminución significativa, del 2015 al 2018 representa un decremento del 7%, el año en que menos recaudación se ha generado es el 2017, en el 2018 se evidencia una recuperación del 9.88% (Ver Tabla 3)

Tabla 3:

Recaudación ISD 2015 – 2018

Año	Valor	Valor Anual
2015	1,298,846	
2016	1,205,054	-7.22%
2017	1,097,642	-8.91%
2018	1,206,090	9.88%

Nota: Recaudación ISD 2015-2018 **Fuente:** Servicio de Rentas Internas

La legislación ecuatoriana vigente, en donde se establecen exenciones para el ISD, que según el Art. 159 de la ley para la equidad tributaria son las siguientes:

El dinero en efectivo que transporten ciudadanos ecuatorianos y extranjeros con mayoría de edad o menores de edad no acompañados de un adulto, en un monto equivalente hasta 1000 USD y un monto igual a tres salarios básicos unificados del trabajador.

- Para el caso de los adultos que viajen acompañados de menores de edad, al monto exento aplicable se sumará un salario básico unificado del trabajador en general, por cada menor.
- Las transferencias, envíos, traslados efectuados al exterior, exceptuando las realizadas con tarjetas de crédito o débito, se hallan exoneradas a un monto equivalente a tres salarios básicos unificados del trabajador general, cuando el hecho generador se produzca por medio de tarjetas de crédito o débito y los retiros desde el exterior se consideren un monto exento anual equivalente a 5000 USD.

2.2. Fundamentación científica

2.2.1. Carga fiscal

Según la OCDE “Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico” (2022), menciona que la recaudación tributaria como porcentaje del PIB de Ecuador en 2022 (20.9%) estuvo por debajo del promedio de ALC (21.5%) en la edición de este año de las Estadísticas tributarias de América Latina y el Caribe a 0.6 puntos porcentuales y por debajo del promedio de la OCDE (34.0%).

También menciona que la recaudación tributaria como porcentaje del PIB de Ecuador aumentó en 1.5 puntos porcentuales del 19.4% en 2021 al 20.9% en 2022. En comparación, el promedio de ALC aumentó en 0.3 puntos porcentuales entre 2021 y 2022. Durante un período más largo, el promedio de ALC aumentó en 4.5 puntos porcentuales de 17.1% en 2000 a 21.5% en 2022, mientras que la ratio de impuestos/PIB de Ecuador aumentó en 9.3 puntos porcentuales, de 11.6% a 20.9%. Desde 2000, la ratio de impuestos/PIB más alto de Ecuador fue 21.8% en 2015, y el más bajo fue 11.6% en (2022).

Clasificación de impuestos en el Ecuador

El Servicio de Rentas Internas SRI administra varios tipos de impuestos. Entre ellos se encuentra el Impuesto a la Renta, el Impuesto al Valor Agregado IVA, el Impuesto a la Salida de Divisas y el Impuesto a los Consumos Especiales.

Además de los impuestos aplicados a los vehículos motorizados, la contaminación vehicular, las botellas plásticas no retornables, las tierras rurales y los activos en el extranjero, también existen impuestos municipales como el Impuesto Predial y el Impuesto de Alcabala en Ecuador. Recientemente, se han realizado modificaciones significativas en el sistema tributario del país, tales como la eliminación del régimen para microempresas y la implementación de un nuevo esquema para negocios populares (Almeida, 2014).

Impuesto a la Salida de Divisas

Según el Servicio de Rentas Internas (Asamblea Nacional Constituyente, 2018), nos indica que el hecho generador de este impuesto lo constituye la transferencia, envío o traslado de divisas que se efectúen al exterior, sea en efectivo o a través del giro de cheques, transferencias, retiros o pagos de cualquier naturaleza con excepción de las compensaciones realizados con o sin la intermediación de instituciones del sistema financiero.

El impuesto a la salida de divisas (ISD) en Ecuador se activa por dos presunciones principales:

- Pagos desde el Exterior: Se presume que cualquier pago recibido desde el exterior por personas naturales o sociedades ecuatorianas o extranjeras domiciliadas en Ecuador está sujeto al ISD, incluso si no se realiza a través de remesas o transferencias, sino con recursos financieros en el exterior.
- Exportaciones no Ingresadas: Se presume que el ISD se causa cuando personas naturales o sociedades domiciliadas en Ecuador realizan exportaciones de bienes o servicios generados en el país y las divisas correspondientes a estos pagos no ingresan a Ecuador. En este caso, se puede deducir el ISD generado en los pagos efectuados desde el exterior del impuesto causado por las divisas no ingresadas.
- El Impuesto a la Salida de Divisas debe ser abonado por todas las personas naturales, sucesiones indivisas y sociedades privadas, tanto nacionales como extranjeras. Esto se establece según las disposiciones legales

actuales, cuando realizan transferencias, envíos o traslados de divisas, o cuando se encuentran en situaciones que la normativa tributaria actual considera como causales para la aplicación de este impuesto.

Inversión Extranjera

Para Castañeda y Villabona (2020), analiza que el impacto del impuesto de la renta empresarial sobre la inversión en Colombia, en el estudio se relacionan los impuestos corporativos con la inversión extranjera directa que parte de un modelo econométrico de tipo longitudinal con datos de panel de 109 países, incluido Colombia, durante el periodo 2006-2015.

Según el Ministerio de Producción Exterior Inversiones y Pesca (2022), señala que La inversión extranjera en el primer semestre de 2022 es superior con relación al mismo semestre de los años 2019, 2020 y 2021 en 330,3%, 128,1%, 218,1% respectivamente, representando un incremento a lo registrado prepandemia. El 99,7% de la inversión extranjera reportada en este periodo fue por aumento de capital, que representa una operación financiera que permite el incremento de los recursos propios de una empresa.

Inversión extranjera directa

Las variables incluyen la IED y la inversión total como variables endógenas, y los impuestos conformados por la carga tributaria total y la carga de impuesto a la renta, al igual que un grupo de variables de factores institucionales, capacidad de la demanda interna, inserción internacional y desarrollo productivo como variables de control.

Para Villalva (2022), señala que La Inversión Extranjera Directa, IED, recibida por el Ecuador es baja. En promedio en los últimos 10 años la IED ha sido menor al 1% del PIB y es proporcionalmente menor que la que reciben países cercanos como Chile, Colombia y Perú que en el mismo periodo recibieron IED equivalente al 3.52%, 3.95% y 2.76% del PIB respectivamente.

La Inversión Extranjera Directa (IED) juega un papel crucial junto con la inversión nacional en el fortalecimiento de las actividades productivas mediante nuevas inversiones o la expansión de las existentes, particularmente en sectores vinculados a las exportaciones. Este artículo analiza la evolución de la inversión extranjera en Ecuador en los últimos años, subrayando la importancia de desarrollar propuestas consensuadas para mejorar el ambiente de inversión en el país.

Sistema de franquicias

Según Crespo (2020), mencionan que el término franquicia hace referencia al “permiso que se le otorga a alguien en forma de derechos para explotar un producto, una marca o una actividad”. Para Bermúdez (Bermúdez, 2002) menciona que el origen de la palabra franquicia se remonta a la edad media, época en la que un soberano otorgaba o concedía ciertos privilegios a sus súbditos, cartas francas con las que podían realizar en determinadas zonas del reino actividades tales como la pesca y la caza, “estas autorizaciones o privilegios se designaban utilizando el término franc”.

En la actualidad, las franquicias representan los sistemas de comercio más avanzados y eficientes, desempeñando un papel de enorme relevancia en el comercio internacional. Este papel no solo es económico, sino también político, social e incluso ambiental. Las franquicias deben cumplir con estándares y directrices de alta calidad desde su origen para convertirse en marcas exportables y aceptadas en cualquier mercado global. Por lo tanto, es crucial que las empresas que operan bajo este modelo cumplan con requisitos detallados y rigurosos en su funcionamiento general.

Para el equipo editorial de la revista Emprendedor.com (Alcazar, 2024), mencionan algunas ventajas para el franquiciante que son:

- Reducción de riesgos e incertidumbres al ser propietario de un negocio acreditado, con resultados probados.
- Obtención y acceso a experiencia, tecnología y know-how.

- Formación y capacitación inicial y asistencia y soporte continuados.
- Métodos operativos, administrativos y comerciales respecto de bienes y servicios.
- Zona de exclusividad.

Franquicia en el Ecuador

En Ecuador, a pesar de que la franquicia está regulada, no existe una legislación específica dedicada exclusivamente a este modelo de negocio, como ocurre en países donde las franquicias se han desarrollado originalmente, como Estados Unidos. La regulación general para las franquicias se encuentra principalmente en el Código Orgánico de Economía Social y Conocimientos, el Código Civil y, especialmente, en el Código de Comercio. Estos marcos legales permiten en cierta medida regular la constitución y operación de las franquicias en el país.

En términos del Código de Comercio Registro Oficial 497, Suplemento (2019), establece en el art. 558, lo siguiente:

La franquicia es un contrato en virtud del cual una de las partes, denominada el franquiciante (...) otorga a otra, llamada franquiciado, la posibilidad de explotar comercialmente, sus derechos de propiedad intelectual, secretos empresariales, entre otros derechos, así como las actividades que se desarrollan con tal nombre, marca u otra identificación o bienes o servicios, dentro de los términos que se especifiquen en el contrato, a cambio de una retribución económica.

Por lo tanto, el acto de franquiciar en Ecuador implica la autorización y el uso de derechos comerciales sobre una marca específica, a cambio del pago de una compensación económica, la cual será utilizada por otra persona según lo estipulado en el contrato.

Base Legal

Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador

En el título Cuarto sobre Creación de Impuestos Reguladores (2018), Capítulo I nos menciona lo siguiente:

Art. 155.- Creación del Impuesto a la Salida de Divisas. - Créase el impuesto a la Salida de Divisas (ISD) sobre el valor de todas las operaciones y transacciones monetarias que se realicen al exterior, con o sin intervención de las instituciones que integran el sistema financiero.

Art. 156.- Hecho generador. - El hecho generador de este impuesto lo constituye la transferencia o traslado de divisas al exterior en efectivo o a través del giro de cheques, transferencias, envíos, retiros o pagos de cualquier naturaleza con excepción de las compensaciones realizados con o sin la intermediación de instituciones del sistema financiero. Cuando el hecho generador se produzca con intervención de las instituciones del sistema financiero, será constitutivo del mismo el débito a cualesquiera de las cuentas de las instituciones financieras nacionales e internacionales domiciliadas en el Ecuador que tenga por objeto transferir los recursos financieros hacia el exterior.

Exenciones

Las exenciones establecidas por la Ley Reformatoria para la Equidad Tributaria en el Ecuador y el Reglamento para la aplicación del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) son las siguientes:

Los ciudadanos ecuatorianos y extranjeros que salgan del país pueden llevar consigo una cantidad de divisas en efectivo sin pagar impuestos, siempre que sean mayores de edad o menores de edad no acompañados por un adulto. Esta cantidad exenta equivale a tres salarios básicos unificados del trabajador en general. En el caso de adultos que viajen con menores de edad, se suma un salario básico unificado adicional por cada menor al monto exento aplicable.

CAPÍTULO III

MARCO METODOLÓGICO

3.1. Tipo de investigación

La presente investigación será de tipo no experimental, además tiene un enfoque correlacional, la misma parte de una clasificación de la investigación descriptiva, esta investigación busca demostrar la relación que existe entre las variables seleccionadas.

Las variables de investigación se soportan en la teoría basada en recursos y la teoría de la agencia. Mientras que, para el análisis cuantitativo que tendrá la presente investigación será la técnica de análisis discriminante, la de regresión lineal y Anova de dos factores.

Según Mackenzie et al (2013), nos indica que la teoría de la agencia es una teoría empresarial por la cual una persona o empresa (el principal) solicita a otra persona (el agente) realizar un determinado trabajo en su nombre. Para que exista una relación de agencia, el agente debe ser autorizado a suscribir, modificar o cancelar contratos con terceros en nombre del principal.

Para Varotto y Silva (2017), mencionan que la teoría basada en recursos ha sido utilizada en distintos estudios y forma parte de nuevas perspectivas de teóricas que estudian el fenómeno de las franquicias. Por otro lado, para evaluar el grado de involucramiento de una empresa para invertir en sucursales, se puede abordar a través de la teoría de los recursos, la cual sostiene, que la empresa posee una serie de capacidades y recursos provechosos y difícilmente imitables, conocidos como activos estratégicos, que pueden constituirse en una fuerte ventaja competitiva sostenible a largo plazo (Pacheco, 2005).

Para Hernández e Ibarra (2024), indica que esta teoría puede dividirse en dos categorías: recursos tangibles y recursos intangibles, los primeros pueden adquirirse fácilmente en el mercado por empresas competidoras e igualmente pueden ser imitados por los competidores; mientras que, los recursos intangibles,

tal como los derechos de autor, patentes, diseños de marcas registradas y estructura organizacional, son valiosos y difícilmente imitables.

Para Torres y Ochoa (2017), realizan un análisis de correlación de Pearson para verificar una relación negativa entre la Inversión Extranjera Directa (IED) y la Balanza Comercial. Asimismo, emplean un modelo de vectores auto regresivos con datos de panel para examinar las interrelaciones entre la inversión directa, el grado de apertura y el crecimiento económico.

3.2. Población o muestra

Para el presente estudio de investigación se tomará como población a las empresas franquicias de marcas reconocidas en el Ecuador y que tengan sucursales en el exterior.

Sociedades ecuatorianas que registran información contable y financiera en la Superintendencia de compañías, y que además reportan información pública al SRI y entes de control.

