



UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.

INCORPORACIÓN No. 8727-08

A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN Y CONTADURÍA

**“Análisis de la evaluación de
riesgos de inversiones en
franquicias.”**

Tesis

Que para obtener el título de:

Licenciado en Contaduría

Presenta:

DANIEL MARTIN TORRES QUEZADA

Asesor:

LIC. MARIA TERESA RODRIGUEZ CORONA

Uruapan, Michoacán. Junio del 2009





Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

AGRADECIMIENTOS

Quiero dedicar el presente trabajo, a esas dos personas, a las cuales les debo mi existencia, que con sus esfuerzos y sacrificios hicieron de mi un hombre profesional, a los que me apoyaron en todos los momentos mas difíciles de mi vida, los que me impulsaron a cumplir mis objetivos, a esas dos personas que con sus regaños hicieron de mi un hombre de bien, a los que me dedicaron su tiempo y su espacio, gracias por ayudarme a cumplir una mas de mis etapas, por eso y muchas cosas mas... ¡mil gracias papas!

También quiero dedicar la presente, a mis tres grandes anhelos, mi querida esposa e hijos, gracias a su apoyo y aliento lograron en mi, una mentalidad de perseverancia, son para mi una gran motivación para salir adelante, a ellos le dedico este momento tan especial.

Por otro lado, quiero agradecer a mi asesora de tesis, Lic. Teresa Rodríguez, gracias por todo el apoyo incondicional que me ha brindado, gracias por ayudarme a cerrar con éxito esta etapa profesional, mil gracias...

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

JUSTIFICACIÓN

CAPITULO I: LAS FRANQUICIAS

1.1 Antecedentes y orígenes de las franquicias.-----	9
1.2 Las franquicias en la época moderna.-----	14
1.3 Concepto de franquicias.-----	18
1.4 Ventajas y desventajas del régimen de franquicias.-----	20
1.5 Características y tipos de franquicias.-----	25
1.6 Mercado de franquicias.-----	28
1.7 Contrato de franquicias.-----	31

CAPITULO II: ADMINISTRACION FINANCIERA

2.1 Evolución de la administración financiera.-----	36
2.2 Teoría financiera de la empresa-----	39
2.3 Decisiones financieras.-----	43
2.4 Desarrollo y recuperación de la inversión.-----	51

CAPITULO III: ANALISIS DE RIESGOS

3.1 Riesgos del producto innovador.-----	59
3.2 La incertidumbre en las decisiones financieras.-----	61
3.3 Importancia de la sensibilización.-----	65
3.4 Riesgos empresariales.-----	70
3.5 Riesgos financieros.-----	71

3.6 Ejemplos de cálculos de riesgos.-----87

**CAPITULO IV: ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN DE RIESGOS DE INVERSIONES
EN FRANQUICIAS.**

4.1 Metodología de la investigación.-----98

4.2 investigación de campo.-----101

4.3 Análisis de la evaluación de riesgos de inversiones en franquicias.-----117

PROPUESTA

CONCLUSIÓN

BIBLIOGRAFIA

ANEXOS

INTRODUCCIÓN

Todas las decisiones financieras que se tienen en el mundo de los negocios implican riesgos, ya sean en instrumentos del sistema financiero o en la creación de empresas, es por ello, que una evaluación previa es indispensable para tomar una decisión.

Las franquicias, uno de los principales negocios donde se tiene el menor grado de riesgo de quebrar o no obtener rendimientos, esto debido a una razón fundamental; las franquicias son negocios probados, donde su activo principal es la marca y la experiencia de sus creadores, por esos motivos le da menos probabilidades de ser una inversión que no valla a redituar.

Pero, ¿ Será esto una razón confiable para tomar la decisión de hacer la inversión en una franquicia?

En el presente trabajo se observara de manera cualitativa y cuantitativamente que tanto riesgo se tiene al invertir en un negocio de franquicia, esto en base a una investigación de campo y analizando estados financieros, con técnicas como la VAN (Valor actual neto) , la TIR (Tasa interna de rendimiento), el periodo de recuperación de la inversión y las razones financieras; adicionando a esto un análisis de aplicación de cuestionarios a diferentes franquicias de Uruapan con el fin de observar la marcha de sus negocios, el porcentaje de regalías que les cobra el franquisatario, los riesgos de productos innovadores que entran al mercado y su impacto en la franquicia.

En el primer capítulo se mostrarán las generalidades de una franquicia así como sus antecedentes. Se hablará de las ventajas y desventajas que se tienen al invertir en un negocio de franquicia, los mercados en los que una franquicia puede tener éxito, en cuanto a las características de los productos y las exigencias de los consumidores. Así como también se observarán las características que tienen estos negocios, en cuanto a su funcionamiento y de las una de las cosas más importantes que hay que tomar en cuenta, como son los contratos en los cuales se fijan los porcentajes de regalías.

Posteriormente en el capítulo segundo se analizarán una de las herramientas más importantes en la empresa como lo es “La Administración Financiera”, en la cual se plasman las políticas de la empresa, donde se observa un prospecto de inversión, se analiza se evalúa y se toma la decisión de manera sistemática; también analizará todo lo que conlleva una inversión, técnicas de evaluación, como determinar en cuánto tiempo recuperamos la inversión y por ende dicho capítulo tratará de estructurar una serie de pasos para fortalecer las decisiones que hacemos en las empresas.

En el capítulo tres se analizarán a fondo los riesgos que surgen al tomar una decisión de inversión, ya sea en instrumentos financieros o de negocios como lo son las franquicias. Que tanta importancia le damos a la evaluación previa de un desembolso de capital, por que es importante fijar objetivos, ósea que esperamos de la inversión, si ahorro o rendimiento; es por ello que en este capítulo se describen algunos de los principales riesgos que rondan por las inversiones, que no se pueden quitar, pero si se pueden minimizar.

Con la evaluación de riesgos se observarán las ventajas y desventajas que se tienen al invertir en una franquicia en Uruapan Michoacán, que tan aceptadas son por este

mercado, con dicha evaluación se lograra darle una visión mas amplia al inversionista acerca de este tipo de negocio, que invierta su dinero en forma estratégica y que no solo se deje guiar por corazonadas, que de tal manera se reduzca el riesgo y la incertidumbre.

Por otro lado se elaborara una propuesta de inversión, en el capital de trabajo de la empresa que se va a evaluar, utilizando para ello instrumentos financieros como el pagare bancario a diferentes plazos, que son instrumentos de inversión de los mercados de dinero de renta fija a menor riesgo.

Con dicha valuación de riesgos y propuesta de inversión en instrumentos financieros, se estructuraran estados financieros proyectados aplicando dicha propuesta, para observar el beneficio financiero y dar al inversionista herramientas aplicables en la administración financiera de su capital de trabajo y fortalecimiento del patrimonio

JUSTIFICACIÓN

En el presente trabajo se pretende evaluar los riesgos para llevar a cabo una inversión en un negocio de franquicia, demostrar que este negocio es la opción más conveniente donde pueden elevar su dinero y sacarle el mejor rendimiento posible, mostrándole las ventajas que le benefician al invertir en un negocio de franquicia, que conozcan los riesgos que se deben tomar en cuenta antes de consumir una inversión.

En la actualidad las finanzas juegan un papel muy importante ya que la mayoría de las personas realizan o invierten en negocios donde no saben que les espera, y lo hacen sin evaluar si el negocio va a funcionar o no, por ello se pretende que las inversiones se realicen con una planeación, que se evalúen los riesgos que conlleva el tipo de inversión y sobre todo lo hagan sobre bases que sustenten la funcionalidad del negocio.

Ante un entorno económico que cada vez es menos incierto e impredecible, se requiere una alta capacidad para ver cual es la mejor opción de negocios donde pueda sacar provecho en el capital que se este desembolsando; es por ello que se es obligado a desarrollar métodos y enfoques que ayuden al análisis de la evaluación de riesgos que se tienen al invertir desde el punto de vista financiero y se desea que las personas físicas y morales opten con la mejor alternativa, es por ello que se propone la inversión en franquicias, por ser negocios probados, que se sabe mediante

estudios de mercado, que van a funcionar bien, que se cuenta con soporte técnico por parte del franquiciador, que es menos el dinero a invertir, que a los largo de 5 años aproximadamente logran consolidarse, y que son altamente redituables, obteniendo resultados mayores a los que te ofrecen otros tipos de inversión, se espera que el usuario de esta información conozca los riesgos, observe y analice los beneficios que se obtienen al invertir en un negocio de franquicias.

CAPÍTULO I

LAS FRANQUICIAS

Definir a las franquicias es una tarea difícil, sin embargo, enumeraremos una serie de elementos que nos pueden llevar a una definición amplia, de lo que debe entenderse por franquicias.

1.1 ANTECEDENTES Y ORIGENES DE LAS FRANQUICIAS

Es importante observar la historia del mundo de las franquicias, sobre todo sus antecedentes para observar como se utilizaba, su evolución, también es importante señalar que este negocio surgió como una estrategia de mercado, que mas adelante se muestra con detalles.

Según en el autor Ferenz Tocatli, en su libro titulado Franquicias a la Mexicana dice que la historia de las franquicias se remonta en el siglo pasado, con el surgimiento de Singer & Co.; empresa que atravesaba por serios problemas para la distribución de sus productos en el país, con bajas reservas de efectivo y que decide como estrategia cobrar a sus vendedores en lugar de pagarles para crear así un esquemas de concesionarios mediante el cual compraban una maquina para revenderla con una sobreprecio. (sistema que sirve como fundamento para el sistema de franquicias actual).

Mas adelante, entre las dos guerras mundiales, empresas fabricantes de automóviles adoptan un sistema similar para la venta de autos, en la que seleccionaba personas para revender sus productos concediéndoles un territorio exclusivo y apoyándolos con campañas publicitarias.

Con grandes éxitos en los mercados automovilísticos, varias compañías petroleras y embotelladoras de refrescos adoptaron el sistema.

Así, continua desarrollándose, adaptándose a un mundo cambiante hasta llegar a lo que son las franquicias como opción de negocio para muchos empresarios.

Su desarrollo en México data de principios de la década de 1980 cuando comienza el gran movimiento.

Somos un país joven en cuanto a franquicias se refiere; en 1985 McDonald's pasa las barreras de nuestro país convirtiéndose en uno de los pioneros de este sistemas, seguido de Kentucky Frien Chicken, Howard Jonson, TGI Friday's, Fuddruckers, Bing, Holanda, Holiday Inn y Pizza Hut, entre otros.

La verdadera regulación comienza en el año de 1990 con el reglamento de la ley de Transferencia de Tecnología, en la que se acepta como definición de contrato de franquicias, la de aquel en que en un mismo instrumento se licencia el uso de una marca y se transfieren conocimientos técnicos para la operación de un establecimiento.

En 1991 se publica en el Diario Oficial de la Federación la ley de fomento y protección a la propiedad industrial, mejorando notablemente la legislación en materia de franquicias.

En 1994 se reformo la ley de protección a la propiedad industrial, cambiando de ese nombre al de la ley de la propiedad industrial.

En el art. 142 de la misma ley es en donde finalmente se define a las franquicias (hasta la fecha) de la siguiente forma:

“ existirá franquicia, cuando con licencia de uso de una marca se transmitan conocimientos o se proporcione asistencia técnica, para que a la persona a la que se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos, establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a los que esta distingue.” (AMF, Asociación Mexicana de Franquicias.)

La franquicia es uno de los sistemas más antiguos y a la vez modernos para expandir los negocios. Se utiliza en todo el mundo y son muchas las marcas presentes en todo el planeta.

Actualmente, en Estados Unidos hay tres mil franquiciadores, más de 600 mil locales franquiciados, con ventas de mil billones de dólares por año y empleo para 9 millones de personas.

Todos los nuevos negocios que se inician cada año, al menos uno de cada 12 son franquiciados, y que de cada dólar que las personas compran, casi más de un tercio lo hacen en este tipo de negocio.

La globalización da la oportunidad al empresario de difundir su marca y desarrollar su empresa en nuevos mercados con gran velocidad y con un capital reducido. “El propósito es mejorar las ventas, la posición de mercado, aumentar el flujo de caja y lograr un incremento del “good will” (imagen) de su marca. (www.Francorp.com)

El desarrollo del sistema de franquicias ha sido notable en todo el mundo. En Estados Unidos y Canadá ha sido enorme, y también en Asia, especialmente en Japón y Malasia.

En Japón hay más de 800 franquiciadores y cerca de 200 mil puntos de venta franquiciados. Cada año se instalan más de 12 mil nuevos locales de negocios franquiciados. La mayoría de las tiendas tiene una superficie de alrededor de 25 metros cuadrados y ventas diarias de un equivalente a US \$ 3.600 (www.franquiciasonline.com)

En Malasia, a julio de 1999, había 233 sistemas de franquicias operando y cerca de seis mil franquiciados. También ha sido muy importante el desarrollo en Australia donde dos tercios de las empresas comenzaron a trabajar bajo este sistema en la década del 90 y hoy el sistema tiene 708 franquiciadores, más de 46 mil unidades franquiciadas y provee cerca de 553 mil puestos de trabajo (www.Franquiciasonline.com).

En Nueva Zelanda las nuevas concesiones han crecido a una tasa media de 25% anual en los dos últimos años. Actualmente proveen empleo a 41 mil personas y se estima un crecimiento de 75 mil nuevos puestos de trabajo durante los próximos cinco años (Franquiciasonline.com).

El desarrollo de franquicias en América Latina no se ha quedado atrás.” En Brasil existen 750 franquiciadores y 61 mil locales franquiciados, con empleo directo para 810 mil personas”. (www.Franquiciasonline.com).

México muestra cifras significativas. Hoy tiene 350 franquiciadores, 20 mil locales franquiciados y genera 300 mil puestos de trabajo directo. Por su parte, Argentina cuenta con 150 franquiciadores, 5.500 locales franquiciados y 35.000 puestos de trabajo (www.Franquiciasonline.com).

Es importante mencionar que las franquicias, han sido unos de los negocios que llegaron a nuestro país con mas éxito, es por ello que ha venido evolucionando y prevaleciendo este tipo de negocio.

De allí a la fecha su crecimiento es impresionante, tanto nacional como internacionalmente.

1.2 LAS FRANQUICIAS EN LA ÉPOCA MODERNA

La concesión y utilización de franquicias constituye un negocio de gran volumen compuesto por la suma de los pequeños éxitos de muchos individuos. En los EUA, la tercera parte de las ventas al por menor se realizan en establecimientos que funcionan con este sistema. En el Reino Unido, la cifra correspondiente es mucho menor, lo que no es sino una muestra del largo camino que queda por recorrer. En el país antes mencionado hay alrededor de 250000 franquiciados., entre ellos se encuentran:

- 1) Cerca de 75000 tiendas
- 2) Cerca de 70000 restaurantes.
- 3) Mas de 16000 empresas dedicadas a la mejora, conservación y limpieza de viviendas.

En el Reino Unido, esta forma de negocio esta siguiendo la misma trayectoria; todos los años, millares e personas emprendedoras se benefician de una oferta de franquicias cada vez mas amplia y variada. En los últimos años se ha duplicado el volumen del mercado de licencias de este país.

En México, con 730 empresas franquiciantes, generadoras de 550 mil empleos, el sector de las franquicias ha demostrado ir a un ritmo acelerado. En 20 años, los vaivenes económicos no lo han limitado para que su crecimiento anual se mantenga en dos dígitos. Las perspectivas en este modelo de negocio que ha colocado a México en décimo lugar por el crecimiento y la seguridad jurídica y de inversión con que cuenta. (Agosto, IMEF 2006)

En México cada vez mas se están abriendo mas y mas negocios de franquicias, esto debido a que son negocios probados, donde su activo principal es la marca y la experiencia de quine la crearon, es por ello, que las franquicias son seguras y confiables para invertir. Las perspectivas de crecimiento son amplias, en Uruapan Michoacán ya se han abierto varias franquicias de productos como Farmacias del Ahorro, Ópticas Devlin, Mcdonad's, entre otros, y cada dia se van abrir mas por el crecimiento económico que esta habiendo en la ciudad y el echo de invertir en este tipo e negocios incrementa la productividad y disminuye el desempleo y que mejor que la inversión sea nacional y no extranjera; es por ello que se fomenta este tipo de negocio para la gente de estas regiones en base a estadísticas.

El sector de las franquicias se ha convertido en fuerte componente de la economía mexicana, contribuyendo en un 5% del producto interno bruto (PIB) nacional. De de acuerdo con la asociación mexicana de franquicias (AMF), las 730 empresas franquiciantes que operan en territorio nacional facturaron, en 2005, aproximadamente mil millones de dólares.

Se estima que seguirá en ascenso su crecimiento anual, el cual se ubica entre 15 y 20%. Contribuirá a ello la aplicación de la cobertura geográfica, la disminución de los montos de inversión, un mayor numero de conceptos susceptibles a franquiciar, así como las opciones específicas de financiamiento para este modelo de negocios, que ha demostrado, por sus características estructurales y de operación, su fortaleza.

AÑO	PUNTOS DE VENTA	CRECIMIENTO	VENTAS
2006	55000	15%	70000
2005	50000	17%	80000
2004	42000	19.5%	N/D

- el crecimiento es con respecto al año anterior.
- las ventas son en millones de dólares.

FUENTE: AMF

En 2005 se cumplieron 20 años de la entrada de McDonald's al mercado mexicano. Aunque la industria de las franquicias ya existía, con la presencia de Howard Jonson y Helados Bing, por ejemplo, se puede decir que con la llegada del gigante de las hamburguesas es cuando detona la inquietud por el modelo de negocios.

A dos décadas de distancia, los expertos coinciden en que ha iniciado la etapa de consolidación del sector en nuestro país. Cada una de las empresas y las inversiones que se generen lo harán a paso firme, conformando cadenas o transformando y profesionalizando, con capacitación y tecnología, a cada vez mas segmentos comerciales, incluso oficios tradicionales.

Los cimientos son sólidos y los hechos contundentes. México fue el primer país que creo una Norma Mexicana de Franquicias, desarrollada bajo los parámetros metodológicos de la international organization for Standardization (ISO). Actualmente, 30 firmas han obtenido la certificación, y se espera que luego de la reducción de 50% en el costo de los tramites la cifra aumente en los próximos

meses, generando mas seguridad al inversionista, ya que reduce el riesgo y le garantice que la empresa verdaderamente hace lo que ofrece.

Hoy, a diferencia de 1986, cuando 90% de las franquicias eran estadounidenses, 68% de las empresas son mexicanas, 27% provienen de EU, 4% de España, y el restante 1% de otras naciones, principalmente Canadá. Estos datos muestran, sin duda, que las franquicias en México han recorrido un largo y solidó camino, que continuar podría seguir los pasos del mercado europeo.

1.3 CONCEPTO DE FRANQUICIAS

“En un sentido económico, una franquicia es un sistema de comercialización y distribución donde a un pequeño empresario (el concesionario) se le concede, a cambio de una contraprestación, el derecho a comercializar bienes y servicios de otro (el concedente) de acuerdo a ciertas condiciones y practicas establecidas del concedente y con su asistencia.” (FRANQUICIAS COMERCIALES, SAT)

La franquicia aparece en economías desarrolladas en donde existen producciones de bienes y servicios en forma masiva, a escala, y en la que los consumidores de estas mercancías y servicios exigen uniformidad en los bienes demandados. De esta forma son tres elementos que destacan como básicos para que pueda darse el fenómeno de la franquicia: la marca, la uniformidad del producto o servicio y el pago del licenciataro al licenciante

Lo dicho anteriormente, nos permite resumir de forma simple, que un franquiciador tiene el derecho de nombre o de marca registrada y le vende el derecho a un franquiciado; conociendo esto como licencia de producto.

“En la forma más compleja, el formato de licencia de negocio es una relación más amplia y continua que existe entre dos partes, donde a menudo comprende un rango completo de servicios, incluyendo selección de sitio, entrenamiento, suministro de productos, planes de marketing y también financiador. (GOLDEN Square, 1990, 132)

“En si las franquicias son un método de distribución o comercialización en el que una empresa (el franquiciador) concede, bajo contrato, a un individuo o a otra empresa

(franquiciado) permiso para establecer un negocio de una forma preestablecida, en un territorio determinado especificado.” (GOLDEN Square, 1990, 132)

1.4 VENTAJAS Y DESVENTAJAS DEL RÉGIMEN DE FRANQUICIAS

ASPECTOS POSITIVOS

➤ COMPRAS AL POR MAYOR

Gracias a la capacidad de compra al por mayor del franquiciador, el franquiciado obtiene con frecuencia los suministros a un costo muy inferior al que conseguiría como propietario independiente.

➤ PERMISOS DE INSTALACION

Por su complejidad, la tramitación de las solicitudes relativas a la instalación y apertura de locales puede requerir mucho tiempo. El franquiciador cuenta habitualmente con personal especializado que puede ayudar al franquiciado a resolver los trámites burocráticos.

➤ ESTUDIOS DE MERCADO

La probabilidad de éxito del franquiciado aumentara considerablemente si dispone de estudios de mercado detallados. Por lo general, el franquiciador puede facilitar o colaborar en su obtención.