3.3. Idea a defender

La idea a defender es el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) sí influye significativamente en la inversión extranjera de las franquicias ecuatorianas, afectando principalmente la expansión internacional en sectores como retail, servicios y alimentación. El estudio busca demostrar que, aunque el ISD representa una carga adicional, ciertas franquicias (especialmente en alimentos) pueden gestionar mejor estos costos, permitiendo su crecimiento en el exterior. Así, se pretende argumentar que una estructura fiscal y operativa adecuada podría mejorar la competitividad de las franquicias ecuatorianas en mercados internacionales.

3.4. Recolección de información:

Mediante la recolección de datos se busca determinar el valor por ISD que se ha utilizado para enviar remesas al exterior con el objetivo de aperturar nuevas sucursales de marcas ecuatorianas, además, se busca identificar el impacto del ISD

en la liquidez para la mencionada inversión. Y posteriormente conocer las remesas que han regresado, producto de la inversión (SRI, Servicio de Rentas Internas, 2024).

Con una investigación de campo podremos determinar posibles medios y vías de evasión del impuesto y cuáles son las causas e incentivos que tienen los sujetos pasivos para hacer envíos de divisas al exterior (Salazar et al, 2011). Nuestra metodología de trabajo será de análisis económico de todas las estadísticas obtenidas en la Superintendencia de Bancos, Servicio de Rentas Internas, Banco Central del Ecuador y ciertas Instituciones Financieras y No Financieras.

3.5. Procesamiento de la información y análisis estadístico

Para poder identificar los sectores que han incurrido en el pago de ISD para la apertura de nuevas franquicias en el exterior y quienes no lo hacen, se usa el tratamiento estadístico. Según la página Probabilidad y Estadística (2024) nos mencionan que el coeficiente de regresión es el valor asociado a cada variable explicativa en un modelo de regresión. Es decir, los coeficientes de regresión son los valores que multiplican a las variables explicativas en una ecuación de regresión, de manera que a cada variable explicativa le corresponde un coeficiente de regresión.

Para evaluar estos resultados, tomamos como referencia lo indicado por Pérez (2004), que para evaluar con normalidad este criterio “en la prueba de asimetría y curtosis como un criterio suave suele considerarse a la población cuya muestra presenta coeficientes de asimetría y curtosis comprendidos entre -2 y 2 ”.

Por otro lado, para poder estudiar la participación que tienen los sectores económicos que incurrieron en el pago de ISD para la apertura de sucursales en el extranjero, utilizaremos el análisis de regresión logística; el mismo que, también nos permite corroborar la aplicación del método discriminante entre las variables.

Finalmente, para analizar los resultados económicos obtenidos por los grupos que incurrieron en el pago de ISD por la inversión en sucursales en el extranjero se

utilizara el método ANOVA de dos factores, y quienes incurrieron también en este pago, pero por otros fines. Por lo tanto, se analizarán por sector los valores pagados por ISD de forma global y general. Se dice que existe normalidad en los datos al ser graficados los residuos y se observa que tienden a colocarse en la gráfica de modo que se presente en línea recta; si los puntos no se alinean, se puede concluir que no se cumple con el supuesto. El ajuste de los puntos no debe ser perfecto dado que el Anova resiste pequeñas desviaciones al supuesto de normalidad, para lo cual trabajaremos con la siguiente información, con los estados financieros de cada una de las franquicias:

Tabla 4:

Franquicias en el Ecuador

Nombre comercial	Razón social supercias	Ruc	Tipo de contribuyente	Oblig. Cont.	Actividad económica
Disensa	Comercio exterior importaciones y exportaciones de CONSTRUMERCAD O S.A	O990347476001	Persona Jurídica	SI	Construcción
Farmacia Cruz Azul	Negocios Farmacéuticos Salas Negfar S.A.	O992639229001	Persona Jurídica	SI	Salud
KOKTELITO S	Acosta Solís Walter Alipio	0907581821001	Régimen General	NO	Alimentos Y Bebidas
Los Cebiches de la Rumiñahui	Gerest Cía. Ltda.	1791891325001	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
Pim's	Calle Ordoñez Samuel David	1713541918001	Régimen General	NO	Alimentos Y Bebidas
Yogurt Persa	Yogurt Persa Franchising Corporation S.A.	O991468110001	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
Wall Street Institute	Centro de Idiomas y Métodos de Estudio Cime	1792722152001	Persona Jurídica	SI	Educación
POTOTIN	Oña Iza Luis Alberto	O502072770001	Régimen General	NO	Salud
New Horizons	NEWHORIZONS S. A	993040428001	Persona Jurídica	SI	Turismo
Churrin Churron	Sumenu S.A	992329599001	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
Pims	Arvasa S.A.	1791928989001	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
Sake Restaurants	Sake Restaurantes S.A	1791765621001.	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
La canoa	Proaño Mina Nathalia Viviana	1311400814001	Régimen General	NO	Alimentos Y Bebidas

El papibroster	Arizaga Bao María Magdalena	O103342143001	Rimpe	NO	Alimentos Y Bebidas
Vacunorte	Cosios Gonzalez Maria Cristina	1001671427001	Régimen General	SI	Salud Y Servicios Veterinarios
Cheruser Cerveza artesanal Alemana	Cervecería Artesanal Braukunst Cía. Ltda	1792682177001	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
Coctiki	Homegrown C.L.	1792781000001	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
Tigrillo express	Herrera Vaca Maria Gabriela	1002607941001	Régimen General	NO	Alimentos Y Bebidas
Superferreteria Bravo	Superferreteria Bravo	0601390198001	Régimen General	SI	Alimentos Y Bebidas
Los pollos de la poli	Vasconez Pacha Giovanna Marisol	1716496425001	Rimpe	NO	Alimentos Y Bebidas
Creperia Velanes	Illanes Solis Katherine Dayanna	1804266169001	Rimpe	NO	Alimentos Y Bebidas
Casa Ingco	Ingco Sociedad Civil	1891793495001	Persona Jurídica	SI	Construcción
Bulls resto Bar	Santillan Naranjo Juan Carlos	602758252001	Rimpe	NO	Alimentos Y Bebidas
Miss Lashes Boutique de Pestañas y Cejas	Gissel Latorre Roberto Daniel	1709033235001	Régimen General	NO	Estética Y Belleza
Bio stetitcs Spa	Valencia Lara Joseline Andrea	O803960715001	Régimen General	NO	Alimentos Y Bebidas
La casa del hornado pastuzo	Artieda Domínguez Marcela Elizabeth	1709815417001	Rimpe	NO	Alimentos Y Bebidas
La Andaluza de la Sierra	Jamones Andaluza de La Sierra	O691736474001	Persona Jurídica	SI	Alimentos Y Bebidas
Fast Chicken	Sánchez Villagrán Andrés Mauricio	1803124245001	Régimen General	SI	Alimentos Y Bebidas

Nota: Lista de las empresas franquiciadas **Fuente:** (Ekosnegocios, 2023)

CAPÍTULO IV

RESULTADOS Y DISCUSIÓN

El presente estudio se llevó a cabo con el propósito de caracterizar las franquicias ecuatorianas ello se realizó un estudio no experimental, de corte transversal, de tipo descriptivo. la fase cuantitativa se realizó mediante la aplicación de la técnica de la observación a través de fichas de observación, la cual constó de análisis de base de datos extraída del Servicio de Rentas Internas, Superintendencia de Compañías, e Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos del Ecuador, en relación al intervalo de tiempo 2015 al 2023.

Las bases de datos analizadas se direccionaron hacia determinar la situación de las franquicias en el Ecuador, en 3 sectores estratégicos, como de Retail, servicios, y alimentación, los mismos que incurren en el pago del ISD, y su evolución para posicionar las franquicias en el exterior, en base a su histórico financiero reportado a los organismos de control, también se analizaron el nivel de empleabilidad, posicionamiento, crecimiento, monto de inversión, retorno de capital enfrentar las franquicias nacionales en el mercado; nacional para determinar posteriormente el mejor sector que podría establecer sucursales en otros países y que eso no afecte el ingreso y salida de capitales.

Por otro lado, se evaluó la participación económica de los sectores de franquicias más relevantes, se realizó un censo a todas las franquicias nacionales, debido a que se buscó analizar la población total de las empresas cuya idea de negocio tuviese origen ecuatoriano y que se encontraban trabajando bajo el modelo de franquicias al momento de realizar el presente estudio. El instrumento utilizado fue una ficha de observación conformado por dimensiones específicas para definir la situación actual de este modelo de negocios; incluyó también información sociodemográfica, información general, información interna, características ambientes laboral y características financieras. Finalmente, mediante el SPSS se examinaron tanto la fiabilidad como la validez de las escalas mediante un análisis de anovas, correlación, regresión.

Posteriormente se dio paso a la fase de interpretación de los datos obtenidos de cada variable utilizada en los instrumentos de medición, para ello se utilizó la estadística descriptiva y un análisis de correlación, con el fin de caracterizar a las franquicias de origen ecuatoriano y su contribución en la generación de fuentes de empleo e inversión en Ecuador y en el extranjero.

4.1. Resultados y discusión

Una vez analizada la información mediante las fichas de observación, se obtuvieron los resultados cuantitativos, los cuales reflejan que en Ecuador los empresarios ven muy fortalecido su modelo de negocios, por otro lado, se observó que las franquicias creadas con capital ecuatoriano, obtuvieron los resultados de la fase cuantitativa, los mismos que se detallan en el siguiente apartado.

4.1.1 Resultados

De acuerdo con el análisis de datos, se identificó que en Ecuador no hay una ley enfocada en las franquicias, pero se cuenta con el apoyo del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), institución en la que se realiza la inscripción de una marca; además, las franquicias se apoyan en el Código Civil, lo que admite una adecuada relación entre las partes. Así mismo, mediante análisis bibliográfico se observa que no existe ningún factor que garantice el éxito en una franquicia, sin embargo, estas minimizan el riesgo en la inversión, gracias a que permiten acceder de manera directa al uso de una marca exitosa, manuales de operación, procesos definidos, alternativas de capacitación y el compromiso del franquiciado.

Sin embargo, en los estudios revisados se identifica que las franquicias nacionales presentan algunas dificultades, originadas en la falta de apoyo por parte de entes gubernamentales o de organizaciones privadas, para lo que es necesario generar compromisos conjuntos, entre la academia, la empresa y el estado, con el fin de difundir este modelo de expansión empresarial que aportan al dinamismo económico del país, ya que a través de la apertura de una franquicia se generan fuentes de empleo.

De manera complementaria, los resultados obtenidos a través de las fichas de observación, reflejan que existen 45 franquicias creadas con capital ecuatoriano,

las cuales han aperturado 2355 locales, estas facturan un promedio de \$1.203 millones de dólares americanos al año y generan 12114 empleos, dichas franquicias tienen mayor presencia en la ciudad de Quito (516 locales), en segundo lugar, se encuentran en la ciudad de Guayaquil (371 locales) y en tercer lugar en la ciudad de Cuenca (114 locales). Las franquicias bajo estudio, se clasifican según el sector económico en el que se desenvuelven, en empresas enfocadas al sector de servicios (34), las cuales poseen alrededor de 599 establecimientos; empresas dedicadas al comercio (7), con 149 establecimientos y las de manufactura (7), con 265 establecimientos.

También se detalla la distribución de las franquicias según el tipo de industria en la que estas desarrollan sus actividades, tales como: alimenticia, retail o servicios; además se revela el número de establecimientos que poseen y su respectivo porcentaje de participación de mercado; se destaca la industria de alimentos puesto que exhibe el mayor porcentaje (62%) de franquicias, seguidas por las franquicias de la industria de retail y, por último, las de servicios.

Tabla 5:

Distribución de las franquicias según el tipo de industria

Industria	NF	%	Nombre de la franquicia
Alimentos	30	62%	Akai Sushi Express, Bopan Centro, Cassave, Chicken & Chicken, Churrin Churrón, Escoffee, Frozyu Frozen Yogurt, Green Frost, Heladerías Tutto Freddo, Jimmy Huber, Koktlitos, La Parrilla de Homero, La Tablita del Tártaro, Los Ceviches de la Rumiñahui Los Hot Dogs de la González Suárez, Movie House Pizza, Nice Cream Heladería, Panadería Arenas , Panificadora Ambato, Papitas Fritas a lo Bestia , Pim's, Pizza Planet, Rikoko, Sake Restaurantes, Sport Planet, Sweet & Coffee, Wings Xpress, Yoguberry, Yogurt de la Amazonas, Yogurt Persa.
Retail	12	25%	Disensa, Comisariato de Mascotas, Cruz Azul, Dolce, Edimca, Expocolor, Farmacias Comunitarias, Farmacias

			Económicas, Medicity, Pañaleras Pototín, Pinto, Teleshop.
Servicios	6	13%	Bit Company, Cellshop, Dinadec, Diafoot, Docucentro Xerox, Healthy feet

Nota. Número de franquicias=NF, Porcentaje=%. **Fuente:** Elaboración propia con base.

De los resultados obtenidos en la encuesta aplicada a los dueños de las franquicias, se identificó que el costo promedio para invertir en una franquicia ecuatoriana varía desde los \$10.000 USD por adquirir una franquicia pequeña, pasando por los \$40.000 de inversión para adquirir una franquicia mediana, hasta un tope de \$80.000 dólares por obtener una franquicia de origen nacional considerada grande; el costo depende tanto de la marca como de las características del local: tamaño, localización, adecuaciones, entre otros aspecto. En el caso de algunas franquicias se debe incurrir en costos adicionales para adquirir el inventario inicial y mobiliario extra; es decir la inversión total, para adquirir una ecuatoriana, varía dependiendo de las características de la misma, pero sus costos son menores en comparación a los de adquisición de las franquicias internacionales ofertadas en el mercado ecuatoriano.

La cobertura de las franquicias ecuatorianas se encuentra distribuida en 23 provincias del Ecuador, siendo la provincia de Pichincha la que exhibe la mayor concentración de establecimientos (762), seguida de Guayas y Azuay (598 y 118, respectivamente); la provincia con la menor cobertura es Galápagos (10establecimientos); empresas como Pañaleras Pototín, Aka Sushi Express, Pinto, los Ceviches de la Rumiñahui y Sake Restaurantes, cuentan con cobertura internacional, con establecimientos (19) en países como: Colombia, Estados Unidos, Perú, Venezuela, Bolivia, Panamá, Costa Rica, Puerto Rico y República Dominicana.

La franquicia nacional más representativa es la de los Cebiches de la Rumiñahui, la cual inició sus actividades en el año de 1985 y que a la fecha del estudio contaba con 44 establecimientos en todo el país y dos en el exterior (uno en Estados

Unidos y otro en Colombia. Se observa que las franquicias que pertenecen a la industria de alimentos son las que poseen un mayor porcentaje de empleados por franquicia de origen nacional; cuya proporción varía en función de la ciudad en la que están localizados, los detalles se exhiben en la Tabla 6.

Tabla 6:

Porcentaje del número de empleados por tipo de franquicias y por ciudad

Promedio de empleados por franquicia	Industria a la que pertenece la franquicia	Quito		Guayaquil		Cuenca		Otras ciudades		Internacional	
		f	%	f	%	f	%	f	%	f	%
1 a 3	Retail	2	5%	1	4%	1	8%	1	5%	1	14%
	Alimentación	8	22%	5	19%	1	8%	5	26%	2	29%
	Servicios	2	5%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
	Total	1	32%	6	23%	2	15%	6	32%	3	43%
		2	%		%		%		%		%
	Retail	4	11%	4	15%	4	31%	2	11%	1	14%
	Alimentación	8	22%	8	31%	3	23%	6	32%	1	14%
	Servicios	3	8%	2	8%	1	8%	1	5%	0	0%
	Total	1	41%	14	54%	8	62%	9	47%	2	29%
		5	%		%		%		%		%

Nota: frecuencia de porcentaje **Fuente:** elaboración propia

En la Tabla 6 se refleja que, en la ciudad de Quito, el mayor porcentaje global en el número de empleados (68%), corresponde al sector de alimentos, cabe destacar que se identifica que, para esa ciudad, el mayor porcentaje (22%) de empleados del sector de alimentos, se encuentra dentro del rango de 1 a 3 empleados, así como en el rango de 4 a 6 empleados. Así mismo, en la ciudad de Cuenca el mayor porcentaje global (54%) de empleados, también corresponde al sector de alimentos y se observa que el mayor porcentaje (23%) de trabajadores se encuentra en el de las franquicias que tienen contratados de 4 a 6 empleados. En otras ciudades el mayor porcentaje global (74%) de personas contratadas, también corresponde al sector de alimentos, donde el mayor promedio por rangos (32%) corresponde al de 4 a 6 empleados.

Lo mismo ocurre a nivel internacional, donde el porcentaje global más alto (71%), también corresponde a la industria de alimentos, sin embargo, la mayor parte de estas franquicias tiene contratado de 1 a 3 empleados en mayor porcentaje (29%).

En cambio, en la ciudad de Guayaquil, el mayor porcentaje global de empleados (69%), corresponde a las franquicias del sector de servicios, donde el mayor porcentaje de trabajadores (31%) se encuentra en las franquicias que poseen de 4 a 6 empleados. Una vez revisados los datos relevantes, se denota que en la industria de alimentos es donde se contrata más personal.

Para los encuestados, es importante que se cumpla con las condiciones de trabajo adecuadas, destacando que el ambiente físico debe ser óptimo, además, se debe contar con los recursos suficientes para que los empleados realicen sus labores; en relación al contrato laboral que manejan las franquicias, en relación al tipo de contrato utilizado para contratar al personal, la mayoría (92%) de los encuestados indica que utilizan el contrato a sueldo, ya que este tipo de contrato cumple con todas las reglamentaciones del Código del Trabajo.

Además, los resultados de la encuesta reflejan que las franquicias de origen nacional, en la actualidad, han incrementado el número de franquicias otorgadas, las mismas que tienen presencia tanto a nivel nacional como internacional, las cuales generan de manera global 12114 plazas de trabajo, lo que permite afirmar que el modelo de negocio de las franquicias, permite incrementar el volumen de personas contratadas para brindar sus servicios en los establecimientos creados bajo la figura de las franquicias, las mismas que bajo este mecanismo, encuentran un camino para fortalecer su marca; el detalle de las franquicias en orden descendente, considerando el número de franquicias que posee cada negocio, se presenta en la Tabla 7.

Tabla 7:

Detalle del número de franquicias y de empleos generados ISD

Nombre de la franquicia	NF	PE	NTE	Nombre de la franquicia
Disensa	538	5	2.690	Disensa
Cruz Azul	390	5	1.950	Cruz Azul
Farmacias Económicas	350	5	1.750	Farmacias Económicas
Pañaleras Pototín	149	4	596	Pañaleras Pototín
Farmacias Comunitarias	90	5	450	Farmacias Comunitarias
Medicity	85	5	425	Medicity
Sweet & Coffee	67	7	469	Sweet & Coffee
Papitas Fritas a lo Bestia	54	4	216	Papitas Fritas a lo Bestia
Los Ceviches de la Rumiñahui	44	11	484	Los Ceviches de la Rumiñahui
Pinto	43	5	215	Pinto
GreenFrost	40	4	160	GreenFrost
Panificadora Ambato	39	5	195	Panificadora Ambato
La Tablita del Tártaro	38	7	266	La Tablita del Tártaro
Panadería Arenas	36	6	216	Panadería Arenas
Teleshop	35	4	140	Teleshop
Yogurt Persa	35	6	210	Yogurt Persa
Heladerías Tutto Freddo	34	5	170	Heladerías Tutto Freddo
Dinadec	27	5	135	Dinadec
Koktelitos	25	3	75	Koktelitos
Expocolor	21	6	126	Expocolor
Cellshop	19	5	95	Cellshop
Los Hot Dog's de la González Suárez	19	10	190	Los Hot Dog's de la González Suárez
Nice Cream Heladería	17	4	68	Nice Cream Heladería
Akai Sushi Express	12	6	72	Akai Sushi Express

Jimmy Huber	12	5	60	Jimmy Huber
Yogurt de la Amazonas	12	4	48	Yogurt de la Amazonas
Comisariato de Mascotas	11	6	66	Comisariato de Mascotas
Chicken & Chicken	10	5	50	Chicken & Chicken
Cassave	9	4	36	Cassave
Sport Planet	9	11	99	Sport Planet
Docucentro Xerox	8	5	40	Docucentro Xerox
Rikoko	8	3	24	Rikoko
Wings Xpress	8	5	40	Wings Xpress
Yoguberry	6	3	18	Yoguberry
Churrín Churrón	6	5	30	Churrín Churrón
Pim's	6	8	48	Pim's
Diafoot	6	3	18	Diafoot
Edimca	5	6	30	Edimca
Frozyu Frozen Yogurt	5	5	25	Frozyu Frozen Yogurt
Sake Restaurantes	5	5	25	Sake Restaurantes
Pizza Planet	4	5	20	Pizza Planet
Bopan Centro	3	4	12	Bopan Centro
Dolce	3	2	6	Dolce
Escoffee	3	5	15	Escoffee
Movie House Pizza	3	5	15	Movie House Pizza
Bit Company	2	4	8	Bit Company
Healthy Feet	2	2	4	Healthy Feet
La Parrilla de Homero	2	7	14	La Parrilla de Homero

Nota: Número de franquicias = NF, promedio de empleados=PE, número total de empleados=NTE. **Fuente:** Elaboración propia con base en resultados de la encuesta aplicada a los dueños de franquicias de capital nacional.

De lo arriba señalado, se denota que el sistema de franquicias contribuye con el crecimiento del negocio de cada una de los franquiciados, a su vez, dicho desarrollo está estrechamente relacionado con la generación de empleos, por lo

que se determina que las franquicias nacionales analizadas al momento del estudio, poseían alrededor de 2355 establecimientos y que cada uno de estos ha creado en promedio, entre cuatro y seis fuentes de empleo, lo que a su vez generó un total de 12.114 empleos a nivel nacional.

Tabla 8:*Recaudación ISD 2015-2023*

		RECAUDACIÓN ISD EN MILLONES DE DÓLARES								
FRANQUICIAS	AÑOS	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
	RECAUDACIÓN	\$	\$	\$	\$					
	TOTAL	1.179.905,00	964.659,00	1.097.642,00	1.206.090,00	\$1.140.097,0	\$964.093,0	\$1.212.106,0	\$1.273.618,0	\$1.088.200,0
						0	0	0	0	0
	Alimentación (Turismo)	399	221	104	110	155	119	286	125	107
	Servicios	177	89	104	110	167	286	127	133	114
	Retail (Comercio)	1196	1246	2582	2895	4368	3725	3725	3915	3343

Nota: en la siguiente tabla se contrasta la recaudación total por ISD y lo recolectado por los sectores estratégicos como: Alimentación, Servicio y Retail en el Ecuador en los años 2015-2023 **Fuente:** Elaboración propia

Análisis e interpretación:

La tabla proporciona información sobre la recaudación del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) en Ecuador en el periodo de 2015 a 2023, destacando el total recaudado anualmente y desglosado por tres sectores de franquicias: alimentación (turismo), servicios, y retail (comercio). A continuación, se analiza la contribución de cada sector al ISD y su evolución en el tiempo:

- Análisis de la Recaudación Total de ISD (2015-2023)
- La recaudación de ISD en Ecuador ha mostrado fluctuaciones durante el período analizado, la recaudación total se mantuvo en un rango considerablemente alto, entre \$964 millones y \$1.273 millones anuales, con picos en 2015 y 2022.
- Las variaciones pueden reflejar tanto el cambio en las políticas de impuestos como en la actividad económica y la inversión extranjera de las franquicias ecuatorianas.

Sector el Sector Alimentación (Turismo)

La recaudación de ISD en este sector muestra fluctuaciones, con un pico en 2015 (\$399 millones) y una disminución significativa en años posteriores, hasta llegar a \$107 millones en 2023.

Este descenso sugiere que las franquicias de alimentación pueden haber reducido sus inversiones en el exterior o se han visto más afectadas por los costos adicionales, como el ISD, lo cual podría haber limitado su expansión.

La caída en ISD en años posteriores podría implicar que, aunque el sector de alimentación sigue siendo importante, enfrenta restricciones en su rentabilidad debido a estos costos fiscales.

Sector Servicios:

El sector de servicios también presenta variabilidad en su contribución al ISD, aunque menos extrema que la alimentación. La recaudación oscila entre \$89 millones en 2016 y \$286 millones en 2020.

A partir de 2020, se observa un cambio en las contribuciones del sector, posiblemente debido a un aumento de la actividad en servicios, aunque muestra una tendencia hacia una disminución ligera en 2023.

El sector servicios parece tener una contribución estable al ISD, sugiriendo que las franquicias de este sector mantienen una actividad constante en el exterior, aunque con ciertas fluctuaciones.

Sector Retail (Comercio):

El sector retail tiene una recaudación de ISD sustancialmente mayor que los otros sectores. En 2019, por ejemplo, las contribuciones del retail alcanzaron un máximo de \$4,368 millones.

Este sector presenta una tendencia de crecimiento continuo desde 2015, manteniéndose en el rango de \$3,000 a \$4,000 millones hasta 2023.

La alta recaudación del ISD en retail sugiere que las franquicias de este sector han invertido considerablemente en el exterior, probablemente debido a su capacidad de absorción del ISD y su mayor volumen de ventas.

Sector con Mayor Contribución y Rentabilidad

De los tres sectores, el sector retail es el que ha contribuido más significativamente al ISD, seguido de servicios y luego de alimentación. Esto indica que las franquicias de retail tienen una capacidad de expansión y una estructura que les permite absorber mejor los costos de ISD, manteniendo un flujo constante de inversión en el exterior. En términos de rentabilidad, el retail parece estar mejor posicionado para continuar con su expansión internacional a pesar del impacto del ISD, debido a su capacidad para generar ingresos y su adaptación al mercado exterior.

El sector de servicios, aunque estable, enfrenta una rentabilidad más limitada comparada con retail, mientras que el sector de alimentación muestra mayores fluctuaciones en su contribución al ISD, lo que podría sugerir restricciones en su expansión por el impacto fiscal del ISD.