➤ PUBLICIDAD A NIVEL NACIONAL

Una cadena de establecimientos con franquicia, actuando conjuntamente, puede realizar campañas de publicidad y/o promoción mucho mas importantes que las que

están al alcance de un franquiciado aislado. Entre un nombre conocido en todo el país y otro de ámbito local, la mayoría de los clientes se inclinarán por el primero.

➤ **ACORTAMIENTO DE LA CUERVA DE APRENDIZAJE**

En todos los negocios se produce una curva de aprendizaje a lo largo de la cual el principiante comete errores que en ocasiones resultan fatales; el producto no es exactamente adecuado, los precios son demasiado bajos, la capacidad de almacenaje o stock es insuficiente, etc. Puesto que las franquicias ya ha sido probada con anterioridad por su propietario, y probablemente por otros franquiciados, el nuevo concesionario podrá eliminar, al menos, las inflexiones mas onerosas de la curva de aprendizaje.

➤ **MENOR DESEMBOLSO DE CAPITAL**

En la mayoría de los casos, el desembolso de capital es menor que cuando se parte de cero, aunque algunas franquicias bien establecidas son muy costosas. Según Wimpy, la inversión de capital necesaria en equipo, servicios mecánicos y montaje del establecimiento supone como mínimo 170000 libras esterlinas. No obstante, el franquiciado puede eliminar derroches y errores iniciales que suelen representar al menos el 25% del coste puesta en marcha.

➤ **AYUDA EN EL DISEÑO**

El diseño y la disposición del local, así como la presentación del producto y de los servicios, pueden suponer el éxito o el fracaso de un establecimiento nuevo, especialmente si se trata de una tienda o de un restaurante; pero los proyectos de

decoración alcanzan en ocasiones precios prohibitivos. Frente a ello, el franquiciador tiene ya un modelo de estructura de local; en teoría, lo único que el franquiciado tiene que hacer es encontrar personas capaces de seguir las instrucciones.

➤ **ASISTENCIA EN LOS MOMENTOS DIFÍCILES**

aunque el franquiciado este bien establecido, en ocasiones necesitara ayuda; por ejemplo, en caso de enfermedad. Muchos franquiciadores bien establecidos y muy conocidos cuentan con equipos de asesores para hacer frente a equipos de problemas. Su interés en que el negocio funcione es comparable al del franquiciado, no solo porque con ello se asegura los ingresos derivados del canon, sino también porque las dificultades de un franquiciado pueden repercutir negativamente en los demás.

ASPECTOS NEGATIVOS

➤ **EL FRANQUISIADO TIENE QUE PAGAR PASE LO QUE PASE**

El franquiciado debe pagar en canon al franquisiador generalmente con periodicidad mensual y basado en la cifra de ventas. Los franquisiados suelen considerar esta obligación como un aspecto negativo, en especial si creen que el franquisiador no ha contribuido de acuerdo con sus posibilidades a la implantación del negocio.

➤ **CIFRA DE VENTAS Y BENEFICIOS**

Si el canon se basa en la cifra de ventas, tal vez el propietario empuje al franquiciado a realizar promociones arriesgadas que incrementen la cifra de ventas sin aumentar la rentabilidad.

➤ **EL FRANQUISIADO PUEDE QUEBRAR**

El franquiciado no está debidamente protegido ante la posibilidad de que el franquiciador tenga dificultades financieras que le impidan cumplir con sus obligaciones.

➤ **QUEDA LIMITADA LA LIBERTAD DEL FRANQUICIADO**

La esencia del sistema de franquicias está en el programa de acción, que da lugar a una uniformidad casi total.

➤ **PODRÍA EL FRANQUICIADO COMPRAR MÁS BARATO**

Cuando el franquiciado está obligado a comprar mercancías y servicios al franquiciador, puede suceder que estos no resulten competitivos frente a otras posibles fuentes de suministro.

➤ **CONTARÁ EL FRANQUICIADO CON APOYO CONSTANTE**

El éxito de un negocio en el régimen de franquicia depende de gran medida de un apoyo continuo por parte del franquiciador; sin embargo, no siempre es así. El

espíritu de contrato es tan importante como la letra, si falta voluntad de colaboración, es muy difícil imponerla por medios legales.

1.5 CARACTERÍSTICAS Y TIPOS DE FRANQUICIAS

TIPOS DE FRANQUICIA

Las franquicias o el concesionamiento ha sido el desarrollo de más rápido crecimiento y mayor interés en los últimos años. Aunque la idea básica ya es vieja, algunas formas del concesionamiento son muy recientes. Pueden distinguirse tres formas de concesionamiento:

La primera es el sistema de concesión al detallista patrocinado por el fabricante, el cual ejemplifica la industria automóviles. Así la Ford concesiona a los distribuidores para que vendan sus automóviles y los distribuidores, que son negociantes independientes, aceptan cumplir con varias condiciones de ventas y servicios.

La segunda es el sistema de concesionamiento al mayorista patrocinado por el fabricante. Este sistema se encuentra en la industria refresquera. Coca - Cola, por ejemplo, otorga licencia a embotellador (mayoristas) en varios mercados, los cuales adquieren sus concentrados a los que agregan carbonato, embotellan y venden a los detallistas en los mercados locales.

La tercera es el sistema de concesionamiento al detallista patrocinado por la firma de servicios. En este caso, una firma de servicio organiza todo un sistema para llevar su servicio en forma eficiente a los consumidores. Ejemplo de este tipo de concesionamiento se encuentran en el negocio de la venta de vehículos (Hertz, Avis), en el negocio de alimentos rápidos (Mc. Donald's, Burger King), y en el negocio de moteles (Howard, Johnson, Ramada Inn).

CARACTERÍSTICAS DE UNA BUENA FRANQUICIA

Una buena franquicia debe ser ante todo un éxito probado y transmisible que puede ser reproducido por el franquiciado en su territorio. Una buena fórmula tiene las características siguientes.

- Tiene relación con la comercialización de un producto o servicio de buena calidad.
- La demanda para el producto o servicio es universal o, al menos, no se limita únicamente a la región de origen del franquiciador.
- Deja al franquiciado ya establecido en un lugar un derecho de primer rechazo en el momento de implantación de una o varias franquicias en su territorio.
- Prevé una transferencia inmediata de saber hacer y una formación efectiva del franquiciado en las técnicas de comercialización y en los métodos propios de la franquicia en cuestión.
- Hace sus pruebas con una empresa piloto.
- Establece las modalidades de una relación continua entre el franquiciador y el franquiciado con objeto de mejorar las condiciones de explotación de la franquicia y de intercambiar innovaciones, ideas de nuevos productos y servicios, etc.
- Describe explícitamente las aportaciones iniciales (enseña, formación, saber hacer) y las permanentes (soportes de marketing, publicidad, acciones

promocionales, investigación y desarrollo, servicios diversos) del franquiciador.

- Expresa los pagos inmediatos (derechos iniciales) y continuos (canon) que el franquiciado debe efectuar.
- Implica al franquiciado en el proceso de definición de las orientaciones futuras de la franquicia y le hace participar en la vida de la franquicia.
- Prevé un procedimiento de renovación, renegociación y anulación del contrato de franquicia, así como una posibilidad de rescate para el franquiciador.

La franquicia ofrece una opción interesante frente a las estructuras verticales convencionales o controladas. En efecto, en una red franquiciada, la inversión de cada tienda está hecha por el franquiciado, propietario de la tienda. Desde el punto de vista del franquiciador, la creación de una red de franquicias le permite disponer rápidamente y con poco coste de una red comercial internacional y ello sin invertir directamente en la propiedad de la red, pero controlándola por contrato.

La franquicia es un sistema de distribución integrado, controlado por el franquiciador, pero financiado por los franquiciados. Una franquicia acertada es un buen socio en el que el éxito del franquiciador y el del franquiciado están indisolublemente unidos.

1.6 MERCADO DE LAS FRANQUICIAS

En los últimos años el sistema de negocios por franquicias alcanzó un explosivo desarrollo gracias a la globalización de la vida económica de las naciones orientadas a una creciente apertura en este proceso de transformación del capitalismo.

Las renovadas estrategias de comercialización de productos y servicios pusieron en un primer plano la alternativa de sumar un mayor número de bocas de expendio con beneficios para el franquiciante y el franquiciado.

De acuerdo a estimaciones del departamento de Comercio estadounidense, a finales de este siglo un 50 por ciento de las ventas minoristas se manejará dentro del sistema de franquicias.

Este interesante campo no es exclusivo de los países desarrollados, las franquicias no tienen fronteras. Desde hace varios años América Latina como otros mercados emergentes transita sus propias experiencias con un despliegue más generoso en el Brasil, siguiéndolo México, Chile, Colombia y la Argentina.

Pero también comenzó a notarse incluso en los mercados socialistas y no faltan locales por franquicias en recónditos puntos del planeta. En muchas ciudades bajo diferentes climas y latitudes es posible degustar la famosa Big Mac, rentar vídeos de la cadena Blockbuster, dormir en la cadena Holiday Inn, entre otros.

Hay un gran número de empresarios que contempla otorgar franquicias de su negocio, con la seguridad de que al hacerlo puede resolver sus necesidades de expansión, para aquellos que alguna vez han soñado ser dueños de su propio

negocio, la franquicia se ha constituido en una opción interesante y segura para lograr su propósito en un ambiente de negocios incierto.

Al franquiciante le cabe la tarea de fijar el nombre comercial, elegir los colores corporativos, diseñar su imagen pública, definir el producto, escribir los manuales de funcionamiento, concretar la transferencia de la tecnología involucrada a quien recibe la licencia, controlar la calidad, determinar la indumentaria de los empleados, establecer las pautas publicitarias, brindar asesoría permanente y dar entrenamiento a quien opera la licencia.

La comunicación de la imagen global de la marca aparece como el condimento esencial para garantizar el éxito de los negocios. Esto, aunado a la estrategia empresarial conforman el sustento de esta actividad.

Latinoamérica es un mercado muy buscado por las firmas de Estados Unidos, el país de origen del sistema de franquicias y el lugar donde el sector es más dinámico. Pero una de las tendencias más recientes muestra que las empresas en América latina también intentan, por medio de franquicias ganar mercados más allá de sus fronteras.

Del mismo modo que el fenómeno de la internacionalización partió de Estados Unidos, los recientes análisis de este mercado sacan a la luz otros cambios en el rubro que, a medida que el desarrollo continúe, se reflejarían en Latinoamérica.

No es raro que un sector tan ágil y versátil como las franquicias responda a los cambios económicos y sociales con rapidez. La orientación creciente de la economía

hacia la generación de servicios, la incorporación de más mujeres al mercado de trabajo o el envejecimiento progresivo de la población son algunas de las tendencias que repercuten en el sector de las franquicias.

Así, se espera que los negocios de mayor expansión entre los que trabajan por franquicias sean aquellos relacionados con la prestación de servicios, como las reparaciones, la limpieza hogareñas, el mantenimiento y reparación de autos, asistencia médica, educación y entrenamiento o telecomunicaciones. También tienen posibilidades de florecer los servicios a empresas, como contaduría, distribución de correspondencia, personal temporal, impresiones y otras actividades.

Aunque la situación de los países latinoamericanos difiere bastante entre sí, en algunos como México, Argentina y Brasil este tipo de franquicias ya existe. Como los penetrantes tambores de las tribus de otros tiempos, el boom de las franquicias se expande por todos los rincones.

1.7 CONTRATO DE FRANQUICIAS

DENOMINACIÓN Y CONCEPTO

El termino franquicia con que se denomina el contrato proviene de una traducción literal, quizá incorrecta, del vocablo ingles franchise.

En el diccionario jurídico, franchise se traduce como: franquicia, privilegio, patente, concesión social, derecho de votar, franquicia de voto, porcentaje mínimo de responsabilidad del asegurado; y en materia aduanera o fiscal, impuesto de privilegio o patente sobre concesión, derecho de licencia.

Con el nombre de acuerdo de franquicia se reglamenta a este contrato en el RLRTT (art. 23ª 26, 37-II, 40-II, 54 y 60). Aunque el termino de acuerdo significa para el propio reglamento, “todo acto, convenio o contrato” de transferencia de tecnología (art.2), es conveniente el uso de términos contrato que es mas técnico y preciso.

Con relación a las partes que celebran el contrato, estas se denominan en ingles franchiso y franchisee, sin traducción literal aparente en español.

Según el RLRTT utiliza los términos genéricos de la ley proveedor y adquirente.

Concepto: El RLRTT define al contrato de franquicia como “ aquel en que el proveedor, además de conceder el uso o autorización de explotación de marcas o nombres comerciales al adquirente, trasmite consentimientos técnicos o proporcione asistencia técnica, en los términos de los incisos a), f) g) y h) del articulo 2 de la ley, con el propósito de producir bienes o presentar servicios de manera uniforme y con

los mismos métodos operativos, comerciales y administrativos del proveedor, independientemente de algún otro de los supuestos que marca el precepto y ya citado”

El contrato de franquicia se asemeja a la concesión administrativa y al contrato de concesión mercantil o de distribución. En estas figuras encontramos un elemento común, la existencia del privilegio o concesión.

La franquicia se distingue de la concesión en que esta la otorga del estado de explotar un servicio público o bienes del propio estado. La franquicia se otorga contractualmente por un particular a otro particular y es, básicamente, para la explotación de una empresa o negociación que involucra el uso de la marca(s) y la transferencia de tecnología (conocimientos técnicos, asistencia técnica).

La concesión como acto administrativo puede darla por terminada el estado unilateralmente; no así la franquicia es un contrato. En las dos figuras encontramos como semejanzas el privilegio de que se otorga al concesionario y el derecho para explotar cierta actividad bajo el control del concedente.

CLASIFICACIÓN DEL CONTRATO DE FRANQUICIAS

- Mercantil: Se celebra entre comerciantes para explotar una empresa o para distribuir y revender productos.
- Bilateral: Produce obligaciones por las dos partes contratantes (art. 1836 de CC)

- Oneroso: En la mayoría de los casos se pacta una contraprestación, hay derechos y gravámenes recíprocos (art. 1837 de CC)
- De colaboración: Conforme a una clasificación de los contratos mercantiles, “en los que una parte coopera con su actividad al mejor desarrollo de la actividad económica (empresa) de la otra”.
- Formal: Requiere celebrarse por escrito, inscribirse en la dirección de invenciones y marcas, y en registro de la transferencia tecnológica cuando incluyen actos jurídicos de lo previsto en la ley de propiedad industria y en la ley reglamentaria de transferencia tecnológica.
- Atípico: No esta regulado en la legislación mexicana en cuanto a la relacion de derecho privado entre las partes contratantes.

OBLIGACIONES Y DERECHOS DE CONCEDENTE

Las principales obligaciones del concedente en un contrato de franquicias son, en términos generales, las siguientes:

- 1) Conceder el uso de marcas.
- 2) Autorizar el uso de nombres comerciales.
- 3) Concesión para la explotación de patentes.
- 4) Proveer la tecnología.
- 5) Garantizar la tecnología, marcas y patentes. La LRTT determina que es causa de negativa de inscripción de un contrato de transferencia tecnológica el que el concedente “no garantice la calidad y resultados de la tecnología contratada.

- 6) Determinar estándares de calidad.
- 7) Derecho de inspección.

OBLIGACIONES DE CONSESIONARIO

- 1) Usar las marcas.
- 2) Usar los nombres comerciales y explotar patentes.
- 3) Situar el establecimiento con aprobación del licenciante.
- 4) Cumplir con los requerimientos de uso y aplicación de la tecnología.
- 5) Seguir todas las especificaciones sobre la organización del negocio,
- 6) Pagar la contraprestación.
- 7) Informar periódicamente.
- 8) Guardar secreto.
- 9) No vender o explotar servicios y productos.
- 10) No ceder, traspasar o sublicenciar, el concesionario no puede ceder, traspasar o celebrar contratos de subfranquicia sin autorización expresa del concedente.
- 11) Aceptar inspecciones.
- 12) A la terminación: Cuando termina el contrato, el concesionario tiene la obligación de discontinuar el uso de la franquicia que supone dejar de usar las marcas, nombres y avisos comerciales, y la explotación de patentes, así como de toda tecnología proporcionada por el concedente.

El contrato de franquicias es, en nuestro derecho mexicano, un contrato atípico, pues no está disciplinada en nuestra ley la relación entre concedente a concesionario de la franquicia. Sin embargo, tiene tipicidad social.

Una vez analizado las generalidades de los negocios de franquicias, es importante fijar políticas e implementación de una administración financiera en la empresa, esto para lograr la eficiencia y eficacia de dichos negocios. Las franquicias además de ser uno de los negocios modelo, ya que el franquiciatario te proporciona manuales de operación y procedimiento, con esto queremos decir que dichos negocios traen un plus en comparación de uno de productos nuevos, con esto se inicia una buena administración, es por ello que en el siguiente capítulo se observarán y se analizarán todas las cuestiones financieras de la empresa, la importancia de las decisiones financieras que hay que tomar en el mundo de los negocios.

CAPÍTULO II

LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

La administración financiera, una de las herramientas de control más eficaces para el efectivo de una empresa, es muy importante la aplicación de una buena administración dentro de una empresa, las franquicias por lo regular están bien reguladas y estructuradas, el uso de una buena información financiera permite una toma de decisiones más acertada que beneficia a la empresa teniendo rendimientos, a continuación se analizarán los puntos más importantes para lograr una buena administración de nuestras inversiones.

2.1 EVOLUCIÓN DE LA ADMINISTRACIÓN FINANCIERA

La administración financiera es una rama autónoma de la economía y como tal ha venido evolucionando. Dicha rama surgió al mismo tiempo que empezaron a crecer los mercados nacionales y el gran movimiento de fusiones de empresas importantes que han venido originando grandes empresas industriales a finales del siglo anterior y a principios de este.

Y debido a la complejidad de las mismas, los administradores de dichas empresas se enfrentaron a una complejidad en cuanto a presupuestar y financiar operaciones de estos grandes industriales, es por ello que se vieron obligados a administrar esas estructuras importantes de capital y se apegaron a una administración financiera.

Según el autor Gil Mendoza , del libro titulado administración financiera, señala que uno de los principales problemas que dio origen a la administración financiera fueron:

Una excesiva confianza en los bonos mas que en las acciones, particularmente en las empresas de nueva creación. Esta preferencia por deudas a largo plazo produjo fuertes cargos fijos para las empresas, las cuales tuvieron que enfrentarse a las fluctuaciones económicas del mercado y a los ciclos de negocios sin los beneficios de una política racional estabilizadora.

Los pagos no garantizados de dividendos, aun durante periodos de utilidades declinantes, lo que debilito aun mas la viabilidad de las empresas.

Debido a este tipo de problemas de tipo administrativos, se empezaron a tomar determinadas actitudes, mediante un análisis y observaciones en empresas industriales, les entro una preocupación sobre los lineamientos a seguir para tener una solvencia económica que les pudiera garantizar la sobre vivencia como empresa.

El desarrollo de la administración financiera durante las primeras décadas del siglo XX estuvo condicionado con una serie de cambios socioeconómicos, como el surgimiento intempestivo de industrias de la radio, la química, el acero, los automóviles; con esto se tuvieron que tomar medidas de control y planeación, perfeccionando así la administración financiera, las empresas se empezaron a preocupar por la liquidez de la empresa y por consecuente en su estructura financiera.

Durante la década de los cincuentas la administración financiera se fue perfeccionando ya que se empezó a tener cierto interés en los flujos de efectivo y análisis en las razones financieras; también se empezaron a implementar controles administrativos, tales como los presupuestos, como manejar la antigüedad de cuantas por cobrar y como administrar sus inventarios.

Después, en el periodo de 1960-1970 se caracterizaron ciertos avances interesantes. El área administrativa se sofisticó ya que las empresas no solo les importaba ya la liquidez y los presupuestos, también ya analizaban los márgenes de utilidad, la solvencia para pagar sus deudas e implementaban medidas de control sobre estos, analizaban los mercados y estructuraban políticas de inversión sobre los sobrantes de efectivo que tuvieran o criterios para tomar créditos a corto o a largo plazo.

Finalmente en la década de los 90's, se daba un énfasis a las llamadas fusiones, la formación de una empresa con dos o más, creando una nueva o subsistiendo una de ellas; esta formación de nuevas empresas permitió financiarse y salir de bancarrotas y lograr reorganizar una empresa con liquidez y expansión en los mercados.

2.2 TEORIA FINANCIERA DE LA EMPRESA

Después de haber observado la evolución de la administración financiera, podemos observar que se han venido cambios importantes en la estructura que financiera que llevan las empresas, dichas empresas adoptan una serie de estrategias para invertir sus excedentes de efectivo o bien para escoger el mejor instrumento de crédito en caso de que tengan faltantes en sus flujos de efectivo.