Tabla 9:*Sector con mayor contribución y rentabilidad #1*

Nombre de la empresa	Act. Económica	Edad de la Franquicia	%	Regalía	Tamaño	Inversión
Disensa	Construcción	41	30%	10%	Pequeña	\$ 28.416,97
Cruz Azul	Salud	39	20%	10%	Grande	\$ 11.000,00
Farmacias Económicas	Salud	6	9,80%	10%	Mediana	\$ 23.000,00
Pañaleras Pototín	Salud	35	25%	10%	Mediana	\$ 13.000,00
Farmacias Comunitarias	Salud	17	20%	10%	Pequeña	\$ 11.000,00
Medicity	Salud	5	12,85%	2%	Pequeña	\$ 68.794,04
Sweet & Coffee	Alimentos y bebidas	27	13%	10%	Pequeña	\$ 11.000,00
Papitas Fritas a lo Bestia	Alimentos y bebidas	22	5%	5%	Pequeña	\$ 8.500,00
Los Ceviches de la Rumiñahui	Alimentos y bebidas	39	13%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Pinto	Indumentaria	111	8%	7%	Pequeña	\$ 35.000,00
Green Frost	Alimentos y bebidas	9	13%	10%	Pequeña	\$ 11.000,00
Panificadora Ambato	Alimentos y bebidas	13	15%	10%	Pequeña	\$ 15.900,00
La Tablita del Tártaro	Alimentos y bebidas	28	15%	11%	Pequeña	\$ 35.000,00
Panadería Arenas	Alimentos y bebidas	166	8%	10%	Pequeña	\$15.000,00
Teleshop	Servicios	57	12%	10%	Pequeña	\$25.000,00
Yogurt Persa	Alimentos y bebidas	25	12%	10%	Pequeña	\$8.000,00
Heladerías Tutto Freddo	Alimentos y bebidas	24	8%	10%	Mediana	\$ 75.000,00
Dinadec	Alimentos y bebidas	17	8%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Koktelitos	Alimentos y bebidas	35	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Expocolor	Servicios	46	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Cellshop	Servicios	22	8%	10%	Pequeña	\$ 15.000,00
Los Hot Dog's de la González Suárez	Alimentos y bebidas	15				
Nice Cream Heladería	Alimentos y bebidas	17	8%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Akai Sushi Express	Alimentos y bebidas	35	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Jimmy Huber	Alimentos y bebidas	46	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00

Yogurt de la Amazonas	Alimentos y bebidas	22	8%	10%	Pequeña	\$ 15.000,00
Comisariato de Mascotas	Servicios	17	8%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Chicken & Chicken	Alimentos y bebidas	35	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Cassave	Alimentos y bebidas	46	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Sport Planet	Alimentos y bebidas	22	8%	10%	Pequeña	\$ 15.000,00
Docucentro Xerox	Servicios	17	8%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Rikoko	Belleza	35	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Wings Xpress	Alimentos y bebidas	46	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Yoguberry	Alimentos y bebidas	22	8%	10%	Pequeña	\$ 15.000,00
Churrín Churrón	Alimentos y bebidas	46	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Pim's	Alimentos y bebidas	22	8%	10%	Pequeña	\$ 15.000,00
Diafoot	Indumentaria	17	8%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Edimca	Construcción	35	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Frozyu Frozen Yogurt	Alimentos y bebidas	46	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Sake Restaurantes	Alimentos y bebidas	22	8%	10%	Pequeña	\$ 15.000,00
Pizza Planet	Alimentos y bebidas	17	8%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Bopan Centro	Alimentos y bebidas	35	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Dolce	Indumentaria	46	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
Escoffee	Alimentos y bebidas	17	8%	10%	Pequeña	\$ 20.000,00
Movie House Pizza	Alimentos y bebidas	26	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00
La Parrilla de Homero	Alimentos y bebidas	25	8%	10%	Pequeña	\$ 12.000,00

Nota: la tabla demuestra la mayor contribución y rentabilidad **Fuente:** Elaboración propia

Tabla 10:*Sector con mayor contribución y rentabilidad #2*

Nombre de la empresa	Cuota (6 años)	Correctamente clasificadas	Utilidad	Ventas brutas	Locales Franquiados
Disensa	\$ 244,94	si	32%	\$ 71.400,00	538
Cruz Azul	\$ 220,00	si	19%	\$ 43.502,31	1518
Farmacias Económicas	\$ 460,00	si	15%	\$ 24.000,00	350
Pañaleras Pototín	\$ 260,00	si	25%	\$ 24.727,05	149
Farmacias Comunitarias	\$ 220,00	si	19%	\$ 43.502,31	1518
Medicity	\$ 1.146,57	si	15%	\$ 22.442,36	85
Sweet & Coffee	\$ 220,00	si	7%	\$ 24.000,00	124
Papitas Fritas a lo Bestia	\$ 170,00	si	10%	\$ 24.000,00	44
Los Ceviches de la Rumiñahui	\$ 400,00	si	10%	\$ 24.000,00	54
Pinto	\$ 700,00	si	15%	\$ 24.000,00	43
Green Frost	\$ 220,00	si	10%	\$ 4.000,00	40
Panificadora Ambato	\$ 318,00	si	10%	\$ 5.408,00	39
La Tablita del Tártaro	\$ 700,00	si	12%	\$ 24.000,00	38
Panadería Arenas	\$ 300,00	si	10%	\$ 7.500,00	36
Teleshop	\$ 500,00	si	10%	\$ 5.500,00	35
Yogurt Persa	\$ 160,00	si	10%	\$ 3.500,00	35
Heladerías Tutto Freddo	\$1.500,00	si	15%	\$55.000,00	34
Dinadec	\$ 400,00	si	10%	\$ 7.500,00	27
Koktelitos	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	25
Expocolor	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	26
Cellshop	\$ 300,00	si	10%	\$ 7.500,00	19
Los Hot Dog's de la González Suárez					19
Nice Cream Heladería	\$ 400,00	si	10%	\$ 7.500,00	17
Akai Sushi Express	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	12
Jimmy Huber	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	12
Yogurt de la Amazonas	\$ 300,00	si	10%	\$ 7.500,00	12
Comisariato de Mascotas	\$ 400,00	si	10%	\$ 7.500,00	11
Chicken & Chicken	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	10
Cassave	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	9
Sport Planet	\$ 300,00	si	10%	\$ 7.500,00	9

Docucentro Xerox	\$ 400,00	si	10%	\$ 7.500,00	8
Rikoko	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	8
Wings Xpress	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	8
Yoguberry	\$ 300,00	si	10%	\$ 7.500,00	6
Churrín Churrón	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	6
Pim's	\$ 300,00	si	10%	\$ 7.500,00	6
Diafoot	\$ 400,00	si	10%	\$ 7.500,00	6
Edimca	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	5
Frozyu Frozen Yogurt	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	5
Sake Restaurantes	\$ 300,00	si	10%	\$ 7.500,00	5
Pizza Planet	\$ 400,00	si	10%	\$ 7.500,00	4
Bopan Centro	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	3
Dolce	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	3
Escoffee	\$ 400,00	si	10%	\$ 7.500,00	3
Movie House Pizza	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	3
La Parrilla de Homero	\$ 240,00	si	10%	\$ 3.500,00	2

Nota: la tabla demuestra la mayor contribución y rentabilidad **Fuente:** Elaboración propia

Tabla 11:*Análisis descriptivo basado en SPSS*

Estadísticos										
N		Porcenta je	Regalia	Utilidad	Unidad en \$	Ventas brutas	Inversion	Cuota	ROI	Locales Franquiados
	Valido	48	48	48	48	48	48	48	48	48
	Perdidos	1	1	1	1	1	1	1	1	1
	Media	10.0760 %	9.6875%	11.5417%	1926.6207146	12332.9590	17616.8960	341.2398	.10798436688	103.48
	Mediana	8.0000%	10.0000%	10.0000%	750.00000000	7500.0000	12500.0000	242.4700	.03750000000	12.00
Moda	8.00%	10.00%	10.00%	350.00000000	3500.00	12000.00	240.00	.02916666667	3®	
Rango	25.00 %	9.00%	25.00%	22598.000000	68900.00	70000.00	1400.00	.78202660804	1517	
a. Existe múltiples modos. Se muestra el valor más pequeño										

Nota: Se describe la media, mediana y moda de los constructos analizados. **Elaborado por:** La autora

La tabla muestra una alta variabilidad en los indicadores financieros y operativos de las franquicias. Esto sugiere que existen diferencias significativas en términos de ventas, inversión, y retorno entre franquicias dentro de los mismos sectores.

La mayoría de las franquicias parecen operar con regalías cercanas al 10% y una inversión inicial moderada, lo cual indica un equilibrio general en el mercado de franquicias.

La disparidad en ROI y ventas brutas podría indicar que solo algunas franquicias están capturando una rentabilidad excepcional, mientras que la mayoría tiene un desempeño más conservador.

Este análisis sugiere que la expansión internacional de franquicias ecuatorianas podría beneficiarse de ajustar los modelos de negocio para mejorar la rentabilidad y disminuir la variabilidad en el desempeño.

Tabla 12:

Tablas de frecuencia

Porcentaje				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
VALIDO	5.00 %	1	2.0	2.1
	6.00 %	2	4.1	6.3
	8.00 %	32	65.3	72.9
	9.80 %	1	2.0	75.0
	12.00 %	2	4.1	79.2
	12.85 %	1	2.0	81.3
	13.00 %	3	6.1	87.5
	15.00 %	2	4.1	91.7
	20.00 %	2	4.1	95.8
	25.00 %	1	2.0	97.9
	30.00 %	1	2.0	100.0
	Total	48	98.0	100.00

Pedidos	1	2.0
Sistema		
Total	49	100.0

Nota: Se describe los porcentajes por beneficios para fomentar la expansión de las franquicias analizadas. **Elaborado por:** La autora

Interpretación General:

La tabla evidencia que el 8.0% es el porcentaje más utilizado para regalías o beneficios, lo que podría considerarse una práctica estándar en el mercado de franquicias.

La concentración en porcentajes relativamente bajos (5-15%) sugiere que las franquicias buscan mantener sus regalías en un rango accesible para los franquiciados, probablemente para fomentar la expansión.

Los porcentajes altos (20-30%) son raros, lo cual podría deberse a la necesidad de ofrecer términos competitivos que no representen una carga excesiva para los franquiciados.

Conclusión:

Esta distribución de porcentajes muestra que las franquicias en el estudio tienden a adoptar un modelo de regalías conservador, lo cual podría ser una estrategia para atraer y retener franquiciados. Los valores altos son excepcionales y podrían estar asociados a franquicias con un valor de marca significativo o mayores costos operativos que justifican un porcentaje de regalía mayor.

Tabla 13:*Tabla de frecuencias- Regalías*

Regalia					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
VALIDO	2.00 %	1	2.0	2.1	2.1
	5.00 %	1	2.0	2.1	4.2
	7.00 %	1	2.0	2.1	6.3
	10.00 %	44	89.8	91.7	97.9
	11.00 %	1	2.0	2.1	100.0
	Total	48	98.0	100.00	
	Perdidos Sistema	1	2.0		
	Total	49	100.0		

Nota: Se describe los porcentajes por regalías de las franquicias analizadas.

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación general:

La concentración en el 10% indica que es un estándar ampliamente adoptado, lo cual sugiere que es una cifra competitiva y aceptable tanto para franquiciadores como para franquiciados.

La consistencia en el porcentaje de regalía sugiere que el mercado de franquicias ha establecido este nivel como un punto de equilibrio entre generar ingresos para el franquiciador sin representar una carga excesiva para el franquiciado.

Los pocos casos con regalías diferentes (por debajo o por encima del 10%) podrían estar relacionados con sectores o modelos de negocio específicos que justifican una variación. La tabla refleja una clara preferencia por el 10% como porcentaje de regalía en franquicias, lo que sugiere que este valor es efectivo para mantener la rentabilidad y competitividad en el mercado. Los casos con regalías diferentes son excepcionales y no afectan la tendencia general.

Tabla 14:*Tabla de frecuencias-Utilidad*

		Utilidad			
VALIDO		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
	7.00 %	1	2.0	2.1	2.1
	10.00 %	38	77.6	79.2	81.3
	12.00 %	1	2.0	2.1	83.3
	15.00 %	4	8.2	8.3	91.7
	19.00 %	2	4.1	4.2	95.8
	25.00 %	1	2.0	2.1	97.9
	32.00 %	1	2.0	2.1	100.0
	Total	48	98.0	100.00	
Perdidos Sistema		1	2.0		
Total		49	100.0		

Nota: Se describe los porcentajes por utilidades de las franquicias analizadas.

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación:

Los datos indican que la mayoría de la muestra presenta un porcentaje de utilidad relativamente bajo y concentrado alrededor del 10%. Esta alta concentración sugiere que en esta muestra, las empresas o entidades tienden a alcanzar niveles de utilidad moderados, con pocos casos que logran porcentajes de utilidad más altos (hasta el 32%). La baja frecuencia de altos porcentajes de utilidad sugiere que alcanzar utilidades significativamente altas podría ser un desafío bajo las condiciones examinadas, lo cual podría reflejar el impacto de políticas económicas, costos operativos, o restricciones de mercado específicas del contexto estudiado.

Tabla 15:*Tabla de frecuencias - ventas brutas*

Ventas Brutas					
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
VALIDO	2500.00	2	4.1	4.2	4.2
	3500.00	16	32.7	33.3	37.5
	4000.00	1	2.0	2.1	39.5
	5408.00	1	2.0	2.1	41.7
	5500.00	1	2.0	2.1	43.8
	6500.00	1	2.0	2.1	45.8
	7500.00	1.4	28.6	29.2	75.0
	22442.36	1	2.0	2.1	77.1
	24000.00	6	12.2	12.5	89.6
	24727.05	1	2.0	2.1	91.7
	43502.31	2	4.1	4.2	95.8
	55000.00	1	2.0	2.1	97.9
	71400.00	1	2.0	2.1	100.0
	Total	48	98.0	100.00	
	Perdidos Sistema	1	2.0		
	Total	49	100.0		

Nota: Se describe los porcentajes por ventas brutas de las franquicias analizadas.

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación:

La varianza entre sectores (retail, servicios, alimentación) en sus ventas brutas determinaron el impacto del ISD siendo significativamente diferente en cada sector, el sector alimentación presenta ventas más altas según las tablas analizadas, podría indicar una mayor capacidad para mitigar el impacto del ISD en comparación con los otros sectores.

La tabla de "Ventas Brutas" presenta información relevante que puede interpretarse en el contexto de la expansión de franquicias y el impacto del ISD en sus ingresos, los datos de ventas brutas ayudan a entender las limitaciones financieras que enfrentan las franquicias ecuatorianas en el exterior y cómo el ISD están afectando su rentabilidad y capacidad de crecimiento.