La empresa es una unidad de negocio, donde su principal motor financiero son los flujos de efectivo, que le falta, que le sobra, una empresa que empieza debe tener en cuenta, que si quiere crecer debe de hacer una recapitalización de sus utilidades, al menos durante los primeros 3 años, debe de tener reservas de efectivo que le permitan solventar posibles contingencias. Es por ello que el inversionista debe tener en bien estudiado el giro de su empresa o bien de su inversión, tomar la mejor decisión para su elección, analizar el papel que tiene la incertidumbre en cuestiones de inversión en negocios, medios en los que puede obtener financiamientos a corto y largo plazo, valorar comportamiento de negocios similares y hacer pronósticos sobre condiciones económicas futuras, todo esto le va a servir al inversionista para hacer una inversión sin riesgo.

Según el autor Gil Mendoza , del libro titulado Administración Financiera, los puntos básicos para el análisis de una invertir en una empresa son:

1. Si consideramos la posición de la empresa en el mercado, la demanda de sus productos, su capacidad de producción y sus oportunidades de inversión, ¿ que activos específicos debe adquirir? El proceso para tomar tales decisiones es conocido como presupuesto de capital. Y comprende, entre otros aspectos, la especificación de los objetivos de la empresa, una serie de técnicas para medir el rango, la captación y el desarrollo de proyectos específicos, así como también la definición del efecto que tendrá la adquisición de un nuevo activo sobre los flujos de efectivo originados por los demás activos. La evaluación de los proyectos de inversión debe estar basada en dos tipos de criterios:
 - a) Las preferencia de la administración, invariablemente representadas por una función de utilidad típicamente definida en términos de las características mensurables de la inversión.
 - b) Las expectativas de la administración acerca de los futuros costos y beneficios de los proyectos. Estas expectativas pueden ser extrapoladas (basadas en el desarrollo histórico de proyectos iguales o similares al proyecto en cuestión) o subjetivas (basadas en estimaciones obtenidas sin la ayuda de información previa.
2. Dada la posición de la empresa en el mercado y sus oportunidades de inversión, ¿Cuál es el volumen total de fondos que debe comprometer? Es decir, ¿Cuál debe ser la composición de los activos de la empresa? La respuesta a esta pregunta debe considerar, entre otros aspectos, la especificación del nivel de activos circulantes y fijos, la composición relativa de cada una de estas categorías y las consideraciones de liquidez de la empresa conforme a las evoluciones de mercado.
3. Si se considera la posición de la empresa en el mercado y sus oportunidades de inversión, ¿Cómo debe adquirir los fondos necesarios para poner en practica sus

decisiones de inversión? Es decir, ¿Cuál debe ser el nivel y la composición de sus pasivos? El proceso para tomar tales decisiones se le conoce como financiamiento de capital y comprende, entre otros aspectos, la especificación del nivel de los pasivos a corto y largo plazo, así como el peso relativo de estos sobre el capital de la empresa. Debido a que la introducción de deudas dentro de la estructura financiera de la empresa también altera las prioridades para su riqueza debemos por el así llamado riesgo financiero, que se refiere a la relativa incapacidad de la empresa para satisfacer sus obligaciones con sus acreedores. Los aspectos relativos al costo de capital procedente de cada fuente individual y a la evaluación de la estructura financiera de la empresa con respecto al mercado, constituyen un punto central en las en las decisiones de financiamiento de la empresa.

El análisis para tomar una decisión de inversión, es fundamental ya que si la inversión se realiza en forma empírica se tiene el riesgo de salir a flote, en cambio si utilizamos un análisis previo a la inversión tenemos mas probabilidad de haber echo la inversión en forma acertada lo cual nos generara rendimientos y con todo esto le sumamos una administración financiera adecuada en el cual se fijen políticas financieras que hagan que el efectivo excedente crezca o que se financien en instituciones de crédito con los mejores planes de pago, la empresa ira creciendo conforme el mercado de su producto lo permita.

Otras de las cosas que es importante analizar de la inversión en una empresa son los factores externos de la misma, como las restricciones legales, el nivel de actividad económica donde se va implantar la empresa, las disposiciones fiscales y las condiciones del mercado; esto influye tanto en el precio que se les va a dar a los

productos que ofrezcamos y por consecuente con la rentabilidad esperada del negocio.

El administrador financiero dentro de una empresa tiene la responsabilidad del efectivo y los valores negociables de la empresa, la planeación de la estructura de capital, su meta es hacer una maximización de la riqueza de los accionistas; el apalancamiento juega un papel importante con lo antes mencionado ya que al analizar la estructura de capital se puede optar por invertir poco y apalancarse con sus proveedores y acreedores, claro que esto va a aumentar el riesgo en las utilidades de la empresa, entonces antes de hacer una estructura de capital a la empresa es importante fijar políticas que permitan tener una compensación entre riesgo vs rendimiento, ya que al usar mayores deudas aumenta el riesgo tanto en utilidades como en la marcha del negocio.

2.3 DECISIONES FINANCIERAS

Las decisiones financieras son unos de los puntos mas importantes a tratar en una empresa, ya que una decisión de inversión mal tomada es punto fundamental para que la empresa gane o pierda.

Una inversión es un desembolso de capital, el cual incluye un sacrificio a cambio de un rendimiento a futuro. La decisión de una inversión puede variar entre inversionistas ya que unos se dejan guiar por la intuición (una corazonada que sientan) y muchos otros primero analizan y comparan entre diferentes tipos de inversión para tomar la que mejor les convenga, hay inversiones con mucho grado de riesgo que por lo regular son las de menor rendimiento, también hay inversiones donde el inversionista corre el riesgo de perderlo todo pero también de llevarse las máximas utilidades que cualquier instrumento financiero le daría, es por ello que antes de realizar cualquier tipo de inversión es muy conveniente analizar los riesgos para que la inversión que realicemos no salga a flote.

Existen varios puntos a tomar en cuenta al momento de realizar una inversión, como son:

- La empresa o la persona que emprende una inversión.
- El capital que se esta invirtiendo.
- El costo del desembolso para la inversión
- El valor esperado por dicha inversión.

Dichos puntos son muy importantes ya que en primera, debemos tener la iniciativa de invertir, de emprender un negocio, para el cual debemos tener el capital suficiente para realizarlo y como toda inversión, tener un rendimiento esperado por dicho desembolso de capital.

También es indispensable señalar que la motivación juega un papel importante en la inversión, ya que un inversionista lo mueve determinado gusto por algún producto u servicio, por lo cual la decisión va relacionado con el gusto que le tenga el inversionista a determinado producto o servicio el cual quiera emprender.

Hay diferentes tipos de inversiones en las cuales se puede tomar la decisión, como:

- **Inversiones para reemplazo:** Son básicamente las que se realizan para quitar de nuestro almacén todos las mercancías obsoletas o que sabemos que no se va a vender por unas nuevas o de ultima generación; otro ejemplo puede ser al momento de cambiar una camioneta para reparto de mercancía por otra nueva que nos va a incrementar nuestra capacidad de distribución.
- **Inversiones para expansión:** El objetivo fundamental de este tipo de inversiones es el de incrementar producción y por lo consecuente nuestras ventas, esta expansión va relacionada con la demanda del producto, ya que si el mercado no pide mas de lo que se ofrece, no tendría caso hacer este tipo de inversión.
- **Inversión para modernización:** Este tipo de inversión se hacen con el fin de dar imagen a la empresa, prestigio y estar al nivel de los competidores; ya que dicha inversión requiere la compra de tecnología de punta de cambiar lo

antiguo por lo mas moderno, esta inversión esta relacionada con la imagen de la misma.

- **Inversiones estratégicas:** Este tipo de inversiones se realizan mediante análisis previo; se invierte en la alternativa que mas nos convenga.

Es muy importantes elegir el tipo de inversión que se va a llevar a cabo, esto con el fin de recopilar datos que nos ayuden a analizar la mejor alternativa de inversión para determinado proyecto.

Para la adecuada toma de decisiones se sugiere recorrer paso a paso el siguiente proceso:

PROCESOS SISTEMÁTICOS PARA LA TOMA DE DECISIONES.

Un proceso sistemático útil para la toma de decisiones en cualquier área de la empresa o en cualquiera de las otras funciones organizacionales (mercadeo, producción, administración) es el que se expondrá seguidamente, el cual si se aplica a las decisiones financieras debe aumentar el grado de éxito en los resultados. Este proceso está compuesto por 10 etapas, de manera sistemática, por lo que no puede saltarse alguna de ellas. Aquí solo se señalan, dejando para otro artículo el desarrollo de cada una. Estas son:

1. Determinación del problema o situación de decisión.
2. Formulación de los objetivos de la decisión.
3. Recopilación de información.

4. Procesamiento de la información recabada.
5. Formulación de alternativas de decisión.
6. Evaluación de cada una de las alternativas formuladas.
7. Selección de la o las mejores alternativas.
8. Implantación de la o las alternativas seleccionadas.
9. Administración de la decisión.
10. Retroalimentación.

Existen diferentes métodos en los cuales se basa para la buena toma de decisiones, como la evacuación de un proyecto, en esta evaluación se analiza si un proyecto es rentable, periodos de recuperación de la inversión inicial, si conviene o no invertir en el.

Según el autor Abraham Perdomo, en su libro titulado Toma de Decisiones financieras, existen varias técnicas para tomar decisiones:

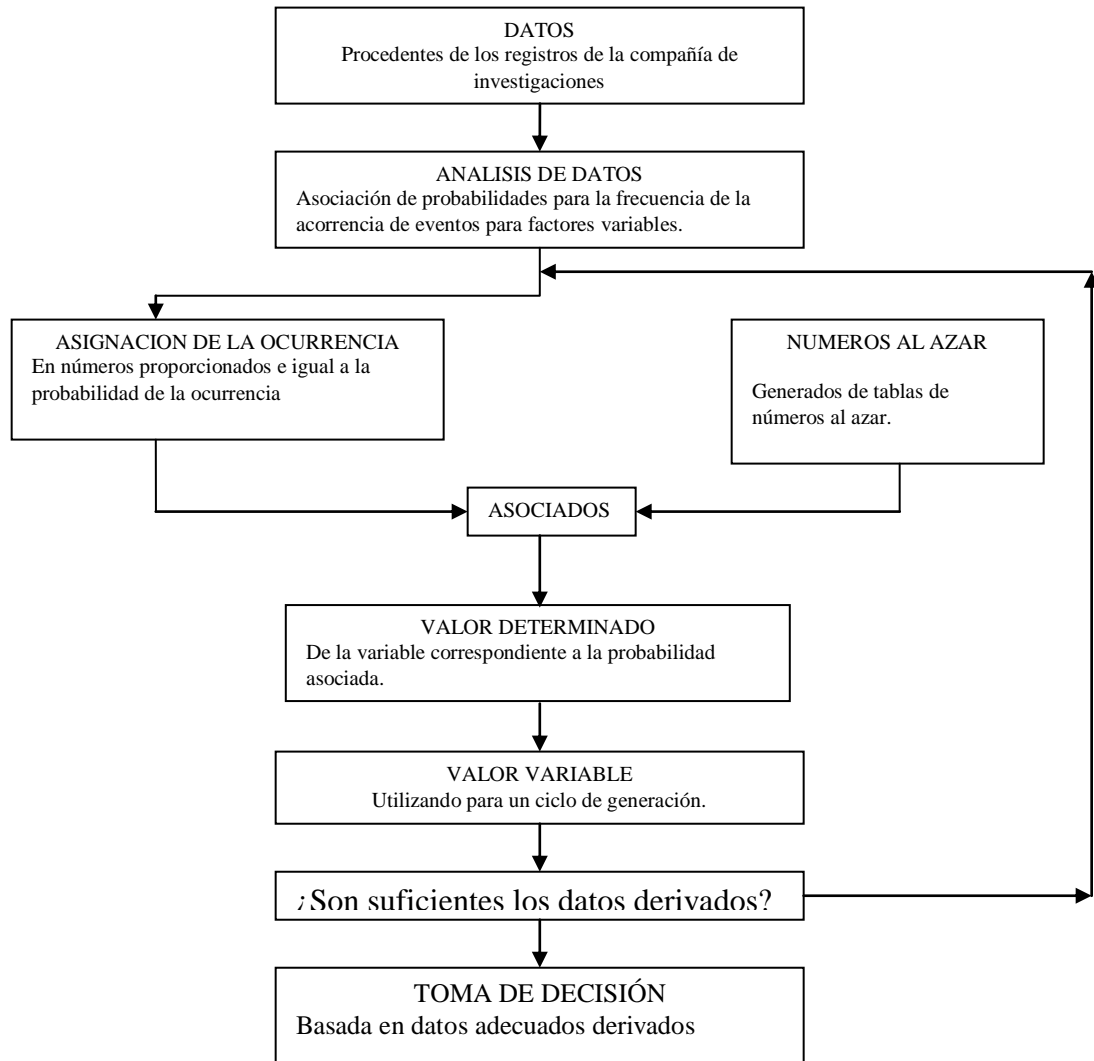
- ✓ Técnica heurística.
- ✓ Simulación.
- ✓ Programación lineal.
- ✓ Programación dinámica.
- ✓ Técnica de una red de actividades.
- ✓ Teoría de la decisión estadística.
- ✓ Teoría de los juegos.
- ✓ Técnica Monte Carlo.
- ✓ Filas de espera.

- ✓ Análisis marginal.
- ✓ Análisis de costo-efectividad.
- ✓ Investigación de operaciones.
- ✓ Entre otros.

Entre las técnicas de mas común aplicación encontramos a “teoría de la decisión estadística” que trata mayormente de los problemas mal estructurados en condiciones de riesgo e incertidumbre, la teoría de la decisión estadística facilita un acercamiento heurístico a la solución de problemas.

La técnica de monte carlo, es una técnica en manera de simulación; pero también incluye factores de probabilidad. La simulación esta guiada por el muestreo al azar, para tomar en cuenta la probabilidad de que el evento suceda. En otras palabras, se emplea el muestreo al azar para simular los eventos naturales, con el fin de determinar la probabilidad de los eventos que se estudian.

Pauta básica de la técnica de Monte Carlo.



El método de monte carlo es especial para aquellas interrogantes que se hace un inversor antes de realizar el desembolso de capital, tales como si va a obtener rendimientos, que probabilidad hay de que quiebre la empresa en el primer año, basándonos en este método para tomar una decisión, en este caso de inversión nos va a ser útil ya que este método analiza datos y dichos datos lo procesa

probabilidades de ocurrencia para posteriormente arrojarlos datos numéricos que nos ayuden a elegir determinada opción.

También existe otro tipo de métodos para analizar la información financiera de una empresa y dicho métodos nos va a ayudar a tomar decisiones racionales, las cuales son las razones financieras. Uno de los instrumentos más usados para realizar análisis financiero de entidades, ya que estas pueden medir en un alto grado la eficacia y comportamiento de la empresa. Estas presentan una perspectiva amplia de la situación financiera, puede precisar el grado de liquidez, de rentabilidad, el apalancamiento financiero, la cobertura y todo lo que tenga que ver con su actividad.

Las Razones Financieras, son comparables con las de la competencia y llevan al análisis y reflexión del funcionamiento de las empresas frente a sus rivales, a continuación se explican los fundamentos de aplicación y calculo de cada una de ellas.

Una de las mas importantes son las siguientes:

RAZON FINANCIERA	FORMULA
Razón de liquidez	Activo circulante / Pasivo circulante
Solvencia inmediata	Activo circulante – Inventarios /Pasivo circulante
Capital de trabajo	Activo circulante - Pasivo circulante
Endeudamiento	Pasivo total / Activo total
Rotación de inventarios	Costo de ventas / Promedio de inventarios
Rotación en días	Días del año / Rotación de inventarios

Rotación de cuentas por cobrar	$\text{Ventas netas} / \text{Promedio de cuentas por cobrar}$
Días promedio de cobro	$\text{Días del año} / \text{Rotación de cuentas por cobrar}$
Rotación de cuentas por pagar	$\text{Compras} / \text{Promedio de cuentas por pagar}$
Días promedio de pago	$\text{Días del año} / \text{Rotación cuentas por pagar}$
Margen de utilidad	$\text{Utilidad neta} / \text{Ventas netas}$
Costo de ventas	$\text{Costo de ventas} / \text{Ventas netas}$
Rentabilidad	$\text{Utilidad financiera} / \text{Capital contable}$

Con las razones financieras se analiza el funcionamiento en general de la empresa, estas razones dan elementos importantes de tomar en cuenta antes de realizar una inversión o tomar determinada decisión.

Una decisión financiera racional va acompañada de un análisis previo, ya que antes de invertir y sea cual sea el tipo de inversión hay que tomar en cuenta en el capital con el que contamos, elaborar un proyecto , medir el valor que resulta de dicho proyecto, hacer comparaciones con demás proyectos o tipos de inversiones, analizar en cuanto tiempo recupero el dinero invertido y elegir entre las opciones analizadas; el análisis va a permitir al inversionista hacer una inversión planeada y racional.

2.4 DESARROLLO Y RECUPERACION DE LA INVERSIÓN

El desarrollo de una inversión tomada, aplica medidas aproximadas de su rentabilidad ya que estas no son exactas, algunas corporaciones miden la productividad de los proyectos mediante porcentajes anuales de capital empleada, dichas medidas arrojan estados financieros y su objetivo es mostrar la tasa de rendimiento real.

Un inversionista racional toma en cuenta al momento de hacer una inversión la razón de costo-beneficio descontada, que es la proporción del valor presente de todos los beneficios futuros entre el valor presente del desembolso del proyecto, descontando ambas corrientes a la misma tasa.

Otro principio que toma en cuenta es la tasa interna de rendimiento , que es la tasa de descuento que iguala el valor de todos los flujos de ingreso y de todos los flujos de egreso de efectivo esperados en el proyecto. Por ultimo toma en cuenta el método del valor presente neto que es la diferencia entre los futuros flujos de ingreso y egreso, descontados a la misma tasa.

Después de la aplicación de métodos para medir los rendimientos de la inversión, es importante analizar el costo-beneficio para saber si nos conviene o no invertir.

Otro de los puntos interesantes de analizar es el periodo de recuperación, el tiempo que voy a tener que esperar para poder obtener del negocio lo que invertí.

El periodo de recuperación es algo que se tiene que observar, ya que nos va a decir el lapso de tiempo en el que vamos a recuperar el desembolso de capital que hicimos al iniciar un negocio; dicho periodo se basa en la marcha del negocio y la aceptación del producto en el mercado y no tanto en los gastos de instalación y la adquisición de materias, esto debido a que si el producto no se vende, no va haber fondos para cubrir ni si quiera los gastos fijos.

Una de las formulas para calcular el periodo de recuperación es:

Periodo de recuperación = $\frac{\text{xxxxxx}}{\text{xxxxxx}} = \text{xx}$

Se divide el costo inicial, entre los flujos anuales de efectivo, y el cociente resultante es el periodo de recuperación.

Este método tiene algunas ventajas como:

- La rapidez de sus cálculos.
- Se emplea únicamente como un método rápido para seleccionar alternativas.
- Es una medida adecuada para las empresas que tienen oportunidades internas de inversión.
- Es útil para aproximar el valor de aquellas inversiones riesgosas cuya tasa de empleo de capital es difícil de predecir.

Como todo, también tiene sus desventajas y es que dicho método no es tan preciso, exagera la importancia de la liquidez como una meta de las decisiones de gastos de

capital; ignora la vida económica y no considera las utilidades de una inversión posteriores al periodo de recuperación.

En la recuperación es importante tomar en cuenta el riesgo, ya que este le da una desviación a las ganancias esperadas, se debe de ajustar el riesgo al momento de calcular las tasas de descuento; para ello el inversionista o la persona que tenga las riendas de la empresa deberá contar con flexibilidad para reasignar recursos, revender el activo e invertir después, inclusive abandonar el proyecto.

Ya que en los proyectos de inversión solo se observa y analiza el lado positivo, como lo son los rendimientos y no le dan importancia a los riesgos, los cuales le pueden dar un giro impresionante al proyecto y por lo tanto ser este elemento importante para abortar la inversión.

Otro de los métodos financieros para analizar si una inversión conviene o no es la llamada VAN (Valor actual neto).

Por Valor Actual Neto de una inversión se entiende la suma de los valores actualizados de todos los flujos netos de caja esperados del proyecto, deducido el valor de la inversión inicial.

Si un proyecto de inversión tiene un VAN positivo, el proyecto es rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable es el que tenga un VAN más alto. Un VAN nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que colocar los fondos en él

invertidos en el mercado con un interés equivalente a la tasa de descuento utilizada. La única dificultad para hallar el VAN consiste en fijar el valor para la tasa de interés, existiendo diferentes alternativas.

Como ejemplo de tasas de descuento (o de corte), indicamos las siguientes:

a) Tasa de descuento ajustada al riesgo = Interés que se puede obtener del dinero en inversiones sin riesgo (deuda pública) + prima de riesgo).

b) Coste medio ponderado del capital empleado en el proyecto.

c) Coste de la deuda, si el proyecto se financia en su totalidad mediante préstamo o capital ajeno.

d) Coste medio ponderado del capital empleado por la empresa.

e) Coste de oportunidad del dinero, entendiendo como tal el mejor uso alternativo, incluyendo todas sus posibles utilidades.