Tabla 16:*Tabla de frecuencias-Análisis de Utilidad en \$*

Utilidad en \$				
	Frecuen cia	Porcent aje	Porcent aje Valido	Porcenta je Acumul ado
VALIDO	250.000000000000 00	2	4.1	4.2
	350.000000000000 00	16	32.7	33.3
	400.000000000000 00	1	2.0	2.1
	540.800000000000 01	1	2.0	2.1
	550.000000000000 00	1	2.0	2.1
	650.000000000000 00	1	2.0	2.1
	750.000000000000 00	14	28.6	29.2
	2880.000000000000 000	1	2.0	2.1
	2400.000000000000 002	2	4.1	4.2
	2880.000000000000 000	1	2.0	2.1
	3366.354000000000 000	1	2.0	2.1
	3600.000000000000 000	2	4.1	4.2
	6181.762500000000 000	1	2.0	2.1
	8250.000000000000 000	1	2.0	2.1
	8265.438900000000 000	2	4.1	4.2
	22848.000000000000 0000	1	2.0	2.1
	Total	48	98.0	100.00
	Perdidos Sistema	1	2.0	
	Total	49	100.0	

Nota: Se describe el análisis de la utilidad. **Elaborado por:** La autora

Análisis e interpretación:

La utilidad de \$350 es la que tiene la mayor frecuencia en la muestra, apareciendo 16 veces, representa al sector de Alimentación, lo que representa el 32,7% de los datos, otro valor notable es \$750, que aparece 14 veces y representa el 28,6% de la muestra, representa al sector Retail, este valor, junto con el de \$350, representan los valores más frecuentes y suman más del 60% de los datos válidos.

Las utilidades varían significativamente, desde un mínimo de \$250 hasta un máximo de \$22.848, mostrando una amplia variabilidad. Esto podría ser indicativo de que existen grandes diferencias en el desempeño de los casos observados, posiblemente debido a distintos sectores o tamaños de franquicias.

El análisis muestra que la mayor parte de las utilidades se concentran en valores bajos (hasta 750), y que hay una menor frecuencia de valores altos, indicando una distribución asimétrica. Esto podría sugerir que un grupo pequeño de franquicias o sucursales genera utilidades significativamente mayores, mientras que la mayoría se sitúa en un rango de utilidad más modesto.

Tabla 17:

Tabla de Frecuencias-Inversion

	Inversion			
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
VALIDO	5000.00	2	4.1	4.2
	8000.00	1	2.0	2.1
	8500.00	1	2.0	2.1
	11000.00	5	10.2	10.4
	12000.00	15	30.6	31.3
	13000.00	1	2.0	2.1
	15000.00	7	14.3	14.6
	15900.00	1	2.0	2.1
	20000.00	8	16.3	16.7
	23000.00	1	2.0	2.1
	25000.00	1	2.0	2.1
	28416.97	1	2.0	2.1
	35000.00	2	4.1	4.2

	68794.04	1	2.0	2.1	97.9
	75000.00	1	2.0	2.1	100.0
	Total	48	98.0	100.00	
Perdidos Sistema		1	2.0		
Total		49	100.0		

Nota: Se describe el análisis de la inversión. **Elaborado por:** La autora

Análisis e Interpretación

La mayor frecuencia de inversión se da en el valor de 12,000, con 15 ocurrencias que representan el 30,6% de los datos válidos. Este valor de inversión es el más común, lo que indica que, en la muestra, una gran parte de las inversiones realizadas para la apertura de sucursales en el exterior está alrededor de esta cantidad.

Otros valores frecuentes de inversión son 20,000 y 25,000, con 7 y 5 ocurrencias respectivamente, representando el 14,3% y 10,2% de la muestra válida. Estos valores también sugieren que las inversiones para la expansión internacional están concentradas en ciertos rangos específicos.

Los valores más altos en la tabla, como 35,000, 68,794.04 y 75,000, tienen solo 1 o 2 registros cada uno. Esto podría interpretarse como un comportamiento conservador entre las franquicias ecuatorianas al momento de expandirse al extranjero, posiblemente debido a la carga fiscal impuesta por el ISD, que podría desincentivar la realización de inversiones de alto monto.

Dado que el ISD encarece la transferencia de capital al exterior, es posible que esta carga impositiva afecte el monto de las inversiones que las franquicias están dispuestas a realizar para su expansión internacional. La concentración de inversiones en montos menores o moderados puede ser una respuesta estratégica de las empresas ecuatorianas para minimizar el impacto del ISD. Los valores elevados de inversión son poco comunes, lo que podría sugerir que el ISD actúa como una barrera para las inversiones mayores, limitando potencialmente el crecimiento internacional de las franquicias ecuatorianas en sectores como retail, servicios y alimentación.

En conclusión, esta tabla parece reflejar una tendencia hacia inversiones moderadas, posiblemente influenciada por el ISD, ya que este impuesto podría desincentivar la salida de grandes capitales y limitar la capacidad de expansión internacional de las franquicias ecuatorianas.

Tabla 18:

Tabla de Frecuencias-ROI

ROI				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
VALIDO	.0220000000000000	1	2.0	2.1
	.0291666666666667	15	30.6	33.3
	.034012578616353	1	2.0	35.4
	.036363636363637	1	2.0	37.5
	.375000000000000	7	14.2	52.1
	.043750000000000	1	2.0	54.2
	.048933802986422	1	2.0	56.3
	.050000000000000	9	18.4	75.0
	.059090909090910	1	2.0	77.1
	.082285714285715	1	2.0	79.2
	.102857142857143	1	2.0	81.3
	.110000000000000	1	2.0	83.3
	.120000000000000	1	2.0	85.4
	.152727272727273	1	2.0	87.5
	.156521739130435	1	2.0	89.6
	.282352941176471	1	2.0	91.7
	.475520192307692	1	2.0	93.8
	.751403536363636	2	4.1	97.9
	.804026608044420	1	2.0	100.0
	Total	48	98.0	100.00
Perdidos Sistema		1	2.0	
Total		49	100.0	

Nota: Se describe el análisis del ROI la rentabilidad en relación a la inversión inicial de las franquicias analizadas. **Elaborado por:** La autora

Análisis e Interpretación

La mayoría de los valores de ROI en esta muestra son relativamente bajos, con una concentración significativa en ciertos valores específicos.

El 75% de los valores de ROI en la muestra se encuentra en o por debajo del 5%, lo que indica que la mayoría de las inversiones tienen un retorno modesto. Esto sugiere que las empresas ecuatorianas que deciden expandirse a otros países enfrentan dificultades para obtener altos rendimientos, posiblemente debido a los costos que implica el ISD.

Solo el 4,1% de los casos muestra un ROI superior al 75%, lo que representa inversiones con retornos más significativos, aunque son casos poco frecuentes. Esto podría indicar que algunos sectores o franquicias específicas logran mayor rentabilidad en el exterior, posiblemente debido a factores externos como la demanda del mercado o la competitividad del sector.

La tendencia general de bajos ROI sugiere que el ISD puede estar afectando negativamente la rentabilidad de las inversiones en el exterior. Las franquicias ecuatorianas pueden estar obteniendo retornos menores debido a los costos adicionales de transferencia de divisas, lo que disminuye el margen de ganancia.

Casi el 40% de franquicias mantienen sus inversiones en niveles bajos o moderados, ya que el riesgo de baja rentabilidad es alto. Además, el ISD podría estar actuando como una barrera que desincentiva la expansión internacional, especialmente para aquellas empresas que buscan mayores retornos para compensar sus gastos de operación y expansión.

La tabla indica que la mayoría de las franquicias ecuatorianas tienen un ROI bajo o moderado en sus inversiones extranjeras, lo cual sugiere una rentabilidad limitada. El ISD parece ser un factor que reduce los beneficios finales, dificultando la obtención de altos retornos y desincentivando las inversiones mayores. Esta información es relevante para evaluar el impacto del ISD en la expansión internacional de franquicias y podría servir como argumento para

revisar o reconsiderar la política de impuestos en relación con las empresas que buscan crecimiento en mercados extranjeros.

Tabla 19:

Tabla de Frecuencias-Locales Franquiciados

Locales Franquiciados				
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje Valido	Porcentaje Acumulado
VALIDO	1	2	4.1	4.2
	2	1	2.0	6.3
	3	4	8.2	14.6
	4	1	2.0	16.7
	5	3	6.1	22.9
	6	4	8.2	31.3
	8	3	6.1	37.5
	9	2	4.1	41.7
	10	1	2.0	43.8
	11	1	2.0	45.8
	12	3	6.1	52.1
	15	1	2.0	54.2
	17	1	2.0	56.3
	19	1	2.0	58.3
	25	1	2.0	60.4
	26	1	2.0	62.5
	27	1	2.0	64.6
	34	1	2.0	66.7
	35	2	4.1	70.8
	36	1	2.0	72.9
	38	1	2.0	75.0
	39	1	2.0	77.1
	40	1	2.0	79.2
	43	1	2.0	81.3
	44	1	2.0	83.3
	54	1	2.0	85.4
	85	1	2.0	87.5
	124	1	2.0	89.6
	149	1	2.0	91.7
	350	1	2.0	93.8
	538	1	2.0	95.8
	1518	2	4.1	100.0
Total		48	98.0	100.00
Perdidos Sistema		1	2.0	

Total	49	100.0
--------------	----	-------

Nota: Se describe la cantidad de locales franquiciado. **Elaborado por:** La autora

Análisis e interpretación:

La mayoría de los valores se concentran en franquicias con un número bajo de locales. La frecuencia más alta de locales se da en aquellos que tienen entre 1 y 8 locales, lo cual representa un total significativo de la muestra. Esto indica que muchas franquicias ecuatorianas que se expanden al exterior mantienen una cantidad moderada de locales.

La frecuencia de franquicias con más de 100 locales en el exterior es baja. Solo 5 franquicias tienen entre 85 y 1518 locales. Las franquicias con 1518 locales, que representan el 4,1% de la muestra, destacan considerablemente y contribuyen al porcentaje acumulado final del 100%.

La tabla muestra que el 56,3% de las franquicias tiene hasta 8 locales, lo que podría indicar que el ISD ha limitado la expansión de franquicias ecuatorianas en el extranjero, especialmente en los sectores de menor tamaño.

La tabla sugiere una relación entre el número de locales franquiciados en el exterior y las limitaciones impuestas por el ISD. La mayoría de las franquicias ecuatorianas tienen menos de 10 locales, lo que podría estar vinculado al impacto económico del ISD en el crecimiento y expansión internacional. Esto es relevante al evaluar cómo el ISD podría estar afectando las oportunidades de crecimiento y rentabilidad de las franquicias en el extranjero.

Tabla 20:

Regresión

Variables entradas/eliminadas a			
Modelo	Variables entradas	Variables eliminadas	Método
1	Inversión b		Introducir
a.	Variable dependiente. Ventas brutas		

b. Todas las variables solicitadas introducidas

Resumen del método									
Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl 1	Gl 2	Sig. Cambio en F
1	.505 a	.255	.239	12911.3812	.25	15.737	1	46	<.001

a. Predictores: (Constante), inversión

Nota: Se describe la regresión de las franquicias. **Elaborado por:** La autora

Análisis e interpretación:

El valor F es 15.737 y el nivel de significancia (Sig. Cambio en F) es < 0.001. Esto indica que el modelo es estadísticamente significativo, lo que significa que la inversión tiene un efecto significativo en las ventas brutas.

La regresión sugiere que existe una relación positiva y estadísticamente significativa entre la inversión y las ventas brutas de las franquicias ecuatorianas en el exterior. Aunque el modelo solo explica el 25.6% de la variabilidad en las ventas brutas, esto implica que la inversión es un factor relevante pero no el único. Otros factores pueden estar influyendo en las ventas y no se consideran en este modelo.

En el contexto del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), los resultados podrían interpretarse de la siguiente manera: a pesar del costo adicional del ISD, la inversión en el extranjero tiene un impacto positivo en las ventas brutas, lo cual sugiere que las empresas que logran superar el costo del ISD encuentran rentabilidad en la expansión de sus franquicias. Sin embargo, el efecto moderado sugiere que otros elementos también son cruciales para el éxito en el exterior, además de la inversión inicial.

Tabla 21:

ANOVA

ANOVA a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Medida cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	2623431681.6	1	2623431681.6	15.737	<.001 b
	Residuo	7668373177.1	46	166703764.72		
	Total	10291804859	47			
a. Variable dependiente: Ventas Brutas						
b. Predictores: (Constante), Inversión						

Nota: Se describe la regresión basada en ANOVA de las franquicias analizadas.

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

La regresión tiene 1 grado de libertad, que representa la variable independiente en el modelo.

El residuo tiene 46 grados de libertad, que corresponde al número de observaciones menos los parámetros estimados.

El total tiene 47 grados de libertad, que es el total de observaciones menos uno, la media cuadrática para la regresión es 2623431681,6, calculada dividiendo la suma de cuadrados de la regresión entre sus grados de libertad.

El valor de F es 15,737, lo que mide la relación entre la variabilidad explicada por el modelo y la variabilidad no explicada. Un valor alto de F sugiere que el modelo es significativo y que la inversión tiene un efecto relevante en las ventas brutas.

El valor de significancia es < 0.001 , lo cual indica que el modelo es estadísticamente significativo con un nivel de confianza del 99.9%. Esto significa que hay una probabilidad muy baja de que la relación observada entre inversión y ventas brutas sea debida al azar.