La principal ventaja de este método es que al homogeneizar los flujos netos de Caja a un mismo momento de tiempo ($t=0$), reduce a una unidad de medida común cantidades de dinero generadas (o aportadas) en momentos de tiempo diferentes. Además, admite introducir en los cálculos flujos de signo positivos y negativos (entradas y salidas) en los diferentes momentos del horizonte temporal de la

inversión, sin que por ello se distorsione el significado del resultado final, como puede suceder con la TIR.

Los factores que deben emplearse al computar el valor actual de una empresa son:

- 1.- Importe de las actividades futuras.
- 2.- Tiempo o fecha de las actividades futuras.
- 3.- Importe de los desembolsos futuros.
- 4.- Tiempo o fecha de los desembolsos futuros.
- 5.- Tasa de descuento.

Una vez teniendo todos los elementos importantes para calcular el valor neto de una empresa o proyecto se utiliza la siguiente formula:

Fórmula general:

$$VAN = \sum_{t=0}^n \frac{A_t}{(1+k)^t}$$

Donde A_n = cantidad de dinero que desea tener de aquí a n años

VAN = Valor Presente Neto

k = tasa de interés anual

En dichos cálculos la tasa de interés es conocida como la tasa de descuento.

Tasa Interna de Rentabilidad (T.I.R.)

Este método considera que una inversión es aconsejable si la T.I.R. resultante es igual o superior a la tasa exigida por el inversor, y entre varias alternativas, la más conveniente será aquella que ofrezca una T.I.R. mayor.

Las críticas a este método parten en primer lugar de la dificultad del cálculo de la T.I.R., aunque las hojas de cálculo y las calculadoras modernas (las llamadas financieras) han venido a solucionar este problema de forma fácil.

Pero la más importante crítica del método es la inconsistencia matemática de la T.I.R. cuando en un proyecto de inversión hay que efectuar otros desembolsos, además de la inversión inicial, durante la vida útil del mismo, ya sea debido a pérdidas del proyecto, o a nuevas inversiones adicionales.

La T.I.R. es un indicador de rentabilidad relativa del proyecto, por lo cual cuando se hace una comparación de tasas de rentabilidad interna de dos proyectos no tiene en cuenta la posible diferencia en las dimensiones de los mismos. Una gran inversión con una T.I.R. baja puede tener un V.A.N. superior a un proyecto con una inversión pequeña con una T.I.R. elevada.

.

Una correcta medida de rentabilidad debe cumplir con los siguientes requisitos:

- Permitir una comparación objetiva entre las diferentes alternativas de asignación de recursos;
- Ser de aplicación a cualquier tipo de propuesta de inversión;
- Simplicidad de determinación;
- Flexibilidad.

Desde el punto de vista matemático, se representa por la tasa r , en tal en tal forma que donde A_t es el flujo de efectivo para el período t , ya sean ingresos o egresos de efectivo neto, n es el último período donde se espera un flujo de efectivo y Σ señala la suma de flujos de efectivo descontados al final de los períodos *cero* a n .

$$\sum_{t=1}^n (A_t / (1 + r)^t) = 0$$

CAPÍTULO III

ANÁLISIS DE RIESGOS

Todas las decisiones que se toman en el mundo de los negocios implican un cierto grado de incertidumbre o riesgo. Por lo tanto, es importante evaluar los riesgos inherentes, por ejemplo, una inversión para ampliar un negocio, antes de efectuar dicha actividad, los elementos esenciales a analizar son el identificar y cuantificar dichos riesgos y de acuerdo al costo-beneficio se toma una decisión. La identificación depende de la información disponible, es decir, costos de inversión, para después recurrir a métodos matemáticos para valorar la inversión de forma analítica.

La calidad de la información que posee una empresa puede aumentar si se dedican fondos a la investigación: por ejemplo realizar una investigación del mercado para determinar la cuota de mercado (proporción de total de ventas de un producto que consigue una empresa en un determinado mercado) que se puede obtener para un nuevo producto en una determinada localidad. El dinero invertido en mejorar la información aumentara los costos (reduciendo el beneficio) de la actividad que se quiere emprender. Por lo tanto, también habrá que valorar hasta que punto merece la pena invertir cantidades adicionales de dinero para mejorar la información disponible.

El análisis de riesgos no es un proceso estático. Las conclusiones deben revisarse cuando se obtiene información adicional o cuando las circunstancias del mercado varían, como los costos y el grado de competencia. Es normal comparar entre diferentes opciones posibles, contratando los riesgos y las rentabilidades potenciales;

por ejemplo tomar una decisión de abrir un gran supermercado o solo una pequeña tienda de abarrotes. Una opción que siempre puede considerarse consiste en no invertir en nada y depositar el dinero en un banco a cambio de un tipo de interés fijo. El proceso de análisis de riesgos consiste en el calculo de probabilidades. Los amantes del riesgo escogerán la opción de mayor rentabilidad, mientras que los que se oponen a los riesgos elegirán la opción que implique menos perdidas posibles.

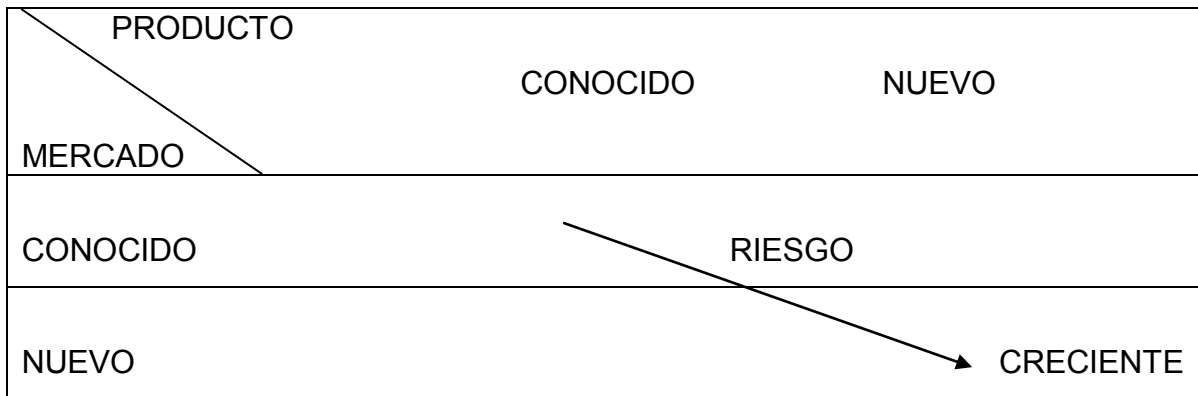
3.1 RIESGOS DEL PRODUCTO INNOVADOR

Uno de factores importantes a analizar al momento de emprender un negocio, es el producto que se vende; hay productos donde su principal factor de atracción al consumidor es la marca, el consumidor le puede ser leal a determinada marca prestigiada durante años, y esto a veces puede convertirse en una barrera para la entrada de nuevos productos al mercado.

El competir con marcas establecidas puede costar, en muchos casos millones de pesos, ya que se tiene que implementar una fuerte carga de publicidad para un producto desconocido.

La comprensión de la existencia de este concepto amplio de productos prestigiados, es un elemento indispensable para tomar en cuenta al momento de lanzar un nuevo producto o al innovar alguno ya conocido.

El riesgo del producto innovador dependerá del grado de originalidad y complejidad de producto a elaborar del los medios tecnológicos que lo soporten y lo mas importante que el mercado lo acepte.



FUENTE: J.J. LAMBIN, Marketing estratégico. México: McGraw-Hill, 1989, Pág. 209

El inversionista deberá conocer la existencia de un riesgo creciente en la medida en que el concepto, la tecnología o ambos vallan de lo tradicional hacia lo nuevo.

3.2 LA INCERTIDUMBRE EN LAS DECISIONES DE INVERSIÓN

Ante un entorno económico cada vez más incierto e imprevisible se requiere de una alta capacidad para ver el futuro, lo que ha obligado a los expertos a desarrollar diversos métodos o enfoques para incluir el efecto del riesgo en la evaluación de inversiones, que no siempre conducen a un idéntico resultado por no existir un acuerdo ni consenso sobre la metodología a emplear para su cálculo: diferentes parámetros de medida, distinta elección en los datos de partida, varias formas de calcular los mismos parámetros, multiplicidad en los períodos temporales seleccionados, etc. Todo ello se traduce en un clima de confusión, sobre todo para el inversor medio, que no es precisamente un experto en estadística y que busca una aproximación fiable del futuro, que es realmente lo que interesa.

En la actualidad se usan métodos para evaluar proyectos basados en suponer los valores únicos de desembolso inicial y los flujos netos de cajas anuales que representa la naturaleza de inversión; o sea en futuros inciertos y solo esperados por el inversor. Sin embargo, estas magnitudes dependen de un conjunto de factores como son: el costo de las materias primas, el nivel de ventas, el horizonte temporal de la inversión; cuyos valores efectivos se desconocen con certeza, originando circunstancias en las que cada variable puede tomar un número de valores diferentes que al combinarse unos con otros, generarían una amplia gama de flujos netos de caja posibles y consecuentemente, el VAN, y la TIR de determinada inversión serían inciertas.

Los métodos mencionados en el párrafo anterior asumen reunir un flujo de efectivo esperado sin la intervención de riesgos en el proyecto; es por ello que el riesgo de incertidumbre se considera un factor importante en la inversión, que prácticamente puede cambiar un panorama especulativo favorable, en negativo para el inversionista.

Según el autor Gil Mendoza, en su libro denominado administración financiera, la incertidumbre se caracteriza por un conocimiento imperfecto acerca de cada alternativa y por la esperanza de que cada alternativa tenga dos o mas posibles resultados. La incertidumbre se deriva del mercado del producto y de los mercados de trabajo. Esta se atribuye a cuestiones tales como precios de los productos, gustos y preferencias.

Quiere decir que la incertidumbre es un riesgo enfocado a la probabilística, si un producto va a ser aceptado o no, si un negocio por abrir va a generar los rendimientos esperados, simplemente la incertidumbre no se puede medir exactamente, sino acercarse a los probables resultados.

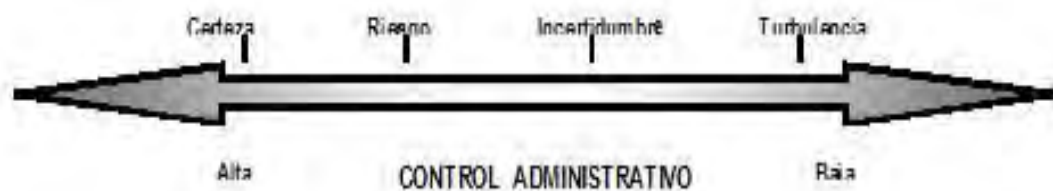
Según el autor Abraham Perdomo, en su libro titulado Toma de decisiones financieras, tomar decisiones en condiciones de incertidumbre es, elegir de un conjunto de alternativas factibles, la mejor, mediante un proceso de recopilación de datos significativos, análisis, planeación, control financiero e implantación de la acción necesaria para solución de problemas y logro de metas y objetivos preestablecidos por la empresa, cuando se desconoce la probabilidad de ocurrencia de los factores naturales, y donde las alternativas carecen de sentido, o son totalmente desconocidas.

Por otro lado, el autor maneja varios supuestos para la toma de decisiones bajo este riesgo, como es decidir de forma optimista, pesimista, mediante el método del valor esperado, método estimado, mediante coeficiente de variación, etc., esto con el fin de tomar diferentes posturas que nos den una visión mas amplia de la inversión.

Al utilizar la desviación estándar como un análisis previo para medir una inversión bajo el riesgo de incertidumbre, medimos la dispersión a una distribución de probabilidad, su formula es igual a la raíz cuadrada del promedio de las desviaciones cuadradas del valor esperado.

En todas las decisiones de inversión se deben de ponderar las alternativas de decisión, muchos de los cuales son impredecibles ya que son hechos futuros difíciles de pronosticar , como la reacción que va a tener un competidor de nuestro producto, la confiabilidad de que nuestros proveedores no nos vallan a quedar mal. Por esa razón, las decisiones bajo incertidumbre se concederán dentro de una línea que va de la certeza , a la turbulencia (altamente impredecible).

• Fig. # 1.2: Línea Continua sobre las situaciones que se presentan en la toma de decisiones.



Fuente: Administración, James Stoner, 1990

Cuando se habla de riesgo, es por que se tiene probabilidades sobre los resultados de las inversiones; en cambio cuando se habla de incertidumbre no es posible determinar tales probabilidades.

3.3 IMPORTANCIA DE LA SENSIBILIZACIÓN

La sensibilidad es una técnica sencilla que nos proporciona información significativa acerca de una alternativa de inversión, esta técnica nos resuelve preguntas tales como ¿qué pasaría si...? .

El análisis de sensibilidad, no es sino el grado de elasticidad de la rentabilidad de un proyecto ante determinadas variaciones de los parámetros críticos del mismo. Es decir avalúa las variaciones que se pudieran presentar en una inversión, ocasionadas por algún cambio inesperado, como el alza de los precios de insumos o incremento en los gastos, estos prefijadas por nosotros mismos y que en cierta forma nos van a cambiar el valor de nuestros precios en los productos.

El análisis de la sensibilidad se determina a través de diferentes métodos, revelando en este el efecto sobre la rentabilidad y las variaciones sobre lo pronosticado.

Hay ciertas variables que perjudican la inversión, son las de mayor efecto y en las que se debe de tener cuidado en los grados de estimación del riesgo, es por ello que se debe de realizar un estudio para profundizar en esas variables y así reducir el riesgo por algún error.

Según el autor Nassir Sapag Chain, en su libro titulado Preparación y evaluación de proyectos, dependiendo del número de variables que se sensibilicen simultáneamente, el análisis se puede clasificar como unidimensional o multifuncional. En el análisis unidimensional, la sensibilización se aplica a una sola variable, mientras que en el multifuncional se examinan los

efectos sobre los resultados que se producen por la incorporación de variables simultáneas en dos o más variables relevantes.

Aun cuando la sensibilidad se aplica sobre las variables económicas-financieras contenidas en los flujos de caja del proyecto, su ámbito de acción puede comprender cualquiera de las variables técnicas o de mercado, que son en definitiva las que configuran la proyección de los estados financieros. En otras palabras, la sensibilización de factores como la localización, el tamaño o la tecnología se reduce al análisis inferencias económicas en el flujo de caja.

Modelo unidimensional del VAN

Este análisis de la VAN se puede realizar en dos formas diferentes. Primeramente se determina hasta donde puede cambiarse una variable para que el proyecto siga siendo rentable, la segunda sería sustituyendo variables por diferentes valores para observar el comportamiento del VAN (Valor actual neto). El VAN es la diferencia entre los flujos de ingresos y egresos actualizados del proyecto.

Modelo multidimensional de la sensibilización del VAN

A diferencia del unidimensional, además de que incorpora el efecto combinable de dos o más variables, busca determinar la variación del VAN frente a los cambios de esos valores de cada variable, como forma de evaluar los errores que pudieran existir en determinadas estimaciones.

El valor en una estimación se puede medir por la diferencia entre el valor proyectado y otros que se pudieran adoptar eventualmente.

Modelo de sensibilidad de la TIR

La sensibilización de la TIR se realiza a través del cálculo de los errores EF y EN para los distintos valores de las variables, para proceder a determinar el valor de ER que haga a la ecuación igual a 0.

Con esto se analiza el efecto de una sola variable dejando las demás constantes, se puede apreciar que los errores de las estimaciones de los flujos de efectivo se encuentran relacionados con los errores de las tasas de rendimientos.

Según el autor Sapag Chain, en su libro titulado Preparación y evaluación de proyectos, el modelo de sensibilización de la TIR define los errores en términos porcentuales de la siguiente forma:

$$EF = \frac{R/Jo - F/lo}{F/lo}$$

Donde EF representa el error porcentual en el coeficiente del flujo de caja;

$$EN = \frac{m - n}{n}$$

siendo EN el error porcentual en la duración del proyecto, y

$$ER = \frac{i - r}{r}$$

donde ER es el error porcentual en la tasa interna de retorno.

Los proyectos que ofrecen las tasas de rendimiento esperadas altas, son menos sensibles a los errores de los flujos de efectivo, ya en estos proyectos va a perdurar la solvencia de pago, y los saldos de cada mes saldrán positivos.

Modelo de la sensibilidad de la utilidad.

En el modelo de sensibilización de la utilidad se analizan las variaciones en la utilidad ante cambios en los precios y volúmenes de venta que han sido estimados. Una formula a que se puede recurrir para analizar estas variaciones son el llamado punto de equilibrio.

$$R = (p * q) - (cv * q) - CF$$

Donde:

R= resultado

P= precio unitario

q= volumen de ventas

cv= costo variable unitario

CF= costo fijo total

En este modelo se permite analizar el comportamiento de la utilidad mediante alzas y bajas de nuestros precios de venta o volúmenes de venta; también lo menos que se pudiera bajar nuestro precio de venta para obtener siempre utilidad sobre el producto que se vende, cuanto sería lo menos que pudiéramos vender un producto, pero alcanzando los estándares de utilidades deseados; es por ello que este modelos de sensibilidad es muy importante ya que nos va a dar la pauta de decidir el mejor precio de venta que nos permita ser competidores de un mundo tan globalizado.

Simulación del método de Monte Carlo.

Esta técnica simula la probabilidad de los eventos futuros, generando tasas de rendimiento estimadas y de índices de riesgo. Primeramente se especifica la distribución de probabilidades de cada variable incierta de flujo de efectivo. Después se incorporan las tasas fiscales y de depreciación para determinar los flujos de cada año.

3.4 RIESGOS EMPRESARIALES

El riesgo empresarial, es un impedimento, obstáculo o amenaza, los cuales impiden al ente realizar sus objetivos y metas.

Riesgo Empresarial podría definirse como un: “Fenómeno subjetivo-objetivo del proceso de toma de decisión entre diferentes alternativas en situación de incertidumbre, con la probabilidad de ocasionar efectos negativos en los objetivos de la empresa, produciendo después de realizarse la acción decidida un resultado peor del previsto” (www.gestiopolis.com)

Este riesgo gira alrededor de la probabilística, ya que la actividad económica de una empresa depende de las condiciones de mercado y de las estrategias que utilice el empresario para obtener mayores volúmenes de venta, pero al mismo tiempo también se analiza la incertidumbre ya que al iniciar una empresa se tiene la incertidumbre de que el negocio este en marcha después de un año, al estar vendiendo un producto, no sabemos si el competidor usara estrategias para maximizar sus operaciones y por consiguiente puede ser un riesgo de que se pierda el capital invertido.

3.5 RIESGOS FINANCIEROS

El riesgo financiero, es el riesgo de no estar en condiciones de cubrir los costos financieros, relacionado con la dinámica de cambio y las posibles pérdidas en los mercados financieros, los movimientos en las variables financieras tales como las tasas de interés y los tipos de cambio, constituyen una fuente importante de riesgos para la mayoría de las empresas. Se refiere a las eventualidades que pueden afectar el resultado o beneficio neto de la empresa. Por ejemplo, el incremento de las cargas fijas que supone tener que hacer frente periódicamente al pago de intereses y aumenta el riesgo de insolvencia además de conducir a mayores fluctuaciones en el beneficio o perjuicio de los empresarios.

Financiar significa aportar dinero para la creación de una empresa. Al crear una nueva empresa el inversionista puede adoptar diferentes formas de financiar su proyecto, ya sea solicitando accionistas o bien pedir préstamo con instituciones bancarias, en este ultimo caso el riesgo es evidente, ya que puede haber elevación en las tasa de interés, por consiguiente forzarían a la empresa a pagos mas altos que le quitarían fluidez a los flujos de efectivo; otro de los riesgos financieros que existen son la devaluación de la moneda local, esto para el caso de aquellas empresas que necesiten insumos de importación les afectaría en el pago de dichos insumos, dicha devaluación hará que la moneda aumente el costo de producción, sin que la empresa puede evitar dichos aumentos.

Un riesgo de cualquier tipo no se cubre aunque la probabilidad de que suceda sea muy baja; es por ello que prevenir un riesgo siempre tiene un costo y aquí radica la importancia del análisis que se elabore y las medidas de prevención y control que se tomen.

Existen diferentes tipos de riesgos financieros:

Categorías de Riesgos Financieros	
1.	Riesgo de mercado
2.	Riesgo de crédito
3.	Riesgo de liquidez
4.	Riesgo Operacional
5.	Riesgo país
6.	Riesgo de tasas de interés
7.	Riesgo cambiario
8.	Riesgo legal
Fuente: www.gestiopolis.com/dirgp/fin/instrumentos.htm	

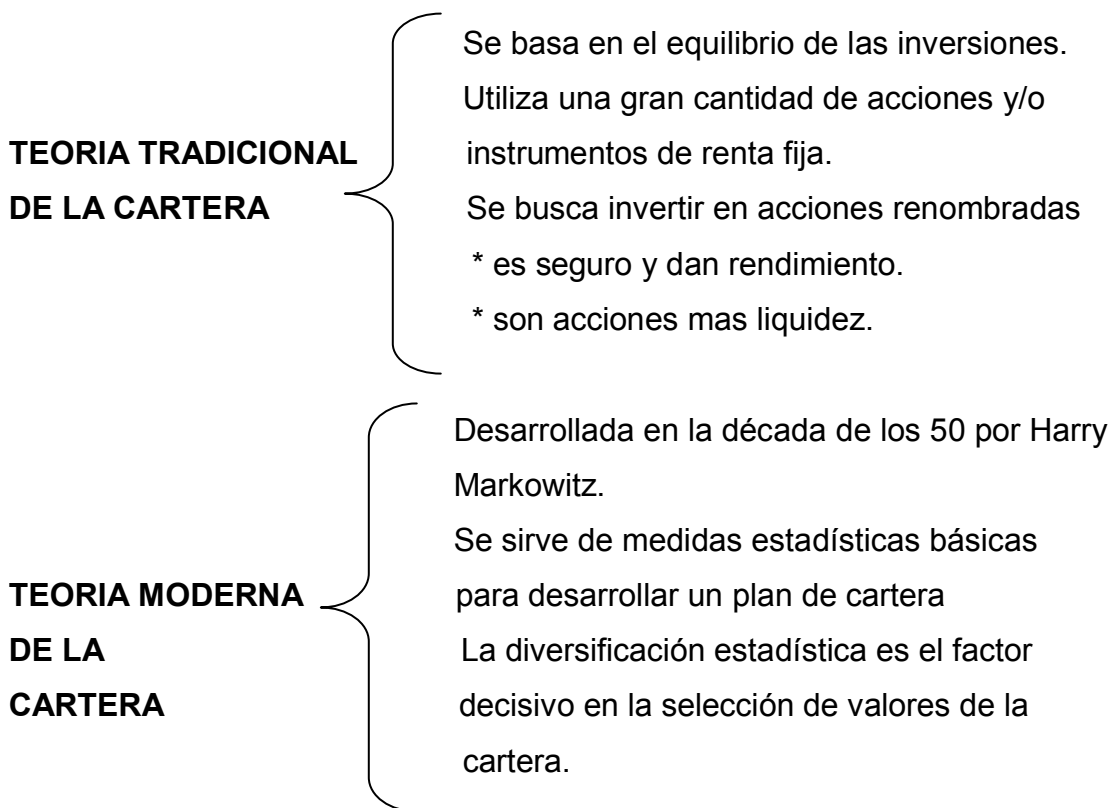
1 Riesgo de mercado

Este tipo de riesgo se puede definir como la pérdida que puede sufrir un inversionista debido a la diferencia en los precios que se registren en el mercado. También podríamos definirlo formalmente como la posibilidad de que el valor presente neto de un portafolio se mueva adversamente, ante cambios en las variables macroeconómicas que determinan el precio de los instrumentos que componen una cartera de inversiones.

El riesgo de mercado se mide a través del efecto del proyecto sobre el coeficiente beta de la empresa.

Según la teoría de la cartera, la beta es la relación que tiene la acción con el mercado.

Si la acción tiene $B > 1$ es riesgo; si en la acción $B < 1$ es menos riesgo invertir.



“Sharpe estableció un modelo para fijar [Capital](#) el precio de los activos financieros conocido como [Asset Pricing Model \(CAPM\)](#). Un inversor puede elegir una exposición al riesgo a través de una combinación de valores de renta fija y una cartera de renta variable. La composición óptima de la cartera depende de la valoración de las perspectivas de los activos que haga el inversor, y no de la actitud hacia el riesgo. Si

cada activo contribuye al riesgo total en un valor determinado, los ingresos esperados y el premio al riesgo variarán en proporción directa a dicho valor. Estas relaciones se generan vía precios, por lo que los riesgos son susceptibles de eliminarse, y las decisiones de la cartera terminan siendo consistentes.” (www.wikipedia.org)

Según el método de asignación de precio capital de William Sharpe y John Linther, el rendimiento de la inversión se calcula con la siguiente fórmula:

$$r_i = R_L + [b_i * (r_m - R_L)]$$

donde:

r_i = Retorno requerido de la inversión.

R_L = Tasa de retorno libre de riesgo.

b_i = Beta de inversión.

r_m = retorno del mercado.

Para medir el riesgo de una inversión en valores se utilizan, entre otras las siguientes fórmulas:

Varianza

$$S^2 = \frac{1}{n} \sum_{i=1}^n (x_i - \bar{x})^2$$

Desviación estándar

$$S = \sqrt{S^2}$$

Beta

$$B = \frac{\sum (x_i - \bar{x})(Y_i - \bar{y})}{\sum (Y_i - \bar{y})^2}$$

Ejemplo del calculo del riesgo de mercado en un portafolio de inversiones diversificado, analizando la desviación estándar, la varianza y la beta de mercado, de las siguientes acciones, considerando una cartera optima de riesgo igual o menor que uno.

DIA	A	B	C	IPC
0	42	38	17	26530
1	42.5	37.7	17.1	26790
2	43	37.5	17.2	26910
3	42.8	37.9	16.9	27520

Se elabora una bitácora de rendimientos por acción y rendimientos del mercado, calculando también la covarianza, cantidades que nos sirven de base para el calculo de los riesgos como, la varianza, la desviación estándar y la beta.

Con estos datos primeramente obtenemos el rendimiento del mercado para cada día, restándole al día siguiente al que se analiza el día anterior, el resultado se divide entre el día que se esta analizando ejemplo:

Día 1	26790
Día 0	-26530

Diferencia	260
Día 0	26790
Rendimiento mercado (y)	0.0098 * 100 = 0.98

Posteriormente se sigue el mismo procedimiento para sacar el rendimiento del precio de la acción. Después a cada uno de los dos rendimientos tanto accionarios como de mercado se les determina la sumatoria de los rendimientos y su promedio los cuales utilizaremos posteriormente.

Después se determina el rendimiento accionario menos el promedio y el rendimiento de mercado menos el promedio, en dichos cálculos nos debe dar una sumatoria igual a 0, al darnos este resultado se tiene la certeza de que el calculo anterior fue correcto, además de que dichos cálculos nos van a servir para el calculo de la varianza, es preciso recordar que en las operaciones aritméticas es indispensable respetar la ley de los signos.

Para finalizar con el calculo de la covarianza, se multiplican los rendimientos accionarios y de mercado, estos de cada uno de los días que se están analizando, a dichos resultados se les saca sumatoria y promedio, los cuales utilizaremos para el calculo de la beta.

ACCION A

NUM.	DIA	P. CIERRE	REND. X ACC. X DIA (Xi)	REND. MER. (Yi)	REND. ACC. . MENOS PROM. (xi - x̄)	REND. MERC. MENOS PROM. (yi - ȳ)	REND. MERCADO ² (yi - ȳ)²	REND ACC. ² (xi - x̄)²	COVARIANZA (xi - x̄)(yi - ȳ)
	0	42.00							
1.00	1	42.50	1.19	0.98	0.56	-0.25	0.06	0.31	-0.14
2.00	2	43.00	1.18	0.45	0.54	-0.78	0.61	0.29	-0.43
3.00	3	42.80	-0.47	2.27	-1.10	1.04	1.07	1.21	1.14
Σ			1.90	3.69			1.75	1.81	0.57
P			0.63	1.23	0.00	0.00			0.19

ACCION B

NUM.	DIA	P. CIERRE	REND. X ACC. X DIA (Xi)	REND. MER. (Yi)	REND. ACC. . MENOS PROM. (xi - x̄)	REND. MERC. MENOS PROM. (yi - ȳ)	REND. MERCADO ² (yi - ȳ)²	REND ACC. ² (xi - x̄)²	COVARIANZA (xi - x̄)(yi - ȳ)
	0	38.00							
1.00	1	37.70	-0.79	0.98	-0.71	-0.25	0.06	0.50	0.18
2.00	2	37.50	-0.53	0.45	-0.45	-0.78	0.61	0.20	0.35
3.00	3	37.90	1.07	2.27	1.15	1.04	1.07	1.33	1.19
Σ			-0.25	3.69			1.75	2.02	1.72
P			-0.08	1.23	0.00	0.00			0.57

ACCION C

NUM.	DIA	P. CIERRE	REND. X ACC. X DIA (Xi)	REND. MER. (Yi)	REND. ACC. . MENOS PROM. (xi - x̄)	REND. MERC. MENOS PROM. (yi - ȳ)	REND. MERCADO ² (yi - ȳ)²	REND ACC. ² (xi - x̄)²	COVARIANZA (xi - x̄)(yi - ȳ)
	0	17.00							
1.00	1	17.10	0.59	0.98	0.78	-0.25	0.06	0.61	-0.20
2.00	2	17.20	0.58	0.45	0.78	-0.78	0.61	0.60	-0.61
3.00	3	16.90	-1.74	2.27	-1.55	1.04	1.07	2.41	-1.61
Σ			-0.57	3.69			1.75	3.62	-2.41
P			-0.19	1.23	0.00	0.00			-0.80

CÁLCULO DE LOS RIESGOS

En base a las formulas anteriormente mencionadas y con los datos arrojados an la tabla anterior se obtienen los siguientes resultados.

ACCION A

$$\text{Beta} = 0.5726 / 1.7491 = \mathbf{0.3274}$$

$$\text{Varianza} = 1.8220 / 2 = \mathbf{0.9060}$$

$$\text{Desviación estándar} = \sqrt{0.9060} = \mathbf{0.9518}$$

ACCION B

$$\text{Beta} = 1.7186 / 1.7491 = \mathbf{0.9826}$$

$$\text{Varianza} = 2.0212 / 2 = \mathbf{1.0106}$$

$$\text{Desviación estándar} = \sqrt{1.0106} = \mathbf{1.0053}$$

ACCION C

$$\text{Beta} = -2.4119 / 1.7491 = \mathbf{-1.3789}$$

$$\text{Varianza} = 3.6214 / 2 = \mathbf{1.8107}$$

$$\text{Desviación estándar} = \sqrt{1.8107} = \mathbf{1.3456 \text{ Mayor riesgo}}$$

Para concluir se analiza el rendimiento de cada acción, de acuerdo al método de asignación de precio capital de William Sharpe y Jonh Linther.

Rendimiento sobre la inversión

Acción A

$$R_i = 0.07 + [0.3303 \times (0.15 - 0.17)]$$

$$R_i = \mathbf{9.64 \%} \quad \text{Menor riesgo.}$$

Acción B

$$R_i = 0.07 + [0.9826 \times (0.15 - 0.17)]$$

$$R_i = \mathbf{14.86 \%}$$

Acción C

$$R_i = 0.07 + [1.3789 \times (0.15 - 0.17)]$$

$$R_i = \mathbf{18.03 \%} \quad \text{Mayor rendimiento, mayor riesgo.}$$

Analizando las tres acciones, la acción C muestra un rendimiento importantes comparando con las otras dos acciones, en un porcentaje del 18%, para elaborar una cartera, en un criterio conservador se elegiría la acción A ya que da un rendimiento mas seguro y con el menor grado de riesgo.

* El retorno de mercado y la tasa libre de riesgo fueron estimados.

La cartera que se considera optima, de acuerdo al estudio realizado y a la evaluación de riesgos es la siguiente:

50% inversión en la acción C	0.6895
20% inversión en la acción B	0.1965
30% inversión en la acción A	0.0991
100%	beta de 0.9851

La distribución se elaboro en base a riesgo/rendimiento, escogiendo para la cartera optima un porcentaje mayor en la acción C que arroja mayores rendimientos.

4 Riesgo de crédito

Este tipo de riesgo se define como la perdida potencial de la capacidad de pago; esto quiere decir que una empresa no cuenta con el suficiente dinero para cubrir sus obligaciones, ya sean proveedores, acreedores bancarios, acreedores diversos, lo cual le origina intereses moratorios, según sea el caso del préstamo, al insolvente; por el contrario al perjudicado por falta de pago, le origina fluidez en el flujo de efectivo proyectado por concepto de ventas a crédito, prestamos, etc.

Este tipo de riesgo se deriva de la razón financiera siguiente:

✓ **Solvencia inmediata= Activo circulante – Inventarios /Pasivo circulante**

Dicha razón muestra, la solvencia económica de una entidad, dentro de un periodo; tomando como base el activo sin incluir sus inventarios ya que estos no garantizan la solvencia, sino lo que esta a completa disposición como son el efectivo, cuentas por cobrar, bancos inversiones en valores, etc. Dicho activo divide entre el total de deudas y obligaciones que tengamos, al hacer la división, mínimo tendrá que salir el resultado de la división 1; lo cual quiere decir que la empresa solo cuenta con 1 peso para pagar cada peso que debe; según los estudiosos de las finanzas sugieren que la razón financiera de solvencia debe arrojar el doble de activo para pagar cada 1 de obligación; con este resultado se garantiza la solvencia para contraer prestamos o créditos, en el caso de resultar la razón menos de uno la empresa tendrá problemas de solvencia.

5 Riesgo de liquidez

El riesgo de liquidez se deriva de los pagos y los cobros de una empresa que no coinciden ni en volumen, ni en periodicidad los cuales pueden generar un déficit.

El riesgo de liquidez de una entidad será mayor en tanto sus activos líquidos a corto plazo sean menores que sus obligaciones en el mismo período.

La razón financiera que se aplica a la liquidez de un ente, es semejante a la razón de solvencia, solo que en la razón de liquidez se consideran también los inventarios, ya que forman parte del último recurso que tiene la empresa para pagar un adeudo.

6 Riesgo operacional

Se relaciona con las pérdidas en que puede incurrir una empresa o institución por la eventual renuncia de algún empleado o funcionario de la misma, que durante el período que laboró en dicha empresa, concentró todo el conocimiento especializado en algún proceso clave. Además de incluir la posibilidad de pérdida que se ocasiona en las fallas de los sistemas de control interno. O sea, por la probabilidad de que los controles establecidos no logren evitar, detectar y corregir oportunamente, errores que se presentan en las transacciones

7 Riesgo de País.

Podemos relacionarlo a la pérdida que se podría sufrir en caso de que exista incumplimiento de una contraparte y en esa transacción no se pudiera exigir por la vía jurídica, cumplir con los compromisos de pago. Se refiere a operaciones que tengan algún error de interpretación jurídica o alguna omisión en la documentación.

El riesgo de país esta completamente relacionado con tres riesgos mas:

- ✓ Riesgos políticos
- ✓ Riesgos administrativos
- ✓ Riesgo soberano

Los riesgos políticos dependen de la probabilidad de expropiación o nacionalización de algún sector económico del país y que dicha expropiación o nacionalización perjudique las inversiones locales.

El riesgo administrativo se asocia a las aplicaciones de la acciones gubernamentales en la libertad económica del sector privado en general, como limitaciones en documentación, no dan paso al comercio exterior, tramites excesivos, etc.

Por otro lado el riesgo soberano, es asumido por los prestamistas internacionales en sus operaciones de crédito con instituciones publicas. Este riesgo esta asociado con la dificultad de embargar bienes de un pais para cobrar deudas, dichos cobros ocasionan descontroles económicos, que aumentan los precios de los productos.

Otro riesgo que esta relacionado con el país son los llamados precios de transferencia, ya que estos pueden perjudicar algún tipo de sector económico de un país, por el echo de que empresarios industriales en su mayoría, importen insumos

para la elaboración de su producto a precios muy por debajo de los de dicho sector, esto ocasionaría incompetencia en los mercados y la creación de monopolios.

En general los riesgos de un país afectan al inversionista, ya que al observar y analizar las expectativas de mercado y los problemas políticos, sociales y económicos que tenga, será un factor decisivo para invertir o no.

8 Riesgos de tasas de interés

Las variadas definiciones del término en cuestión se refiere a la posibilidad de pérdidas futuras en el conjunto del balance, como consecuencia del diferente vencimiento de las operaciones activas, pasivas y de fuera de balance, ante movimientos adversos en el tipo de interés.

Por ejemplo, un banco o una empresa con adeudos a tasa flotante se exponen al riesgo de mayores tasas de interés, pues si estas se elevan, también lo hacen los pagos del servicio de sus deudas.

9 Riesgos cambiario

Según el autor Catherine Mansell, en su libro titulado Las nuevas finanzas en México, define el riesgos cambiario como, el riesgo de una variación en las ganancias netas como resultado de movimientos en un cierto tipo de cambio. La identificación y medición de este riesgo se puede entender mejor con el uso de algunos ejemplos desde ópticas diferentes, uno desde el punto de vista del dólar estadounidense y otras desde la perspectiva del peso mexicano.

Para comprender el riesgo cambiario, se analiza en dos pasos: primeramente comparando peso/dólar; para después utilizar otro tipo de divisas como dólar/ euro.

Ejemplos:

Una empresa de aparatos electrónicos, establecida en el centro de la ciudad de Uruapan Michoacán, hace un pedido a su proveedor estadounidense para adquirir piezas electrónicas para fabricar sus estéreos. Dicho monto del adeudo por concepto de la venta a crédito se pacto en dólares, 15000 dólares, dicha venta a crédito fue realizada a un plazo de 30 días.

Al momento realizar la transacción el dólar estaba cotizando en 10.88 pesos

Al momento del pago del adeudo el dólar cotizaba en 11.33 pesos

Momento de la transacción

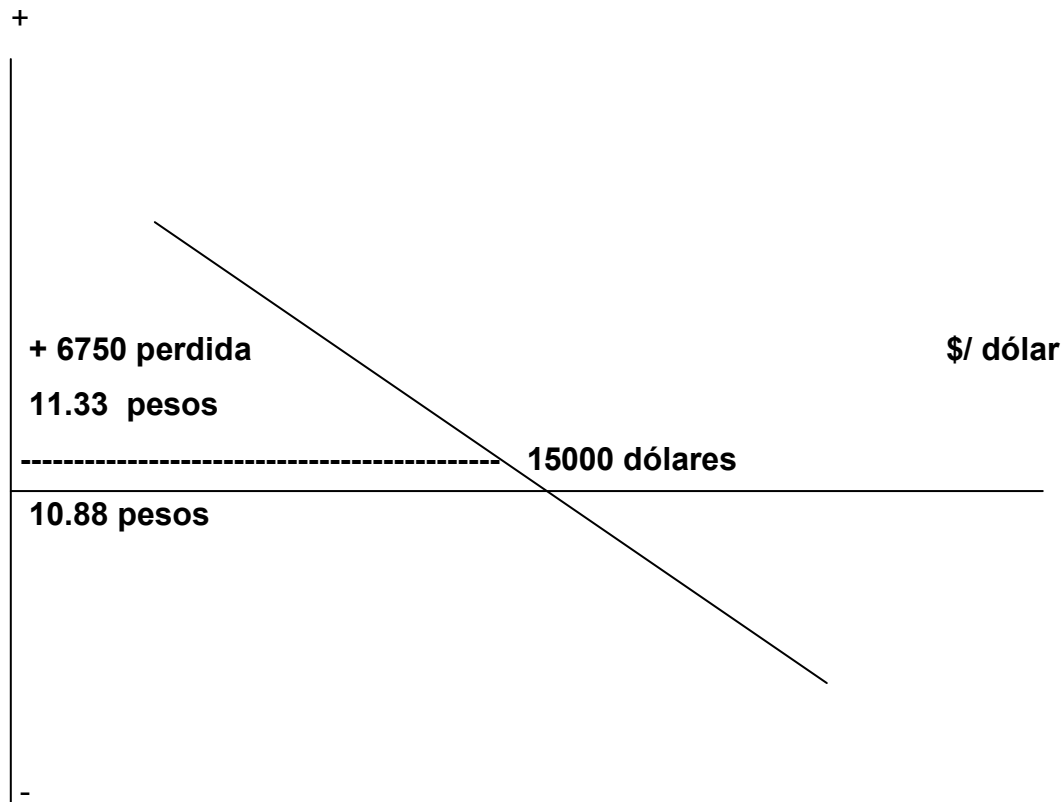
Monto del adeudo	15000 dólares
Precio dólar en pesos (1 mayo 2007)	10.88
Total neto en pesos	163200 pesos

Momento de pago del adeudo

Monto del adeudo	15000 dólares
Precio dólar en pesos (31 mayo 2007)	11.33
Total neto en pesos	169950 pesos

En este caso hubo una perdida cambiaria para la empresa mexicana por, 6750 pesos, la cual fue un riesgo hecho realidad, también pueda darse la probabilidad de tener ganancia cambiaria.

Analizando este riesgo gráficamente tenemos lo siguiente:



Perfil de riesgo de la empresa mexicana frente un riesgo cambiario, originado por una cuenta por pagar a 30 días.

10 Riesgo legal

El riesgo legal se origina por cambios en las leyes y regulaciones que rigen el mundo, también se pueden mencionar los riesgos contractuales, que se derivan de los riesgos legales, debido a que en un contrato de cualquier tipo se puede tener el riesgo de contraer obligaciones muy precisas por medio de las llamadas “cláusulas” y

que estas pueden ser un factor importante a analizar antes de contraer dicha obligación contractual.

3.6 EJEMPLOS DE CÁLCULOS DE RIESGOS

EL ARBOL DE DECISIÓN

El árbol de decisión es una técnica grafica que permite representar y analizar una serie de decisiones futuras de carácter secuencial a través del tiempo.