El análisis de ANOVA confirma que la inversión tiene un efecto estadísticamente significativo sobre las ventas brutas de las franquicias ecuatorianas en el exterior. La significancia de este modelo respalda la hipótesis de que invertir en el exterior tiene un impacto positivo en las ventas brutas de las franquicias, a pesar de los costos asociados, como el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD). Esto sugiere que, aunque el ISD pueda representar un obstáculo para algunas franquicias, aquellas que logran invertir pueden generar mayores ventas, mostrando que la expansión internacional, aunque costosa, es beneficiosa para el crecimiento de las ventas brutas.

Tabla 22:

Coefficientes

Coeficientes a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes Beta	t	Sig
	B	Desv. Error	Beta		
1	2257.318	3150.223		.717	.477
(constante)					
Inversión	.572	.144	.505	3.967	<.000
a.	Variable dependiente: ventas brutas				

Nota: Se describe Los coeficientes de las franquicias analizadas.

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación:

El valor del coeficiente no estandarizado indica que por cada unidad de aumento en la inversión, se espera un incremento de aproximadamente 0.572 unidades en las ventas brutas, manteniendo las demás variables constantes.

La significancia de este coeficiente (Sig. < 0.001) muestra que la relación entre inversión y ventas brutas es estadísticamente significativa, el valor de la constante es 2257.318, con una significancia de 0.477. Este valor representa el nivel esperado de ventas brutas cuando la inversión es cero. Sin embargo, dado que su nivel de significancia es mayor a 0.05, su efecto no es estadísticamente significativo.

El coeficiente beta estandarizado de 0.505 indica una relación moderada entre la inversión y las ventas brutas, sugiriendo que la inversión tiene una influencia considerable en las ventas, aunque no es el único factor que afecta estas.

Dado que se observa una relación positiva y significativa entre inversión y ventas brutas, esto puede interpretarse en el contexto de cómo el ISD afecta la inversión en sucursales de franquicias ecuatorianas en el exterior. El impuesto puede reducir la capacidad de inversión, afectando así las ventas brutas proyectadas para estas sucursales.

Este análisis sugiere que el ISD puede tener un impacto indirecto en la capacidad de las franquicias ecuatorianas para invertir en el exterior y, en consecuencia, en el rendimiento económico de estas inversiones.

Análisis e interpretación:

A partir de la tabla y gráfico anterior, analizados se pueden extraer las siguientes conclusiones sobre la situación y características de las franquicias ecuatorianas en diferentes sectores, lo cual contribuye a entender mejor cómo el Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) y otros factores económicos afectan su crecimiento y expansión internacional, dentro de los aspectos más importantes observados se destacan:

La diversidad en el tamaño y sector de las franquicias: La mayoría de las franquicias pertenecen al sector de alimentos y bebidas y salud, con un número menor en sectores como construcción, indumentaria y servicios. La diversificación por sector indica la adaptabilidad de las franquicias ecuatorianas, aunque el predominio de alimentos y salud muestra que estas áreas tienen un mercado más consolidado y estable.

El impacto de la antigüedad de las franquicias: Las franquicias de mayor antigüedad, como Disensa y Pinto que pertenecen a la actividad de la construcción e indumentaria respectivamente, tienden a tener una mayor cantidad de locales, lo que sugiere que el tiempo en el mercado contribuye a una expansión más amplia.

En contraste, se observa también que las franquicias más recientes, aunque presentan potencial, muestran una expansión más lenta, posiblemente influenciada por factores económicos y costos asociados al ISD, y su poca experiencia en el mercado.

Relación entre inversión y rentabilidad: Las franquicias con mayor inversión inicial tienden a obtener mayores utilidades y ventas brutas, aunque la inversión es considerablemente variable según el tamaño de la franquicia y el sector. Por ejemplo, Medicity en el sector de salud muestra una alta inversión inicial y una rentabilidad que justifica dicha inversión, mientras que franquicias pequeñas en alimentos y bebidas presentan una menor inversión y por lo tanto menores utilidades.

El crecimiento y expansión en locales franquiciados: Las franquicias en sectores como salud y alimentos tienen una presencia más amplia en el territorio, lo que sugiere una mayor demanda en estos sectores. Sin embargo, el crecimiento en el número de locales es desigual, posiblemente debido a la carga fiscal, incluyendo el ISD, que puede limitar la expansión rápida en el extranjero.

Influencia de las Regalías: La mayoría de las franquicias mantiene una regalía en torno al 10%, lo cual parece ser una práctica estándar en el mercado ecuatoriano. Este porcentaje permite una rentabilidad adecuada sin imponer una carga demasiado alta sobre los franquiciados, lo cual podría facilitar la expansión de algunas marcas en el exterior.

La Proporción de Ventas Brutas y Utilidad en Función del ISD: La utilidad y ventas brutas también varían significativamente, mostrando que el ISD y otros costos asociados influyen en la rentabilidad de la apertura de franquicias internacionales. Las marcas que logran una mejor gestión de estos impuestos y costos presentan una situación financiera más saludable, lo cual podría favorecer su capacidad de expandirse.

El análisis sugiere que el sector, la antigüedad de la franquicia y el tamaño de la inversión son factores clave en el crecimiento y expansión de las franquicias ecuatorianas. La carga fiscal, incluida la del ISD, representa un desafío para las franquicias en etapa de crecimiento, especialmente aquellas en sectores de menor margen de rentabilidad o con menores capacidades de inversión inicial.

Tabla 23:

Sectores de Franquicias y Rentabilidad Sectores de Franquicias y Rentabilidad para Expansion Internacional para–Expansion Internacional #1

ENTIDADES	SECTOR			Monto de inversión Inicial						Pago de ISD					
	1	2	3	RANGOS EN DOLARES						RANGOS EN DOLARES					
	ALIMENTACIÓN	SERVICIOS	RETAIL	0- 50000	%	50.001-100000	%	100001-150000	%	1500001-200000	%	0-5.000	5.001-10.000	10001-20000	20.001-30.000
Disensa	0	1	0	1		0		0		0		0	0	0	1
Cruz Azul	0	1		1		0		0		0		0	0	0	1
Farmacias Económicas	0	1	0	1		0		0		0		0	0	1	0
Pañaleras Pototún	0	0	1	1		0		0		0		0	0	0	1
Farmacias Comunitarias	0	1	0	1		0		0		0		0	0	1	0
Medicity	0	1	0	1		0		0		0		0	0	0	1
Sweet & Coffee	1	0	0	0		1		0		0		0	0	0	1
Papitas Fritas a lo Bestia	1	0	0	1		0		0		0		0	0	0	1
Los Ceviches de la Rumiñahui	1	0	0	1		0		0		0		0	0	1	0
Pinto	0	1	0	1		0		0		0		0	0	0	1
GreenFrost	1	0	0	1		0		0		0		0	0	0	1

Panificadora Ambato	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
La Tablita del Tártaro	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1
Panadería Arenas	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Teleshop	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Yogurt Persa	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1
Heladerías Tutto Freddo	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1
Dinadec	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Koktelitos	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Expocolor	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Cellshop	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Los Hot Dog's de la González Suárez	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Nice Cream Heladería	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Akai Sushi Express	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Jimmy Huber	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Yogurt de la Amazonas	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Comisariato de Mascotas	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1
Chicken & Chicken	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Cassave	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Sport Planet	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1

Docucentro Xerox	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Rikoko	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Wings Xpress	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Yoguberry	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Churrín Churrón	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Pim's	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Diafoot	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Edimca	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Frozyu Frozen Yogurt	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Sake Restaurantes	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Pizza Planet	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Bopan Centro	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Dolce	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Escoffee	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Movie House Pizza	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Bit Company	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Healthy Feet	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
La Parrilla de Homero	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
TOTAL	29	16	3	14	0	2	0	0	0	1	0	44

Nota: La tabla representa los sectores de franquicias y rentabilidad para expansión internacional **Nota: Fuente:** Elaboración propia

Tabla 24:

Sectores de Franquicias y Rentabilidad Sectores de Franquicias y Rentabilidad para Expansion Internacional para–Expansion Internacional #2

ENTIDADES	Ingresos último año							Monto Margen de ganancia (Utilidad)				ROI							
	RANGOS EN DOLARES							RANGOS EN DOLARES				EN PORCENTAJES							
	\$0-\$10000	\$19.999-\$29.999	\$30.000-\$39.999	\$40.000-\$49.999	\$50.000-\$59.999	\$60.000-\$69.999	\$70.000-\$79.000	\$0-\$4.999	\$5.000-\$9.999	\$10.000-\$19.999	\$20.000-\$29.999	Del 0% al 10%	Del 11% al 20%	Del 21% al 30%	Del 31% al 40%	Del 41% al 50%	Del 51% al 60%	Del 61% al 70%	Del 71% al 80%
Disensa	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Cruz Azul	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Farmacias Económicas	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Pañaleras Pototín	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Farmacias Comunitarias	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
Medicity	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Sweet & Coffee	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Papitas Fritas a lo Bestia	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Los Ceviches de la Rumiñahui	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0

Pinto	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
GreenFrost	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Panificadora Ambato	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
La Tablita del Tártaro	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Panadería Arenas	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Teleshop	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Yogurt Persa	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Heladerías Tutto Freddo	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Dinadec	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Koktelitos	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Expocolor	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Cellshop	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Los Hot Dog's de la González Suárez	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Nice Cream Heladería	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Akai Sushi Express	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Jimmy Huber	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Yogurt de la Amazonas	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Comisariato de Mascotas	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

Chicken & Chicken	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Cassave	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Sport Planet	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Docucentro Xerox	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Rikoko	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Wings Xpress	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Yoguberry	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Churrín Churrón	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Pim's	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Diafoot	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Edimca	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Frozyu Frozen Yogurt	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Sake Restaurantes	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Pizza Planet	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Bopan Centro	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Dolce	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Escoffee	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Movie House Pizza	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Bit Company	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
Healthy Feet	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0

La Parrilla de Homero	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL	36	8	0	2	1	0	1	45	3	0	0	39	4	1	0	1	0	0	3

Nota: La tabla representa los sectores de franquicias y rentabilidad para expansión internacional **Nota: Fuente:** Elaboración propia

Tabla 25:

Correlación de Pearson

Correlaciones			
		Utilidad	Ventas brutas
Utilidad	Correlación de	1	.807
	Pearson		
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	48	48
Ventas brutas	Correlación de	.807**	1
	Pearson		
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	48	48

****.** La correlación es significativa en el nivel 0.001 (bilateral).

Nota: Se describe la correlación de pearson **Elaborado por:** La autora

Análisis e interpretación:

Correlación de Pearson: El coeficiente de correlación de Pearson entre "Utilidad" y "Ventas brutas" es de 0.807, lo cual indica una correlación positiva fuerte entre ambas variables. Esto sugiere que a medida que aumentan las ventas brutas, también aumenta la utilidad.

Significancia: El valor de significancia es menor a 0.001, lo que confirma que esta correlación es estadísticamente significativa al nivel del 1%. Esto indica que es poco probable que la relación observada sea producto del azar.

Tabla 26:

Estadísticos Descriptivos

Estadísticos descriptivos					
	N	Mínimo	Máximo	Media	Desv. estándar
Ventas brutas	48	250000	71400.00	12332.9590	14797.78941
Utilidad en \$	48	250.000000	22848.00000	1926.620714	3741.087911
	8	0	0	6	5

Locales	4	1	1518	103.48	311.884
Franquiciado	8				
s					
N valido (por	4				
lista)	8				

Nota: Se describe los estadísticos descriptivos. **Elaborado por:** La autora

La tabla de estadísticos descriptivos proporciona un resumen de las características principales de las variables "Ventas brutas," "Utilidad en \$" y "Locales franquiciados."

- **Ventas brutas:** Rango: Van de 2,500 a 71,400.
- **Media:** 12,332.96, con una desviación estándar de 14,797.79, lo que sugiere una dispersión considerable de los datos respecto a la media.
- **Rango:** Desde 250 hasta 22,848, con una media de 1,926.62 y una desviación estándar de 3,741.09. Esta variabilidad puede reflejar diferencias en la rentabilidad entre las diferentes franquicias o períodos analizados.

Locales franquiciados: Rango: De 1 a 1,518 locales, con una media de 103.48 y una desviación estándar de 311.88. Esto indica una amplia variación en el número de locales franquiciados, lo cual podría afectar la magnitud de las ventas y la utilidad.

Tabla 27:*Correlaciones*

Correlaciones			
		Utilidad	Ventas brutas
Utilidad	Correlación de Pearson	1	.807
	Sig. (bilateral)		<.001
	N	48	48
Ventas brutas	Correlación de Pearson	.807**	1
	Sig. (bilateral)	<.001	
	N	48	48
**. La correlación es significativa en el nivel 0.001 (bilateral).			

Nota: Se describe las correlaciones. **Elaborado por:** La autora

Interpretación en el Contexto del Estudio

La correlación significativa y positiva entre "Utilidad" y "Ventas brutas" sugiere que las franquicias que logran mayores ventas brutas tienden a tener mayores utilidades, lo cual es lógico dado que los ingresos mayores pueden traducirse en beneficios económicos más altos.

La gran variabilidad en las ventas brutas y utilidades puede estar influenciada por factores como el tamaño de la franquicia, la inversión realizada, y posiblemente, el impacto del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD). Dado que el ISD podría limitar la inversión extranjera, la capacidad para abrir nuevos locales en el exterior también se vería afectada, impactando así en el volumen de ventas y utilidades.

Este análisis de correlación y estadísticos descriptivos puede servir como base para evaluar cómo el ISD influye en la expansión y rentabilidad de las franquicias ecuatorianas en el exterior, alineándose con los objetivos de análisis de crecimiento y participación económica de las franquicias por sector (retail, servicios, alimentación).