Cada decisión se representa gráficamente por un cuadro con un numero dispuesto en una bifurcación del árbol de decisión. Cada rama que se origina en ese punto representa una alternativa de acción. Además de los puntos de decisión, en este árbol se expresan, mediante círculos, los sucesos aleatorios que influyen en los resultados. A cada rama que parte de estos sucesos se le asigna una probabilidad de ocurrencia. De esa forma, el árbol representa todas las combinaciones posibles de decisiones y sucesos, permitiendo estimar un valor esperado del resultado final, como un valor actual neto, utilidad u otro.

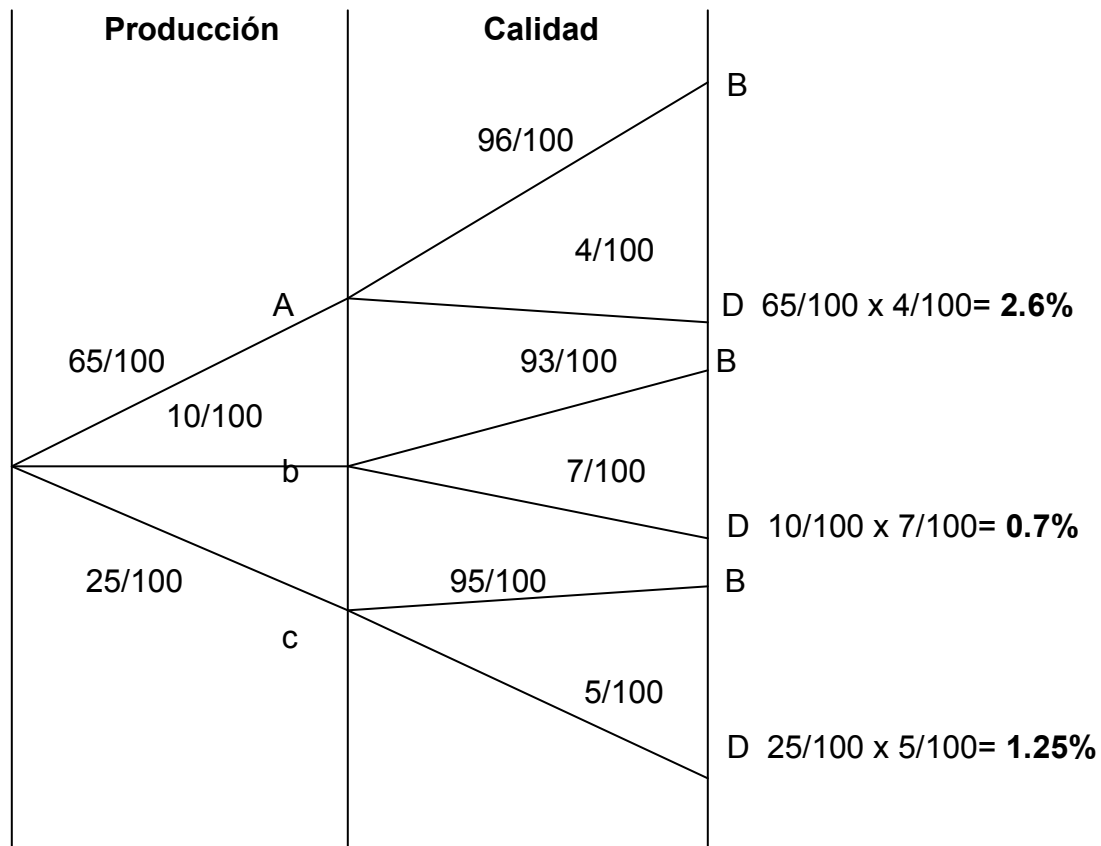
Ejemplo:

En una fabrica se tienen 3 maquinas industriales que producen el 65%, el 10% y el 25% de los artículos; se sabe que la producción defectuosa es el 4%, el 75 y el 5% respectivamente por cada maquina.

Ahora con el uso del árbol de decisión calcula:

- a) Si se selecciona un artículo, cual es la probabilidad de riesgo que tenemos de elegir un artículo defectuoso.
- b) Si se selecciona una artículo y es defectuoso, cual es la probabilidad de que lo haya producido la maquina C.

Primeramente se obtienen, los porcentajes en fracciones para ver representativamente las capacidades de producción de cada maquina A, B y C . Posteriormente se pasa a la segunda etapa que es la de la calidad de los artículos, en esta etapa se representan también los porcentajes en fracciones de cada artículo defectuoso de cada maquina, dichas fracciones nos servirán para obtener los porcentajes de artículos defectuosos por maquina.



- a) Total de productos defectuosos: $2.6+0.7+1.25= 4.55\%$
- b) Probabilidad de que el artículo defectuoso sea de la máquina C $1.25/4.55= 27.47\%$
- D = Defectuosos.
 - B= Buenos.

VALOR PRESENTE NETO

Como ejemplo del cálculo del valor presente neto podemos citar:

El Sr. Fernando está tratando de vender una extensión de terreno. El día de ayer se le ofrecieron \$ 11.000 por su [propiedad](#). Estaba casi listo para aceptar la [oferta](#) cuando otro individuo le ofreció \$ 12.500. Sin embargo la segunda se pagaría después de un año contados a partir del día de hoy. El Sr. Fernando está convencido de que ambos compradores son honestos y financieramente solventes, y por lo tanto, no teme que el [cliente](#) que seleccione no cumpla con su compromiso. Estas dos ofertas se presentan como flujos de efectivo en el siguiente gráfico:

¿ Qué oferta debería seleccionar el Sr. Fernando?

Si el Sr. Fernando toma la decisión de aceptar la primera oferta, podría invertir lo \$11.000 en el [banco](#) a una tasa del 10%, con lo que al final de un año tendría:

$$11.000 + (0.10 \times 11.000) = 11.000 + 1.100 = \$12.100$$

Reembolso Interés

Se puede observar que la cantidad que gana el Sr. Fernando con la primera oferta (\$12.100), es inferior a la que puede ganar con la segunda oferta, por lo tanto es recomendable que acepte la última opción.

Otro método que se puede aplicar es el de valor presente, este se puede realizar haciendo las siguientes preguntas: ¿ Que cantidad de dinero deberá poner el Sr. Fernando en el banco, el día de hoy para tener \$12.500 en el año siguiente?

Cantidad de dinero = X

$$X * 1.10 = \$12.500$$

$$X = \frac{\$12.500}{1.10}$$

$$X = \$11.363,64$$

Podemos decir que la formula de valor presente se puede escribir como :

$$X = \frac{C1}{1 + r}$$

$$1 + r$$

donde C1 es el flujo de efectivo en la fecha 1 y r es la tasa de interés apropiada.

Al analizar el valor presente nos indica que un pago de \$12.500 que se vaya a recibir el año siguiente tiene un valor presente de \$11.363,64. Es decir, a una tasa de interés del 10% y una inicial de \$11.363,64, el Sr. Fernando ganaría lo mismo que si recibiera los \$12.500 el año siguiente.

Ya que la segunda oferta tiene un valor presente de \$11.363,64, mientras que la primera es tan solo de \$11.000, el análisis de valor presente también indica que el Sr.

Fernando debería escoger la segunda opción. En otras palabras, tanto el análisis de valor futuro como el del valor presente conducen a la misma decisión.

Para la tasa interna de retorno, se debe considerar el [concepto](#) de esta. La tasa interna de retorno trata de considerar un número en particular que resuma los méritos de un proyecto. Dicho número no depende de la tasa de interés que rige el [mercado de capitales](#). Por eso es que se llama tasa interna de [rentabilidad](#); el número es interno o inherente al proyecto y no depende de nada excepto de los flujos de caja del proyecto.

Una inversión es aceptable si su tasa interna de retorno excede al rendimiento requerido. De lo contrario, la inversión no es provechosa.

Tasa interna de rendimiento

Supongamos que un proyecto de inversión requiere un solo desembolso de efectivo al principio del primer año y se espera que genere flujos brutos de efectivo (utilidades después de impuestos) por \$6000, \$5000 y \$4000 durante los tres años de vida útil. ¿ cual es la tasa interna de rendimiento que iguala la corriente de ganancias futuras esperadas con el precio de compra del proyecto? La tabla siguiente muestra tres proyectos, con tres tasas de descuento diferentes, 15 , 25, 27%.

Como se puede ver en la tabla, seleccionamos un factor de descuento del 15% y encontramos, mediante la diferencia de los flujos, que era bajo como un punto de partida. Un aumento del 25% en el factor de descuento disminuyó la diferencia entre los flujos de efectivo descontados de \$1632 a \$ 48. sin embargo la diferencia era aun

positiva. Un mayor incremento en el factor de descuento hasta un 27% produce una diferencia negativa de -\$226. en este momento descubrimos que el factor de descuento adecuado que iguala el valor presente de la corriente de ganancias con el valor presente de la corriente de desembolsos debe ser entre 25 y 27 por ciento. Finalmente para saber exactamente la tasa calculamos que:

$$\begin{aligned} \text{TIR} &= 25 + [(48/274)(2)] \\ &= \mathbf{25.35\%} \end{aligned}$$

Tabla: calculo de la tasa interna de rendimiento

1	2	3	4	5	6	7	8
Año	Flujos brutos de efectivo	Valor presente de \$1 descontado al 15%	Valor presente de \$1 descontado al 25%	Valor presente de \$1 descontado al 27%	Valor presente del flujo de efectivo descontado al 15%	Valor presente del flujo de efectivo descontado al 25%	Valor presente del flujo de efectivo descontado al 27%
1	\$6000	\$.870	\$.800	\$.787	\$5220	\$4800	\$4722
2	5000	.756	.640	.620	3780	3200	3100
3	4000	.658	.512	.488	2632	2048	1952
Total valores presentes					\$11632	\$10048	\$9774
Diferencias con el costo del proyecto					\$1632	\$48	-\$226

Costo del proyecto \$10000

Nótese que el denominador del termino entre paréntesis se encuentra mediante la adición de los valores absolutos de $48 + 226 = 274$.

Método de simulación de Monte Carlo

El método de simulación de Monte Carlo, llamado también método de ensayos estadísticos, es una técnica de simulación de situaciones inciertas que permite definir valores esperados para variables no controlables, mediante la selección aleatoria de valores, donde la probabilidad de elegir entre todos los resultados posibles esta en estricta relación con sus respectivas distribuciones de probabilidades.

Si las variables inciertas relevantes en un proyecto fuesen, por ejemplo, la demanda y la participación de mercado, deberá aplicarse en ambas la simulación para estimar su comportamiento en el futuro. Supongamos que estudios realizados señalan que la demanda global esperada del mercado tiene la siguiente distribución de probabilidades:

DEMANDA	PROBABILIDAD
\$200000	0.10
250000	0.25
300000	0.35
350000	0.15
400000	0.10
450000	0.05

Al mismo tiempo, supóngase que la participación en el mercado para el proyecto, sea también una variable incierta, para la cual se estima la siguiente distribución de probabilidades:

PARTICIPACION	PROBABILIDAD
0.08	0.26
0.09	0.22
0.10	0.16
0.11	0.13
0.12	0.10
0.13	0.07
0.14	0.05
0.15	0.01

Supóngase, además, que la demanda global del mercado esta correlacionada con la tasa de crecimiento de la población, que se estima en 2% anual a futuro.

El precio y los costos asociados al proyecto se suponen conocidos o menos incierto su resultado futuro.

El primer paso en la solución consiste en expresar matemáticamente el problema. En este caso, la demanda por año que podría enfrentar el proyecto se puede expresar como:

$$D_p = D_g * p$$

Donde **D_p** corresponde a la demanda del proyecto, **D_g** a la demanda global y **p** al porcentaje de participación del proyecto en el mercado.

La tasa de crecimiento de la demanda se incorpora al final como un factor de incremento sobre la demanda del proyecto. Una forma alternativa es incorporarlo en la formula anterior, lo que permite obtener el mismo resultado pero con cálculos mas complejos.

El siguiente paso del método de Monte Carlo es la especificación de las distribuciones de probabilidades de cada variable. En ejemplo, las variables que deben especificar su distribución de probabilidades son la demanda global del mercado y la participación del proyecto. En ambos casos se deberá posteriormente calcular la distribución de probabilidad acumulada y la asignación de rangos de números entre el 0 y 99. A continuación se muestran estos cálculos para las dos variables en estudio.

DEMANDA GLOBAL	DISTRIBUCION DE PROBABILIDAD	PROBABILIDAD ACUMULADA	ASIGNACION DE NUMEROS REPRESENTATIVOS
200000	0.10	0.10	0 – 9
250000	0.25	0.35	10 – 34
300000	0.35	0.70	35 – 69
350000	0.15	0.85	70 – 84
400000	0.10	0.95	85 – 94
450000	0.05	1.00	95 – 99

PARTICIPACION EN EL MERCADO	DISTRIBUCION DE PROBABILIDAD	PROBABILIDAD ACUMULADA	ASIGNACION DE NUMEROS REPRESENTATIVOS
0.08	0.26	0.26	0 – 25

0.09	0.22	0.48	26 – 47
0.10	0.16	0.64	48 – 63
0.11	0.13	0.77	64 – 76
0.12	0.10	0.87	77 – 86
0.13	0.07	0.94	87 – 93
0.14	0.05	0.99	94 – 98
0.15	0.01	1.00	99

La asignación de números representativos se efectúa en proporción a la probabilidad acumulada. Así, por ejemplo, si el 10% se encuentra en el rango de hasta 200000, deben asignarse 10 números representativos (0 al 9). Como hasta 250000 hay 35% de probabilidades, se asignan 35 números representativos (0 al 34).

La etapa siguiente de dicho modelo, requiere tomar al azar números aleatorios. Para ello, se puede usar una tabla de números aleatorios.

Cada numero seleccionado debe ubicarse en una columna de llamada “ Asignación de números representativos”. Una vez localizado, se da el valor correspondiente de demanda global, el cual se ajusta por el porcentaje de participación en el mercado obtenido de igual forma. Ejemplo, basado en 20 pruebas aleatorias, para el calculo del valor de la demanda del proyecto.

PRUEBA	DEMANDA GLOBAL	PARTICIPACION	DEMANDA GLOBAL	PARTICIPACION	VALOR DEMANDA PROYECTO
1	23	5	250000	0.08	20000
2	14	38	250000	0.09	22500

3	97	11	450000	0.08	36000
4	43	93	300000	0.13	39000
5	49	36	300000	0.09	27000
6	7	43	200000	0.09	18000
7	61	31	300000	0.09	27000
8	57	9	300000	0.08	24000
9	97	93	450000	0.13	58500
10	72	61	350000	0.10	35000
11	97	89	450000	0.13	58500
12	25	81	250000	0.12	30000
13	11	15	250000	0.08	20000
14	54	87	300000	0.13	39000
15	97	31	450000	0.09	40500
16	74	36	350000	0.09	31500
17	80	54	350000	0.10	35000
18	76	9	350000	0.08	28000
19	31	57	250000	0.10	25000
20	35	4	300000	0.08	24000

* Los números de la demanda global y la participación se obtuvieron de una tabla de números aleatorios.

El análisis de distribución de probabilidades acumuladas, permite determinar de la demanda de un proyecto en este caso y también pudiendo implementarse a otras variables que se quieran estudiar.

CAPITULO IV

ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN DE RIESGOS DE INVERSIONES EN FRANQUICIAS

Las franquicias uno de los principales negocios óptimos de inversión, en los cuales se minimiza el riesgo, donde siempre se presenta la duda del inversionista de dar el paso para consumir una inversión o no arriesgarse con esto y conformarse con los rendimientos bancarios. Pero, ¿ Será este el tipo de negocio donde el inversionista puede invertir con el menor grado de riesgo? A continuación veremos mediante un caso practico de análisis y evaluación de inversiones, si son las franquicias negocios seguros en los que se puede sacar rendimientos.

4.1 METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN

➤ OBJETIVOS DE INVESTIGACIÓN

Analizar la evaluación de riesgos que conlleva una inversión en franquicias, mediante la aplicación de cuestionarios y técnicas de evaluación de inversiones.

Demostrar que las franquicias son negocios sólidos, seguros y rentables en los que se puede invertir.

Demostrar que las franquicias implican el menor grado de riesgo comparado con otros tipos de inversiones.

➤ HIPÓTESIS

“ La franquicia es una de las inversiones mas seguras en las que se puede invertir con el menor grado de riesgo.”

“ La evaluación de riesgos es un factor determinante para elegir el tipo de inversión a realizar.”

➤ TECNICAS DE INVESTIGACIÓN UTILIZADAS

Para la recopilación de información suficiente para el estudio y comparación de regalías de cada tipo de franquicia, los aspectos negativos o positivos que ha tenido su negocio, se aplicaran cuestionarios de preguntas abiertas, las cuales constan de 16 preguntas, según informes que no otorgo la CANACO(Cámara Nacional de Comercio) en Uruapan se encuentran un total de 35 franquicias registradas por dicha cámara, dicha cantidad de franquicias nos servira de base para el calculo de la muestra.

TAMAÑO DE LA MUESTRA MEDIANTE FORMULA

n= Tamaño de la muestra

N= Población total.

Za2= 1.80 2 (considerando margen de seguridad de 90)

P= proporción esperada (15%)

d= precisión (3%) fijo.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}{d^2 \cdot (N-1) + Z_{\alpha/2}^2 \cdot p \cdot q}$$

$$n = \frac{(35)(1.96)^2 (0.05)(0.95)}{(.03)^2 (35-1) + (1.9)^2 (0.15)(0.95)}$$

$$n = 6.38 / 0.0306 + 0.514425$$

$$n = 6.38 / 0.545025$$

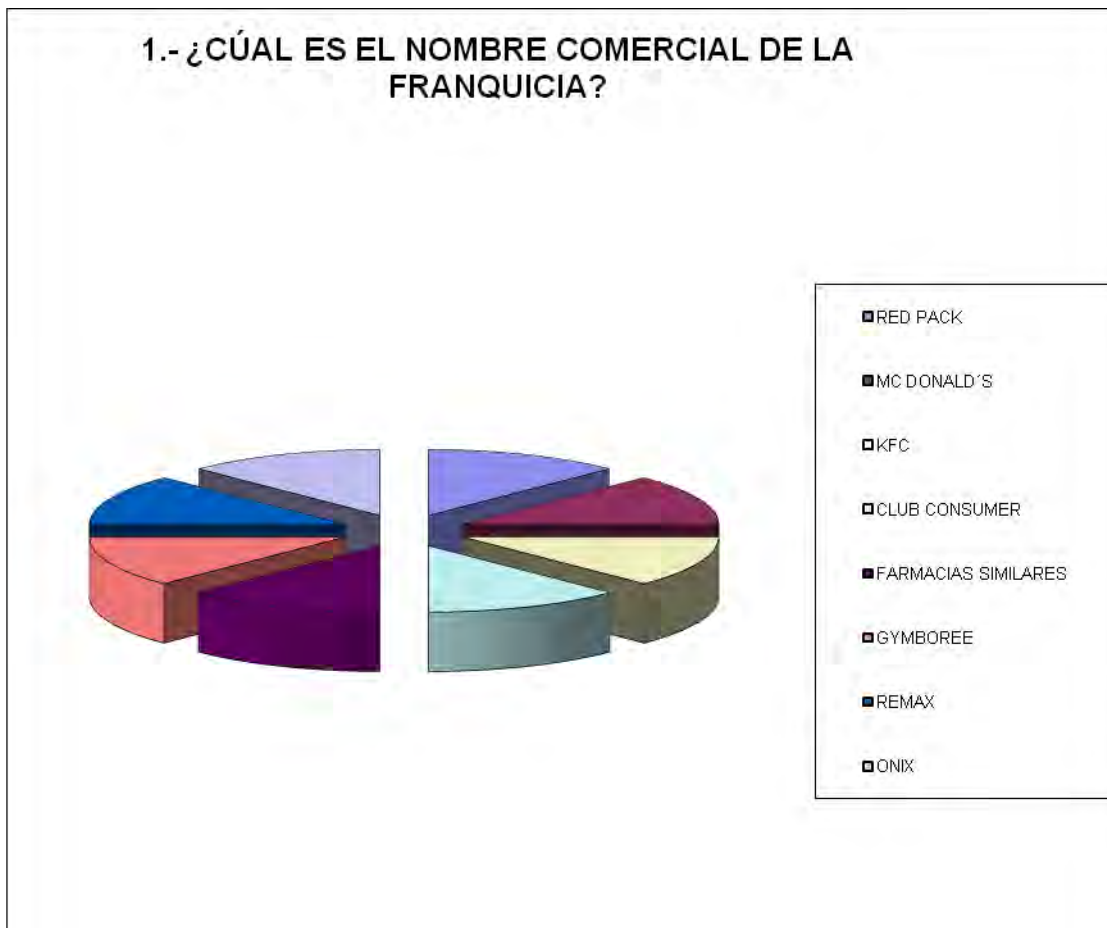
n= 11.70 tamaño de la muestra

Después de determinar la muestra se aplicaron los cuestionarios correspondientes, teniendo como resultado 8 cuestionarios contestados satisfactoriamente y tres negativas, en el punto 4.2 se observaran gráficamente dichos resultados.

También se elaboro una investigación documental de los mas importantes libros de finanzas y franquicias, los cuales se encuentran enlistados en la bibliografía; en cuanto a paginas Web, se analizaron los puntos de vista de diferentes expertos en franquicias y los éxitos de personas dueñas de las franquicias mas importantes del mundo, dichas paginas se encuentran enlistadas en la bibliografía.

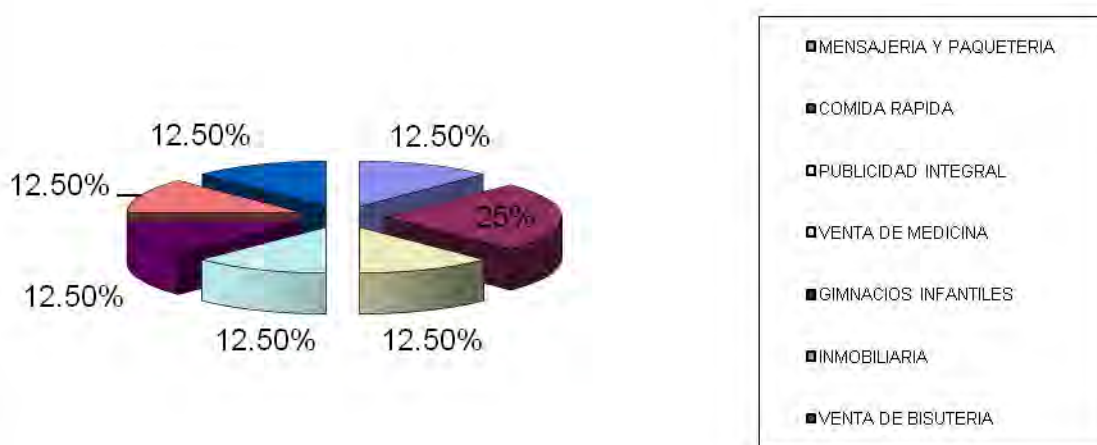
4.2 INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Después de conocer los beneficios teóricos de las franquicias, analizaremos si en verdad las franquicias son la clase de negocios que el inversionista requiere para no temer en perder su patrimonio. A continuación se presenta datos reales y verídicos de los resultados obtenidos en la investigación de campo por medio de cuestionarios.



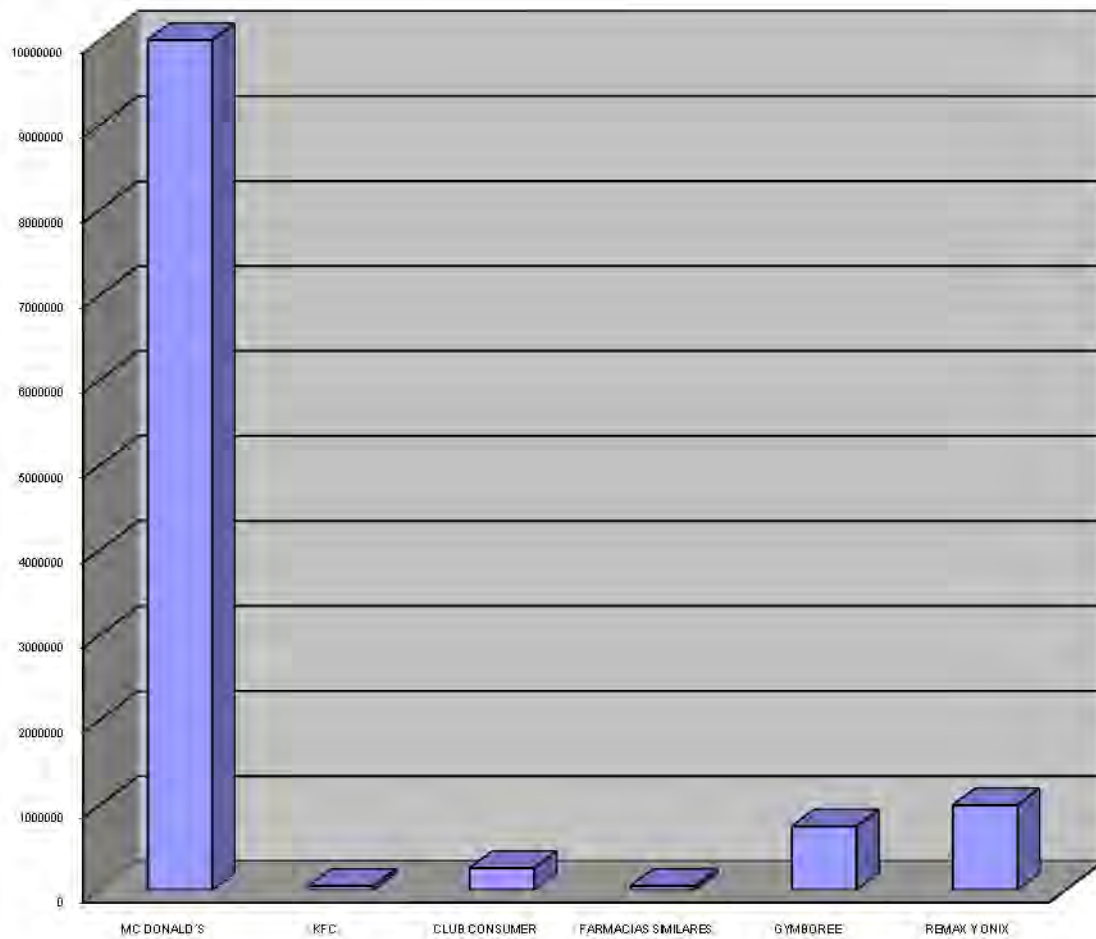
Como se observa en la grafica anterior se entrevistaron a algunas de las franquicias mas conocidas, de diferentes giros , dando con esto varias alternativas de inversión que se pueden tomar en cuenta en un momento dado.

2.- ¿CÚAL ES EL GIRO DE LA EMPRESA?



Se aplicaron cuestionarios a diferentes franquicias con giros diferentes, los resultados arrojan que solo se aplico el 25% en franquicias de comida rápida, el resto fueron diferentes giros.

3.- ¿ CÚAL ES EL MONTO INICIAL PARA ADQUIRIR LA FRANQUICIA?



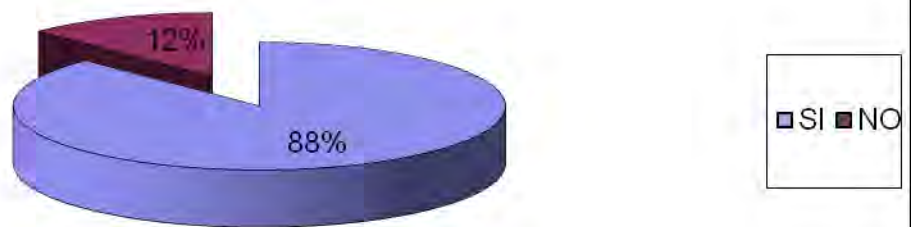
De acuerdo a la grafica anterior observamos que para invertir en una franquicia se tiene gran variedad de precios, desde 50000 pesos para adquirir la franquicia hasta 10000000 de pesos en franquicias con mas prestigio como es el caso de Mc Donald's.

4.- ¿HA CUMPLIDO CON TODAS LAS CLAÚSULAS DE SU CONTRATO DE FRANQUICIAS?



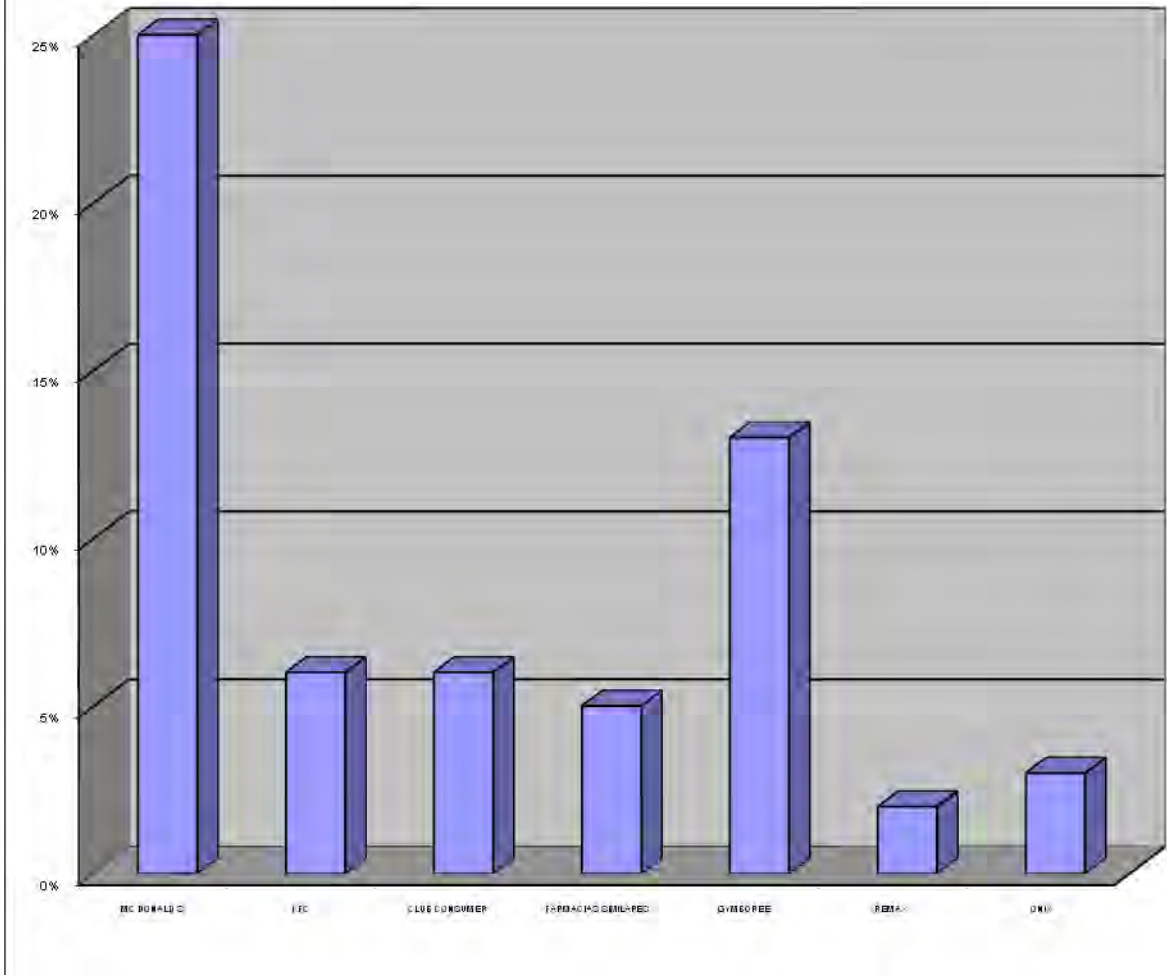
Como había de esperarse, la mayoría de la franquicias cuestionadas en el cumplimiento del contratote franquicias dijeron ser cumplidos por todas las cláusulas de su contrato, añadiendo que el contrato debe ser respetado al 100% ya que es un punto importante para conservar la franquicia.

5.- ¿HA RESPETADO LOS ESTANDARES DE VENTA ESTABLECIDOS POR SU FRANQUISATARIO?



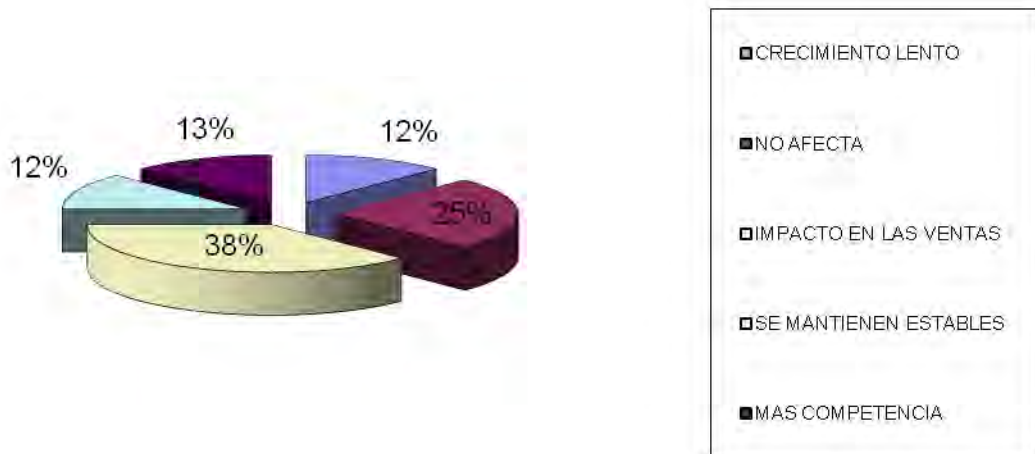
El 87 % de los cuestionados respondieron que si están respetando los estándares de venta, que queremos decir con esto, que solo el 13 % de los entrevistados no están obteniendo las ventas esperadas por los creadores de dicha franquicia.

6.- ¿CÚAL ES EL PORCENTAJE DE REGALIAS QUE LE PIDE SU FRANQUISATARIO?



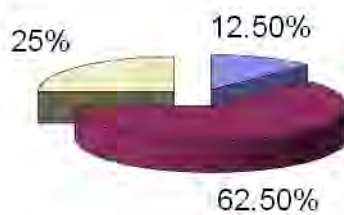
Como se observa en la grafica anterior, el porcentaje de regalías es muy variado, van desde el 2% en el caso de REMAX hasta el 25% en el caso de MC DONALD'S. Esto puede ser un factor importante a tomar en cuenta para un inversionista ya que se analizan los porcentajes en relación al volumen de venta para ver si es rentable o muy alto el costo por usar el nombre y la marca.

7.- ¿QUÉ IMPACTO HA TENIDO LA IMPLANTACIÓN DE NEGOCIOS SIMILARES AL GIRO DE SU FRANQUICIA?



Según la grafica anterior el 24% de las franquicias no le afectan la implantación de negocios similares, el 13% se mantiene estable y el 37% dice ser afectado por los negocios del mismo giro en un decremento de sus ventas.

8.- ¿CÓMO LE AFECTAN LOS DESCUENTOS DE EMPRESAS DEL MISMO GIRO DE SU FRANQUICIA?



- PERDIDA DE CLIENTES
- NO AFECTAN
- NO HAY DESCUENTOS

De acuerdo a los datos obtenidos, el 62.50% de las franquicias cuestionadas dicen no ser afectadas por los descuentos, siendo esto importante para minimizar el riesgo en inversiones en franquicias como MC DONALD'S, KFC, CLUB CONSUMER Y FARMACIAS SIMILARES.

9.- ¿A SIDO ACEPTADO SU PRODUCTO DENTRO DEL MERCADO URUAPENSE?



Como se observa en la grafica anterior todas las franquicias que participaron en la investigación, las cuales se muestran en la primer pregunta tuvieron una gran aceptación de los productos y servicios que ofrecen. Esto quiere decir que cualquier tipo de producto de los que ofrecen franquicias como KFC, CLUB CONSUMER, REMAX, GYMBOREE, son aceptados por el mercado regional de Uruapan, propiciando esto a la inversión con menor riesgo de mercado.

10.- ¿EL FRANQUISATARIO LO A APOYADO EN CUESTIONES TÉCNICAS DEL FUNCIONAMIENTO DE SU NEGOCIO?



Como se puede observar solo 12.50% dicen no ser apoyado por su franquisatario, como es el caso de FARMACIAS SIMILARES, en su mayoría el 87.50% recibe dicho apoyo como manuales de procedimientos, apoyos en cuestiones criticas que impidan el funcionamiento del negocio.

11.- ¿EL FRANQUISATARIO LE HA DEJADO DAR PUNTO DE VISTA QUE PUDIERA IMPLANTAR EN EL SISTEMA DE FRANQUICIAS, PARA QUE ESTE MEJORE?



Como se observa en la grafica anterior, casi en su mayoría el 87.5% de las franquicias cuestionadas dijeron que sus franquisatarios eran flexibles en cuestiones del funcionamiento, esto quiere decir que en las franquicias donde se llevan controles ya preestablecidos, también se pueden dar puntos a tomar en cuenta por el franquisatario para innovar dicha franquicia.

12.- ¿EL FRANQUISATARIO LO HA APOYADO EN CUESTIONES FINANCIERAS?



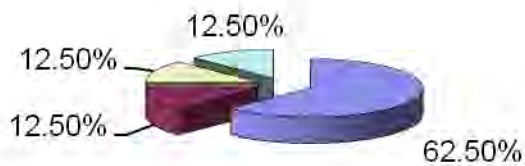
Las cuestiones financieras juegan un papel importante en un contrato de franquicias, ya que el franquiciado puede no tener solvencia en los primeros meses de funcionamiento de la franquicia, en la grafica anterior se muestra que solo el 37.5% de los cuestionados dicen si ser apoyados por sus franquisatarios siendo un bajo porcentaje que no cuenta con respaldo financiero por parte de la empresa, esto puede ser un riesgo para los inversionistas nuevos, ya que no tienen la garantía financiera de que si en un momento dado no cuentan con el efectivo para responder con sus regalías o para pagar sus proveedores el franquisatario no lo apoya.

**13.-¿ HA TENIDO PROBLEMAS
(FRANQUICIADO CON
FRANQUISATARIO) QUE HALLA
PODIDO INTERRUMPIR LA MARCHA
DE SU NEGOCIO?**



Como se observa en la grafica anterior, nunca va existir un riesgo donde el franquisatario y el franquiciado tengan problemas que impida seguir con la franquicia, ya que todo se rige mediante un contrato de franquicia y el cumplirlo es base de importante de nunca tener conflictos.

14.- ¿QUÉ ESTRATEGIAS UTILIZAN CUANDO LAS VENTAS SON BAJAS?



■ PROMOCIONES

■ PUBLICIDAD

□ CAMPAÑAS PUBLICITARIAS

□ PROMOCIONES Y PUBLICIDAD

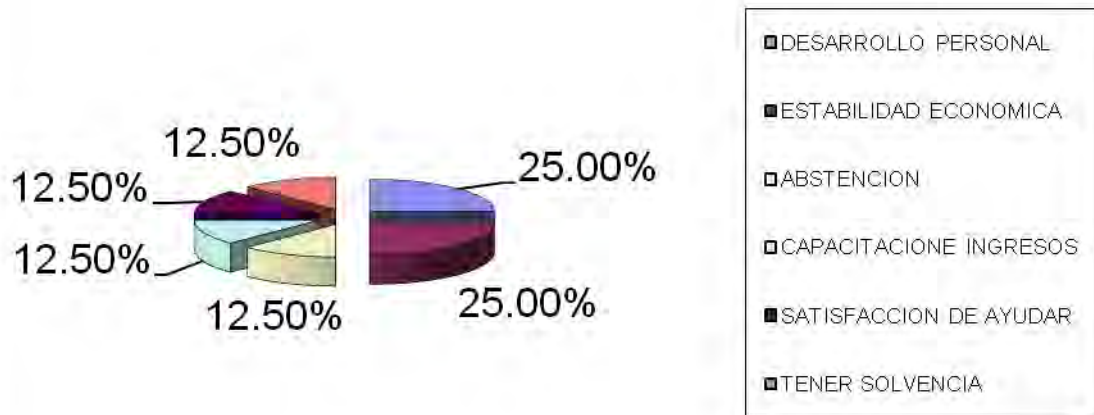
Uno de los medios mas importantes en el mundo de los negocios, son las promociones, esto cuando las ventas son bajas o cuando tenemos productos de temporada se vuelve esencial, en la grafica anterior se muestra como el 62.5% de las franquicias encuestadas toman este medio para mayor acaparamiento de mercado, también manejan otros medios como la publicidad, campañas a nivel nacional, y conjuntos de promociones y publicidad.

**15.-¿ANTES DE COMPRAR ESTA
FRANQUICIA, ANALIZARON LOS RIESGOS QUE CONLLEVA
UNA INVERSIÓN EN ESTE TIPO DE NEGOCIOS?**



Uno de las preguntas fundamentales en los cuestionarios aplicados es la que se muestra en la grafica anterior, el 100% de los entrevistados evaluaron la inversión en sus franquicias para ver si dichos proyectos eran viables o no. Es importante resaltar que la mayoría de las franquicias son rentables ya que venden de acuerdo a los estándares de los franquisatarios, pero en el caso de ONIX no se han mantenido las ventas lo cual la vuelve una franquicia poco rentable, que no genera los rendimientos mínimos, estamos hablando de un costo de capital de \$100000, el cual le va ser difícil de recuperar, con esto queremos decir, que si se hubiera analizado los riesgos antes de poner esta franquicia el inversionista no hubiera desembolsado dicho capital.

16.-¿ QUÉ VENTAJAS PERSONALES HA TENIDO PARA USTED LA FRANQUICIA?