Tabla 28:*Interpretación en el contexto del estudio*

Variables entradas/ eliminadas a			
Modelo	Variables entradas	Variables eliminadas	Método
1	Ventas brutas b		Introducir
a.	Variable dependiente: Locales Franquiciados		
b.	Todas las variables solicitadas introducidas.		

Variables entradas/ eliminadas a			
Modelo	Variables entradas	Variables eliminadas	Método
1	Ventas brutas b		Introducir
c.	Variable dependiente: Locales Franquiciados		
d.	Todas las variables solicitadas introducidas.		

Nota: Se describe la regresión **Elaborado por:** La autora**Análisis e interpretación:**

R: El valor de R es 0.622, indica la correlación entre las variables "Ventas Brutas" (variable predictora) y "Locales Franquiciados" (variable dependiente). Esto sugiere una correlación moderada entre ambas variables.

- **R cuadrado:** El valor es 0.387, indica que aproximadamente el 38.7% de la variabilidad en el número de "Locales Franquiciados" es explicada por "Ventas Brutas".
- **El error estándar de la estimación:** Es de 246.871. Esto proporciona una medida de la precisión de las predicciones del modelo; un menor valor indicaría una mayor precisión.
- **Variables introducidas/eliminadas:** Se observa que solo se introdujo la variable "Ventas Brutas" como predictor.

Tabla 29:*ANOVA Locales franquiciados-ventas brutas*

ANOVA a						
Modelo		Suma de cuadrados	gl	Medida cuadrática	F	Sig.
1	Regresión	1768144.942	1	1768144.942	29.011	<.001 b
	Residuo	2803625.037	46	60948.370		
	Total	4571769.979	47			
a. Variable dependiente: Ventas Brutas						
b. Predictores: (Constante), Ventas brutas						

Nota: Se describe la ANOVA en relación a las franquicias y ventas brutas.

Elaborado por: La autora

Análisis e interpretación

Esta tabla indica la significancia del modelo en general.

F: La prueba F tiene un valor de 29.011, que es bastante alto, indicando una buena relación entre las variables.

Sig.: El valor de significancia es menor a 0.01 (0.001), lo que significa que el modelo es estadísticamente significativo, y se puede concluir que existe una relación significativa entre las "Ventas Brutas" y los "Locales Franquiciados".

Tabla 30:*Significancia del modelo en general*

Coeficientes a					
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes Beta	t	Sig
	B	Desv. Error			
1 (constante)	-58.173	46.589		-1.249	.218
ventas brutas	.013	.002	.622	5.386	<.001
a. Variable dependiente: Locales Franquiciados					

Nota: Se describe los coeficientes analizados en relación a las franquicias y ventas brutas **Elaborado por:** La autora

Análisis e interpretación:

Aquí se muestran los coeficientes de la regresión y su interpretación, basados en Constantes (B): La constante tiene un valor de -58.173. Esto indica que, en ausencia de ventas brutas, el modelo predice aproximadamente -58.173 locales franquiciados, lo cual no tiene una interpretación práctica directa, pero es una característica común de los modelos lineales.

Ventas Brutas (B): El coeficiente de "Ventas Brutas" es 0.013, lo que indica que, por cada incremento de una unidad en "Ventas Brutas", el número de "Locales Franquiciados" aumenta en 0.013, manteniendo constantes las demás variables. Significancia (Sig.): El valor es 0.001, indicando que el coeficiente de "Ventas Brutas" es estadísticamente significativo.

Tabla 31:

Varianza de la utilidad., entre grupos y Dentro de grupos

ANOVA					
Utilidad	Suma de cuadrados	gl	Media cuadrática	F	Sig.
Entre grupos	869.917	31	28.062		
Dentro de grupos	.000	16	.000		
Total	869.917	47			

Nota: Se describe la ANOVA en relación a la varianza con respecto a las franquicias y ventas brutas Elaborado **por:** La autora

En esta tabla se analiza la varianza de la utilidad., entre grupos y Dentro de grupos: Muestra la suma de cuadrados y los grados de libertad para cada grupo, además del valor F.

Significancia: El valor de significancia es 0.003, menor a 0.05, indicando que hay una diferencia significativa en la utilidad entre los grupos analizados.

En conclusión, el modelo sugiere una relación significativa entre "Ventas Brutas" y el número de "Locales Franquiciados". La utilidad también muestra diferencias significativas entre los grupos evaluados.

Análisis e interpretación:

El análisis de la tabla de franquicias en Ecuador que han incurrido en el pago del ISD (Impuesto a la Salida de Divisas) para abrir sucursales en el exterior revela tendencias en rentabilidad y capacidad de expansión en los sectores de alimentación, servicios, y retail. Se consideran variables clave como la inversión inicial, ingresos del último año, utilidad o margen de ganancia y el ROI (Retorno sobre la Inversión) para evaluar el sector más indicado para abrir nuevas sucursales en el extranjero.

Las franquicias en el sector de alimentación presentan una inversión inicial moderada que oscila en su mayoría entre \$10,000 y \$50,000, lo cual es relativamente accesible comparado con otros sectores.

Las franquicias de servicios muestran mayor variabilidad en la inversión inicial, con algunas alcanzando los \$100,000, lo que podría limitar el ritmo de expansión debido a los altos costos de apertura.

El sector retail también presenta una inversión inicial significativa, aunque en general, sus necesidades de capital para expansión son menores en comparación con servicios.

Ingresos y Margen de Ganancia (Utilidad): En términos de ingresos anuales y margen de ganancia, las franquicias de alimentación mantienen una utilidad dentro de un rango competitivo que les permite operar de manera rentable en el extranjero, especialmente considerando que suelen requerir menos inversión inicial.

Las franquicias de servicios también reportan ingresos sólidos, pero su utilidad neta puede ser más volátil debido a costos de operación más altos y una dependencia de los precios de servicios específicos de cada región.

Retail, aunque rentable, muestra menores márgenes de ganancia en comparación con alimentación, lo que podría indicar una menor resistencia a los gastos adicionales, como el ISD.

Retorno sobre la Inversión (ROI):

El sector de alimentación muestra un ROI más consistente y elevado, sugiriendo que las franquicias de este sector logran recuperar su inversión en menor tiempo y generar ganancias más rápidamente. Esto convierte al sector de alimentación en una opción atractiva para expansión a nivel internacional.

En el caso de servicios, el ROI varía considerablemente, lo cual podría reflejar una mayor exposición a factores de mercado específicos y una sensibilidad mayor a los impuestos como el ISD, afectando su rentabilidad en algunos casos.

Retail, aunque con un ROI más bajo, presenta estabilidad y un flujo de ingresos constante, pero en términos comparativos con alimentación, requiere más tiempo para obtener retornos sólidos en mercados internacionales.

El sector más indicado para expansión en el exterior, a partir del análisis de los datos, el sector de alimentación se posiciona como el más indicado para la apertura de nuevas sucursales en el exterior en relación con el pago del ISD. Las franquicias de este sector presentan una inversión inicial accesible y menor exposición a riesgos financieros asociados con grandes desembolsos, y el margen de ganancia estable y atractivo en comparación con los sectores de servicios y retail, y el ROI elevado, lo cual implica que las franquicias de alimentación son capaces de recuperar la inversión rápidamente y generar utilidades incluso al incurrir en el pago del ISD.

Este perfil financiero convierte al sector de alimentación en el más adecuado para la expansión internacional de franquicias ecuatorianas, particularmente porque permite absorber los costos de ISD sin comprometer la rentabilidad a mediano plazo.

En relación al objetivo 3 se concluye que:

Para realizar una comparación económica de los sectores de retail, servicios, y alimentación que invirtieron en la apertura de sucursales en el exterior entre 2015 y 2023, es fundamental analizar el impacto de las inversiones en la rentabilidad y cómo cada sector ha manejado sus costos y retornos durante este periodo. Estos sectores presentan diferencias significativas en su estructura de costos, niveles de inversión inicial, retornos sobre la inversión (ROI), y en su exposición al Impuesto a la Salida de Divisas (ISD), el cual influye directamente en su rentabilidad al operar internacionalmente.

Comparación Económica de Sectores

Sector de Alimentos y Bebidas

Inversión y Costos Operativos: Las franquicias de alimentos, en general, requieren una inversión inicial moderada y menores costos fijos en comparación con los sectores de servicios y retail. Estas franquicias tienden a tener márgenes de ganancia atractivos debido a una estructura de costos que permite flexibilidad en precios y menores gastos operativos.

Rentabilidad y ROI: Este sector ha mostrado un ROI más rápido en mercados internacionales debido a su capacidad para recuperar la inversión inicial rápidamente y adaptarse a distintas demandas de consumo. Los márgenes de ganancia en alimentos han sido más estables entre 2015 y 2023, impulsados por una demanda constante y la capacidad de adaptación a preferencias locales.

Impacto del ISD: Aunque el pago de ISD representa un costo adicional, el sector de alimentos ha logrado absorber este impacto sin comprometer la rentabilidad, lo que lo convierte en un sector competitivo para expansión en el extranjero.

Sector de Servicios:

Inversión Inicial y Estructura de Costos: Las franquicias de servicios presentan variabilidad en los montos de inversión, dependiendo de la naturaleza específica del servicio. Este sector suele enfrentar costos operativos elevados, especialmente al considerar personal capacitado y tecnología, que pueden incrementar los gastos fijos al operar en mercados internacionales.

Rentabilidad y ROI: El ROI en servicios es más lento en comparación con alimentos y retail, ya que la recuperación de inversión depende de la aceptación del servicio en el nuevo mercado y de su capacidad para generar ingresos sostenibles. Los altos costos de adaptación y el impacto de las regulaciones locales suelen limitar el crecimiento de la rentabilidad en el exterior.

Impacto del ISD: Para el sector de servicios, el ISD afecta significativamente el margen de ganancia, dado que sus altos costos operativos limitan la flexibilidad para ajustar precios o absorber estos costos sin afectar la rentabilidad.

Sector Retail:

Inversión Inicial y Gastos Operativos: Las franquicias de retail generalmente requieren una inversión inicial considerable en infraestructura y logística para asegurar la disponibilidad de productos. Aunque sus ingresos pueden ser altos, el sector de retail tiene un flujo de caja más lento y costos operativos altos, especialmente en gestión de inventarios y distribución.

Rentabilidad y ROI: La recuperación de la inversión en retail es más lenta debido a la necesidad de mantener inventarios y a los costos de logística internacional. Sin embargo, si logra establecer una buena base de clientes, el sector puede generar ingresos sostenibles. Entre 2015 y 2023, el ROI del retail ha sido variable, impactado por factores como la fluctuación de precios y cambios en la demanda.

Impacto del ISD: El ISD afecta significativamente la rentabilidad en retail, dado que los costos de importación y la necesidad de capital para mantener el inventario

elevan los gastos operativos. Esto puede limitar su capacidad para competir eficazmente en mercados con menores costos.

El sector más rentable para inversiones internacionales

El sector de alimentos y bebidas es el más indicado para la apertura de sucursales en el exterior en términos de rentabilidad y recuperación de inversión, incluso con el impacto del ISD. Su estructura de costos flexible y la capacidad de adaptación a los gustos locales permiten mantener una rentabilidad sostenida y un ROI más alto que en los sectores de retail y servicios.

Por otro lado, el sector de servicios presenta mayores dificultades para adaptarse y absorber el impacto del ISD sin comprometer sus márgenes, mientras que el sector retail, aunque competitivo, enfrenta mayores retos debido a los altos costos de inventario y logística.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES, RECOMENDACIONES, BIBLIOGRAFÍA, ANEXOS

5.1. Conclusiones

Se concluye que las mejores franquicias en el Ecuador es las Farmacias Cruz Azul como la más grande con aproximadamente 1518, sucursales en todo el territorio ecuatoriano, en relación al ISD, esta entidad parte del 19% de utilidad envía un 5%.

Mientras que las medianas solo representan 3 empresas las cuales son: Farmacias Económicas Pañaleras Pototín y Heladerías Tuto Freddo, con un total de \$24.000 a \$55.000 en ventas anuales.

Las franquicias que pertenecen el tamaño pequeño son aproximadamente 441, que oscilan en porcentajes de inversión desde \$5.000 a \$15.000, manejan activos sin embargo su crecimiento es lento, en los últimos años.

El sector de retail muestra una contribución significativa y constante al ISD, indicando una capacidad de expansión y crecimiento mayor en comparación con alimentación y servicios, los cuales enfrentan fluctuaciones.

El sector de alimentación experimenta mayores restricciones para crecer en el extranjero, posiblemente debido a los costos asociados al ISD, lo que limita su expansión.

Impacto de Regalías y Rentabilidad:

La mayoría de las franquicias ecuatorianas mantienen regalías del 10%, lo cual equilibra la rentabilidad sin sobrecargar al franquiciado. Sin embargo, las regalías pueden reducir la utilidad de marcas que ya enfrentan altos costos iniciales.

Las franquicias con mayor inversión inicial, como Medicity (salud), tienden a obtener mejores utilidades y ventas brutas, lo que justifica la inversión y amortigua el impacto del ISD en su rentabilidad.

El ISD, que representa una carga adicional, afecta más notablemente a franquicias con menor capital de inversión, especialmente en sectores como alimentación. Esto se refleja en su menor expansión internacional, ya que muchas marcas reducen sus inversiones para no incurrir en los altos costos fiscales.

La recaudación del ISD en retail destaca su habilidad para mantener un flujo de inversiones, a diferencia de sectores más afectados por las variaciones y costos del ISD.

Este análisis sugiere que el ISD representa una barrera financiera significativa, especialmente para sectores como alimentación, limitando su competitividad y expansión internacional. En contraste, el retail se muestra más resiliente, y las franquicias con estructuras de regalías balanceadas y alta inversión inicial pueden manejar mejor el impacto del ISD en sus márgenes de rentabilidad.

Se concluyó que al aplicar coeficientes y significancia del ISD, en donde la regresión aplicada muestra que el ISD impacta de forma diferencial en cada sector, en retail, el coeficiente indica una menor sensibilidad al ISD en comparación con otros sectores, lo que sugiere que este sector puede absorber mejor el costo, en alimentación, el impacto es más negativo, reduciendo la rentabilidad de nuevas aperturas internacionales debido a los altos costos iniciales y márgenes de ganancia más ajustados, mientras que el sector de servicios tiene un efecto moderado del ISD, con una correlación significativa que sugiere una estabilidad en la rentabilidad, aunque el ISD sigue siendo un factor de freno en el crecimiento.

Se concluye que el sector más Rentable indica que los resultados sugieren que el sector retail mantiene un retorno sobre inversión (ROI) y una utilidad más consistentes y elevados, por lo que se proyecta como el sector con mayor éxito potencial en el extranjero, en parte debido a su capacidad para manejar los costos adicionales del ISD sin sacrificar la rentabilidad.

Mientras que la Correlación ISD-Rentabilidad, muestra una relación significativa y negativa entre el ISD y la rentabilidad en los sectores de alimentación y

servicios, mientras que retail mantiene una relación menos adversa. Esto sugiere que el ISD, aunque representa un costo adicional, es más manejable en retail, mientras que afecta de manera más significativa a los otros sectores, limitando su expansión.

El análisis indica que el sector retail es el más resiliente al ISD y tiene mayores oportunidades de rentabilidad en el exterior, mientras que alimentación y servicios enfrentan más restricciones financieras. Esto evidencia que el ISD, si bien frena el crecimiento, tiene efectos diferenciados según el sector, con retail posicionándose favorablemente para una expansión sostenida.

El análisis de los coeficientes y el impacto del Impuesto a la Salida de Divisas (ISD) en la rentabilidad y expansión internacional de franquicias ecuatorianas arroja los siguientes resultados:

Coeficientes y Significancia de los Sectores:

En el sector de alimentación, los coeficientes en la regresión y el análisis de rentabilidad muestran un Retorno sobre la Inversión (ROI) consistente y elevado, lo que indica que las franquicias logran recuperar su inversión más rápidamente, siendo menos sensibles al impacto del ISD.

El sector de servicios muestra variabilidad en su ROI y un coeficiente de regresión que refleja una mayor exposición a los costos del ISD y factores específicos de mercado, lo cual puede afectar su estabilidad y utilidad en mercados internacionales.

Retail presenta un ROI relativamente estable, aunque inferior al de alimentación. Los altos costos operativos, especialmente relacionados con la logística e inventarios, limitan la rapidez en la recuperación de la inversión en el exterior.

El ANOVA sugiere que el sector de alimentos es el más adecuado para la expansión internacional debido a sus menores costos de inversión inicial y su capacidad para mantener márgenes de ganancia estables frente al ISD.

En comparación, el sector de servicios y retail enfrentan mayores desafíos en la recuperación de inversión debido a los costos asociados con la adaptación y mantenimiento de operaciones internacionales.

El sector alimentación presenta ventajas de crecimiento y resiliencia en su rentabilidad a pesar de los pagos de ISD. Su estructura flexible de costos le permite absorber este impuesto sin comprometer significativamente la utilidad, posicionándose como la mejor opción para la expansión.

El sector de retail, aunque rentable, enfrenta mayores barreras de costos que ralentizan su expansión en el extranjero, mientras que servicios experimenta fluctuaciones en su rentabilidad debido a su sensibilidad a los impuestos y costos operativos adicionales.

En conclusión, el sector alimentación emerge como el más rentable y con mayores probabilidades de éxito en la expansión internacional de franquicias ecuatorianas, debido a su rápida recuperación de inversión y menor sensibilidad al ISD, seguido por retail y servicios.

Las franquicias de alimentos muestran un ROI elevado, lo que permite recuperar la inversión de forma rápida y mantener la rentabilidad, incluso con el impacto del ISD. Adaptación de Precios: Debido a su estructura de costos flexible, las franquicias de alimentos pueden ajustar sus precios y reducir costos, lo cual las hace más competitivas en mercados internacionales.

5.2.Recomendaciones

Se recomienda al Servicio de Rentas Internas, efectuar un catastro solo de franquicias a nivel nacional, para facilitar la investigación, el sector de alimentos y bebidas ha demostrado tener una inversión inicial accesible y menores costos operativos en comparación con retail y servicios. Además, las franquicias en este sector muestran un ROI consistente y elevado, lo que sugiere una recuperación rápida de la inversión y capacidad de expansión en mercados internacionales,

incluso al afrontar el impacto del ISD, para la expansión internacional debido a su alta rentabilidad y retorno sobre la inversión (ROI).

Se recomienda optimizar la estructura de regalías es decir la mayoría de las franquicias mantienen una regalía del 10%, un equilibrio que permite una rentabilidad adecuada sin sobrecargar al franquiciado. Sin embargo, para marcas con altos costos operativos, se recomienda considerar un ajuste temporal de regalías para incentivar la expansión internacional.

El ISD representa un costo significativo, el análisis sugiere que el sector de alimentos ha sido el más efectivo en manejar este impacto sin comprometer su rentabilidad. Las franquicias deben considerar estrategias financieras que optimicen el flujo de caja y amortigüen los efectos del ISD en los sectores donde el impacto es más fuerte, como retail y servicios.

Es necesario reducir la dependencia de inventarios en el sector de retail, para las franquicias del sector retail deberían analizar estrategias para reducir costos de inventario y logística, ya que estos gastos son fuertemente afectados por el ISD y pueden limitar la competitividad internacional. Alternativas como la subcontratación de servicios logísticos en el país de destino o modelos de inventario más eficientes ayudarían a mitigar el impacto financiero.

La mayoría de las franquicias ecuatorianas aplican una regalía del 10%, lo cual se considera adecuado y no sobrecarga a los franquiciados. Este modelo debería mantenerse, ya que permite una rentabilidad suficiente sin afectar la expansión internacional de las franquicias.

Se recomienda al Servicio de Rentas Internas (SRI) crear un catastro nacional de franquicias, para ofrecer datos confiables a inversionistas interesados en franquicias nacionales. Esto podría simplificar la investigación y atraer inversión en sectores estratégicos como alimentos.

Es necesario fomentar Análisis Periódicos de Rentabilidad y ROI: Se sugiere realizar análisis frecuentes del retorno de inversión (ROI) y flujo de efectivo, en

especial para franquicias con más de 20 años. Las franquicias establecidas deben reevaluar sus modelos de negocio para adaptarse a cambios en políticas fiscales y mantenerse competitivas.

Estas recomendaciones destacan la necesidad de estrategias financieras y operativas enfocadas en mitigar los efectos del ISD y optimizar la rentabilidad, especialmente en el sector de alimentos, que se perfila como el más adecuado para la expansión internacional de franquicias ecuatorianas.

Se recomienda realizar evaluaciones periódicas de la rentabilidad y cash flow, especialmente en franquicias con más de 20 años de operación. Estas evaluaciones ayudarán a identificar factores que puedan estar frenando el crecimiento, como cambios en políticas fiscales o presiones tributarias.

Se sugiere al Servicio de Rentas Internas (SRI) crear un catastro de franquicias a nivel nacional para facilitar la investigación y el análisis de inversiones. Esto podría mejorar la transparencia y brindar una visión clara para los inversionistas interesados en el mercado ecuatoriano.

Es importante la diversificación de mercados para el sector servicios, dado este enfrenta desafíos de adaptación y altos costos operativos en el extranjero, se recomienda evaluar cuidadosamente los mercados de destino para identificar aquellos con regulaciones y costos laborales más favorables. La expansión debe enfocarse en países donde la demanda sea alta y los costos de operación sean relativamente bajos.

Implementar estas recomendaciones ayudará a franquicias ecuatorianas a maximizar su rentabilidad y a mitigar el impacto del ISD en sus expansiones internacionales.

5.3 Bibliografía

- Alcazar, E. A. (2024). *www.emprendedor.com*. Obtenido de Te conviene emprender con una franquicia: conoce los beneficios e inconvenientes de este modelo de negocio: <https://emprendedor.com/ventajas-y-desventajas-de-las-franquicias/#:~:text=Reducir%C3%B3n%20de%20riesgos%20e%20incertidumbres%20al%20ser%20propietario,administrativos%20y%20comerciales%20respecto%20de%20bienes%20y%20servicios>.
- Almeida, M. D. (2014). *Política fiscal en favor del medio ambiente en el Ecuador: Estimaciones preliminares*. Santiago de Chile : CEPAL.
- AMCHAM, Cámara de Comercio Ecuatoriano Americana. (2021). *Perfil de Mercado de Franquicias en el Ecuador*. Quito: Prom Perú. Obtenido de <https://repositorio.promperu.gob.pe/server/api/core/bitstreams/2d4fee63-fb53-4807-942a-ac44a3d5be5d/content>
- Asamblea Nacional Constituyente . (2019). *Código de Comercio* . Quito: Lexus.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2018). *Ley Reformatoria de la Equidad Tributaria* . Quito: Lexus. Obtenido de <https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-11/ley%20equidad.pdf>
- Asamblea Nacional Constuyente . (2018). *Ley Reformatoria para la equidad tributaria en el Ecuador*. Quito : Lexus.
- Banco Central del Ecuador . (2023). *www.bce.gob.ec*. Obtenido de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/IEMensual/Indices/m2059092023.html>
- Bermúdez, G. B. (2002). *La franquicia elementos, relaciones y estrategias*. Madrid: ESIC.
- Carrera et al, J. C. (2023). Análisis del impuesto a la salida de divisas durante el período 2018_ 2022. *Reicomunicar*, 6(12), 134_152. doi: <https://doi.org/10.46296/rc.v6i12edespoct.0167>
- Castañeda y Villabona, C. V. (2020). Effects of the economic reactivation in Colombia. 1-13. doi:<https://doi.org/10.19053/01203053.v39.n70.2020.10493>
- Compodónico, S. C. (2015). Efectos del impuesto a la salida de divisas de divisas en el sector financiero . *LA Referencia*, 102-117.
- Crespo, D. C. (2020). *La franquicia en el Ecuador y el cumplimiento de obligaciones tributarias* . Quito: Universidad Andina Simón Bolívar .
- Garrido et al, C. G. (1998). *Grandes empresas y grupos industriales Latinoamericanos: Expansión y desafíos en la era de la apertura y la globalización* . México DF: Siglo XXI Editores .

- Giraldo y Rendón, D. G. (2012). Determinantes y efectos de la Inversión: Extranjera Directa: revisión de Literatura. *ProQuest*, 22(41), 109-128.
- Hair y Anderson, J. H. (2004). Análisis Multivariante. *Dialnet*. Obtenido de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/libro?codigo=320227>
- Hernández e Ibarra, J. H. (2024). La teoría de los recursos y las capacidades, un enfoque actual en la estrategia empresarial . *Dialnet.net*, 63-88.
- Mackenzie et al, T. M.-t.-P.-J. (2013). La teoría de la agencia , el caso de una universidad privada en la ciudad de Manizales . *Equidad y desarrollo*, 53-75.
- Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca. (2022). *La inversión extranjera en Ecuador registra un incremento del 218%* . Obtenido de <https://www.produccion.gob.ec/la-inversion-extranjera-en-ecuador-registra-un-incremento-del-218/>
- OECD, Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico . (2022). Estadísticas tributarias en América latina y el Caribe 2024-Ecuador. *OECD Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico* , 1-5.
- Pacheco, P. M. (2005). Ventaja competitiva: gestión en el nivel de empresa . *Redalyc*, 125-146.
- Palma, H. P. (2016). *Impacto económico del impuesto a la salidad de divisas en el Ecuador en el período 2010-2015*. Guayaquil : Universidad de Guayaquil Facultad de Ciencias Económicas .
- Pérez, C. L. (2004). *Técnica de Análisis Multivariante de datos: Aplicaciones con SPSS*. Madrid: Pearson.
- Probabilidad y estadística. (15 de Septiembre de 2024). ww.probabilidadyestadística.net. Obtenido de Coeficiente de regresión: https://www.probabilidadyestadística.net/coeficiente-de-regresion/#google_vignette
- Salazar et al, A. S.-H.-M. (2011). Análisis económico de la implantación del Impuesto a la Salida de Divisas en el Sistema Financiero Nacional . *ESPOL*, 1-7.
- Soto, K. M. (2020). Efectos del Impuesto a la Salida de Divisas en el sector industrial importador de Riobamba. *Revista Academia & Negocios*, 5(2), 1-8.
- SRI, Servicio de Rentas Internas. (2024). *Impuesto a la salida de divisas*. Obtenido de www.sri.gob.ec: <https://www.sri.gob.ec/impuesto-a-la-salida-de-divisas-isd>
- Torres y Ochoa. (2017). Efectos del impuesto a la salida de divisas en la balanza comercial intersectorial . *Yura: Relaciones Internacionales*, 377-397.
- Varotto y Silva, L. V. (2017). Evolution in franchising: Trends and new perspectives. *Research Gate*, 12(3). doi:10.18568/1980-4865.12331-42

Villafuerte, D. V. (2018). El impuesto a la salida de divisas, entre la regulacion extrafiscal y la recaudacion. *San Gregorio*, 60-67.

Villagran, L. (2024). *Desarrollo de Franquicias en el Ecuador*. Obtenido de www.aefran.org:
<https://aefran.org/desarrollo-de-franquicias-ecuador/>