Como se observa en la grafica anterior, las franquicias como negocios probados y reconocimiento en sus marcas han tenido un gran auge en la sociedad Uruapense, ya que los inversionistas de este tipo de negocios han estado muy satisfechos por la inversión realizada, en su mayoría tienen beneficios personales buenos como estabilidad económica, desarrollo personal, capacitación constante y solvencia. Esto muestra que las inversiones en franquicias cuando se evalúan los riesgo que conlleva dicha inversión se obtienen resultados buenos y en los muchos de los casos se cumplen al 100% las expectativas esperadas.

4.3 ANÁLISIS DE LA EVALUACIÓN DE RIESGOS DE INVERSIONES EN FRANQUICIAS

CASO FARMACIAS “LO MISMO SA DE CV”

Al hacer una inversión distinta a las del sistema financiero mexicano, hay que considerar un evaluación de riesgos previa al desembolso de efectivo para negocio, existen diversas técnicas para analizar el riesgo en un negocio. En el caso de farmacias “ Lo mismo SA de CV”, franquicia dedicada a la comercialización de productos farmacéuticos, analizaremos el VAN (Valor actual neto), la TIR (Tasa interna de rendimiento) , el periodo de recuperación de la inversión y las razones financieras principales; todo esto con el fin de dar a conocer al publico inversionista el riesgo y beneficios de invertir en un negocio de este tipo. A continuación se muestran los estados financieros de la empresa:

FARMACIAS LO MISMO SA DE CV
ESTADO DE CAMBIOS EN LA POSICION
FINANCIERA AL 31 DE DICIEMBRE DE 2007

	2006-2005	%		2006-2005	%
FLUJO DE EFECTIVO					
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$2,201,740	48.87%			
DEPRECIACIONES	117500	2.61%			
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO	\$2,319,240	51.47%			
ORIGENES DE CAPITAL DE TRABAJO			APLIACIONES DE CAPITAL DE TRABAJO		
CUENTAS POR COBRAR	\$385,800	8.56%	CUENTAS POR PAGAR	1165573	26.16%
DEUDORES DIVERSOS	1200000	26.63%	PRESTAMOS A CORTO PLAZO	200000	4.49%
INVENTARIOS	500000	11.10%			
ACREEDORES DIVERSOS	62533	1.39%			
IMPUESTOS POR PAGAR	38000	0.84%			
TOTAL ORIGENES DE CAPITAL DE TRABAJO	\$2,186,333	48.53%	TOTAL APLICACIONES DE CAPITAL DE TRABAJO	1365573	30.65%
			APLICACIONES POR FINANCIAMIENTO		
			PRESTAMOS A LARGO PLAZO	1110000	24.91%
			DIVIDENDOS REPARTIDOS	1295000	29.06%
TOTAL ORIGENES POR FINANCIAMIENTO	0	0.00%	TOTAL APLICACIONES POR FINANCIAMIENTO	2405000	53.98%
			APLICACIONES POR INVERSIONES		
TOTAL ORIGENES POR INVERSION	0	0.00%	ADQUISICION DE ACTIVOS		
			FIJOS	685000	15.37%
TOTAL ORIGENES	\$4,505,573	100.00%	TOTAL APLICACIONES POR INVERSIONES	685000	15.37%
FLUJO DE EFECTIVO GENERADO					
MAS SALDO INICIAL DE BANCOS			TOTAL APLICACIONES	4455573	100.00%
SALDO FINAL DE BANCOS				50000	
				300000	
				350000	

FARMACIAS LO MISMO SA DE CV
ESTADO DE CAMBIOS EN LA POSICION
FINANCIERA

	2007-2006	%		2007-2006	%
FLUJO DE EFECTIVO					
RESULTADO DEL EJERCICIO	\$2,748,926	71.04%			
DEPRECIACIONES	190500	4.92%	APLIACIONES DE CAPITAL DE TRABAJO		
FLUJO DE EFECTIVO OPERATIVO	\$2,939,426	75.97%	DEUDORES DIVERSOS	\$396,466	10.17%
ORIGENES DE CAPITAL DE TRABAJO			CUENTAS POR PAGAR	796627	20.43%
CUENTAS POR COBRAR	\$230,000	5.94%	ACREEDORES DIVERSOS	278333	7.14%
INVENTARIOS	700000	18.09%	IMPUESTOS POR PAGAR	90000	2.31%
			PRESTAMOS A CORTO PLAZO	200000	5.13%
TOTAL ORIGENES DE CAPITAL DE TRABAJO	\$930,000	24.03%	TOTAL APLICACIONES DE CAPITAL DE TRABAJO	\$1,761,426	46.17%
			APLICACIONES POR FINANCIAMIENTO		
TOTAL ORIGENES POR FINANCIAMIENTO	0	0.00%	DIVIDENDOS REPARTIDOS	381000	9.77%
			TOTAL APLICACIONES POR FINANCIAMIENTO	381000	9.77%
TOTAL ORIGENES POR INVERSION	0	0.00%	APLICACIONES POR INVERSIONES		
			ADQUISICION DE ACTIVOS FIJOS	1757000	45.06%
TOTAL ORIGENES	\$3,869,426	100.00%	TOTAL APLICACIONES POR INVERSIONES	1757000	45.06%
FLUJO DE EFECTIVO GENERADO			TOTAL APLICACIONES	3899426	100.00%
MAS SALDO INICIAL DE BANCOS				30000	
SALDO FINAL DE BANCOS				350000	
				320000	

FARMACIAS LO MISMO SA DE CV
ESTADOS DE RESULTADOS
COMPARATIVO DEL 1 DE ENERO
AL 31 DE DICIEMBRE DE CADA
AÑO.

CONCEPTO	2005	2006	2007
VENTAS	\$23,500,000	\$30,000,000	\$34,256,278
COSTO DE VENTAS	16200000	21500000	24493239
UTILIDAD BRUTA	\$7,300,000	\$8,500,000	\$9,763,039
GASTOS DE OPERACIÓN	3700000	4800000	5400000
UTILIDAD DE OPERACIÓN	\$3,600,000	\$3,700,000	\$4,363,039
GASTOS FINANCIEROS	216666	261000	198000
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$3,383,334	\$3,439,000	\$4,165,039
IMPUESTOS	1150334	1237260	1416113
UTILIDAD NETA	\$2,233,000	\$2,201,740	\$2,748,926

**FARMACIAS LO MISMO SA DE CV
BALANCE GENERAL AL 31 DE
DICIEMBRE DE CADA AÑO.**

CONCEPTO	2005	2006	2007
CAJA E INVERSIONES	\$300,000	\$350,000	\$320,000
CUENTAS POR COBRAR	2515800	2130000	1900000
DEUDORES DIVERSOS	1400000	200000	596466
INVENTARIOS	3500000	3000000	2300000
ACTIVO CIRCULANTE	\$7,715,800	\$5,680,000	\$5,116,466
EDIFICIOS	655000	900000	2300000
DEP. ACUM. EDIFICIOS	-175000	-212500	-345000
EQUIPO DE TRANSPORTE	240000	660000	768000
DEP. ACUM. EQUIPO TRANSPORTE	-45000	-87000	-103000
MAQUINARIA Y EQUIPO	360000	380000	629000
DEP. ACUM. MAQUINARIA Y EQUIPO	-90000	-128000	-170000
ACTIVO FIJO BRUTO	1255000	1940000	3697000
DEPRECIACION ACUMULADA			
TOTAL	-310000	-427500	-618000
ACTIVO FIJO NETO	945000	1512500	3079000
ACTIVO TOTAL	\$8,660,800	\$7,192,500	\$8,195,466
PASIVO			
CUENTAS POR PAGAR	2000000	834427	37800
ACREEDORES DIVERSOS	215800	278333	0
IMP. POR PAGAR	152000	190000	100000
PRESTAMOS A CORTO PLAZO	400000	200000	0
PASIVO CIRCULANTE	2767800	1502760	137800
PRESTAMOS LARGO PLAZO	1110000	0	0
PASIVO TOTAL	3877800	1502760	137800
CAPITAL CONTABLE			
CAPITAL SOCIAL	900000	900000	900000
UTILIDADES RETENIDAS	1650000	2588000	4408740
UTILIDAD DEL EJERCICIO	2233000	2201740	2748926
CAPITAL CONTABLE	4783000	5689740	8057666
PASIVO MAS CAPITAL CONTABLE	8660800	7192500	8195466

FARMACIAS LO MISMO SA DE CV				
RAZONES FINANCIERAS				
RAZON	FORMULA	2005	2006	2007
CIRCULANTE	AC/PC	2.79	3.78	37.13
PRUEBA DEL ACIDO	AC-I/PC	1.52	1.78	20.44
CAPITAL DE TRABAJO	AC-PC	4948000	4177240	4978666
RENTABILIDAD	UN/CC	0.47	0.39	0.34
MARGEN DE UTILIDAD	UN/VN	0.1	0.07	0.08
MARGEN DE UTILIDAD BRUTA	UB/VN	0.31	0.28	0.28
RENDIMIENTO SOBRE ACTIVO	UN/AT	0.26	0.31	0.34
COSTO DE VENTAS	CV/VN	0.68	0.71	0,71

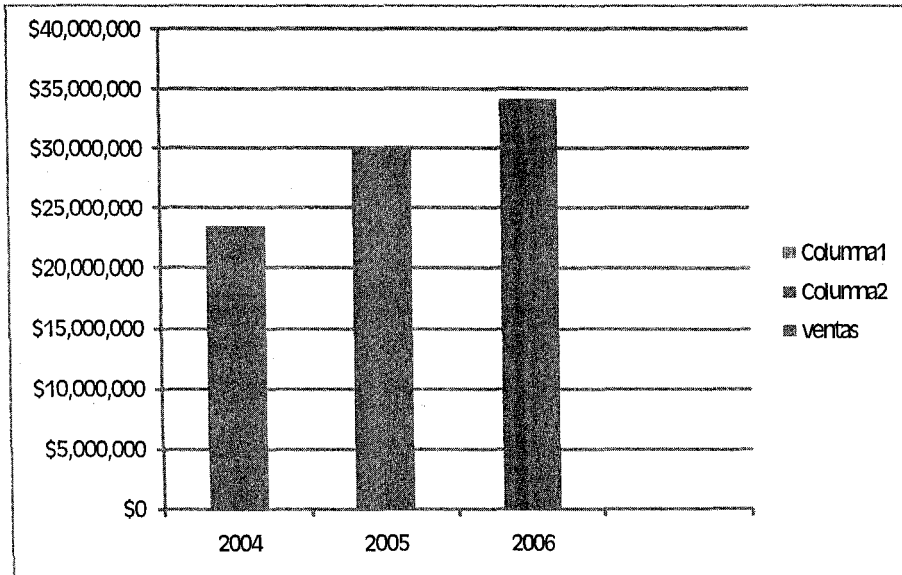
De acuerdo al análisis de la razones financieras y porcentos integrales, la empresa cuenta con una estructura financiera estable, cuanta con una liquidez en 2004 de casi el triple en relación del total de sus deudas, en 2005 incremento de casi 4 veces el valor del activo comparado con sus obligaciones, finalmente en el 2006 incremento impresionantemente en 37 veces, quiere decir que la empresa cuenta con una solvencia buena y que puede respaldar todas y cada una de sus obligaciones. Haciendo una prueba mas estricta de la solvencia de la empresa, observamos que en el 2004 cuenta con una solvencia inmediata de 52% mas de lo que tiene la empresa en sus activos totales, en el año 2005 incremento este

porcentaje en 78%, finalmente en el 2006 la empresa tiene una solvencia inmediata de poco mas de 20 veces lo que tiene invertido en sus activos circulantes y no circulantes sin incluir el inventario. La empresa cuenta con un capital de trabajo en 2006 de 4978666 optimo para poder endeudarse sin problemas de solvencia o invertirlo en las diferentes opciones de inversión que establece el sistema financiero mexicano. La rentabilidad con relación al capital contable es de 34% para el año 2006, margen e renta considerable de utilidades para los socios y PTU para los trabajadores. La empresa esta obteniendo una utilidad que representa el 8% de lo que vende, es muy bajo respecto a los volúmenes de ventas que maneja, todo el margen de utilidad lo están absorbiendo los gastos de operación. Con respecto al activo total con que cuenta la franquicia se esta generando un rendimiento del 26% para el 2004, en el 2005 aumento a casi 31% y finalmente en el 2006 al 34%. En general la empresa cuenta con una estructura financiera estable, que le dan perspectivas de crecimiento, aumento de ventas y acaparamiento de todo el mercado Uruapense. La empresa esta en las mejores condiciones para hacer inversiones en activos fijos, abrir nuevos establecimientos o invertir su capital de trabajo en instrumentos financieros.

RIESGO DEL PRODUCTO INNOVADOR

En el caso de los productos que ofrece la franquicia denominada "farmacia lo mismo SA de CV, son medicamentos contemporáneos que innovaron con el propósito de ayudar a los que menos tienen, asiendo que dichos productos estén al alcance de cualquier bolsillo, el producto que se ofrece al publico consumidor es medicina que no esta patentada, pero que tiene el mismo efecto que una medicina de marca, ya que dichos productos contienen la llamada" sustancia activa. Estos productos que la franquicia innovo tienen el riesgo de que el mercado no lo acepte ya que se puede tener incertidumbre de utilizar estos medicamentos o simplemente que se forme un rumor de que no sirven, esto causaría una disminución de la ventas en todas las franquicias. De acuerdo al análisis de ventas de estos tres últimos años muestra que la empresa año con año incrementa sus volúmenes de venta. (Véase la grafica 1.1)

1.1 ESTADISTIA DE VENTAS



Con la grafica anterior se observa como cada año es mas aceptado el producto dentro del mercado Uruapense, en este caso el riesgo del producto innovador fue mínima ya que se observa un crecimiento en su aceptación.. El producto es una necesidad y se vende por si solo cuando la gente lo requiera.

ÁNÁLISIS DEL VALOR ACTUAL NETO

De acuerdo a la teoría financiera que evalúa las inversiones a valor presente se pretende analizar si las utilidades de la empresa aumentaron año con año.

De acuerdo a los índices nacionales de precios al consumidor (INPC) se obtuvo la siguiente inflación:

2004: INPC Enero 2005 / Enero 2004 = $(112.554 / 107.661) - 1 = 0.4544 = 4.54\%$

2005: INPC Enero 2006 / Enero 2005 = $(116.983 / 112.554) - 1 = 0.0393 = 3.93\%$

2006: INPC Enero 2007 / Enero 2006 = $(121.640 / 116.983) - 1 = 0.0398 = 3.98\%$

Se determinara el Valor Actual Neto de las utilidades de 2006 y 2005 a valor de 2004, para tener pesos del mismo año y poder hacer la comparación de utilidades.

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO 2006

$\text{VAN} = \$2,748,926 / 1.0398 = \$2,643,706$ VAN 2006

$\$2,643,706 / 1.0393 = \$2,543,737$ VAN 2005

$\$2,543,737 / 1.0454 = \$2,433,267$ VAN 2004

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO 2005

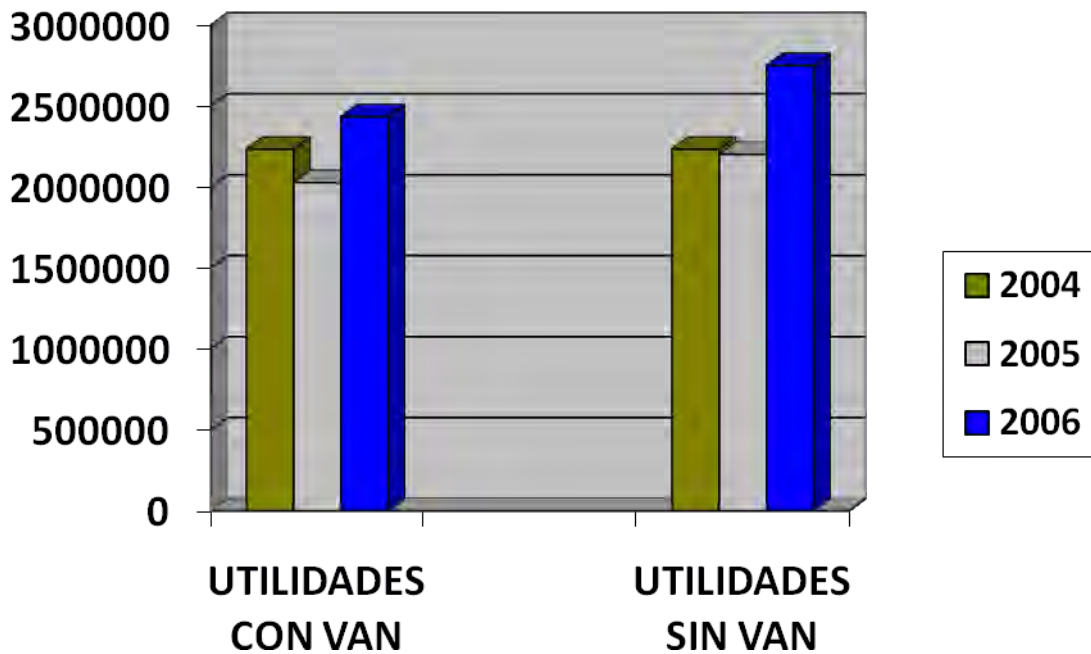
$\text{VAN} = \$2,201,740 / 1.0393 = \$2,118,484$ VAN 2005

$\$2,118,484 / 1.0454 = \$2,026,481$ VAN 2004

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO 2004

$\$2,233,000$ VAN 2004

1.2 COMPARACION DE UTILIDADES DE CADA EJERCICIO A VAN DE 2004.



De acuerdo a la valuación de las utilidades a valor actual de 2004, comparamos y vemos que se disminuyo un porcentaje en relación a la inflación de cada año respectivamente.

El año con menor utilidad fue el ejercicio 2005 por lo que se concluye que la empresa no cuenta con un crecimiento constante, sino que en momento se tienen fluctuaciones negativas.

VAN DEL CAPITAL CONTABLE A PESOS DEL 2004

CAPITAL CONTABLE DEL EJERCICIO 2006

$VAN = \$8,057,666 / 1.0398 = \$7,749,246$ VAN 2006

$\$7,749,246 / 1.0393 = \$7,456,216$ VAN 2005

$\$7,456,216 / 1.0454 = \$7,132,405$ VAN 2004

CAPITAL CONTABLE DEL EJERCICIO 2005

$\text{VAN} = \$5,689,740 / 1.0393 = \$5,474,588$ VAN 2005

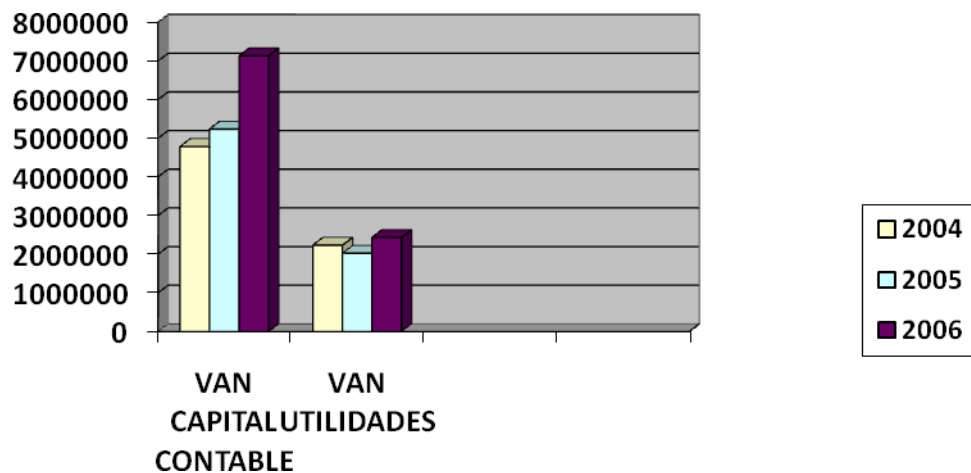
$\text{VAN} = \$5,474,588 / 1.0454 = \$5,236,836$ VAN 2004

CAPITAL CONTABLE DEL EJERCICIO 2004

\$4 783,000 VAN 2004

De acuerdo a la grafica 1.3 observamos como disminuye el porcentaje de la rentabilidad sobre la inversión a VAN del año 2004, a continuación se muestran las diferencias:

1.3 COMPARACION DE UTILIDADES SOBRE CAPITAL CONTABLE A VAN DE 2004



De acuerdo a la aplicación de la VAN al capital contable y a las utilidades de cada ejercicio puede hacer una comparación a pesos del mismo año.

1.4 COMPARACIÓN EN CONJUNTO DE UTILIDADES Y CAPITAL CONTABLE

AÑO	UTILIDADES SIN VAN	UTILIDADES CON VAN	CAPITAL CONTABLE SIN VAN	CAPITAL CONTABLE CON VAN
2004	2233000	2233000	4783000	4783000
2005	2201740	2026481	5689740	5236836
2006	2748926	2433267	8057666	7132405

Después de analizar el cuadro comparativo llegamos a la conclusión de que el año con mayor rentabilidad sobre el capital contable fue el 2004, ya que se obtuvo un rendimiento del 46% a diferencia del año 2005 en la cual se obtuvo un rendimiento de 38% y finalmente el 2006 con un rendimiento de 34%.

Con este análisis no queremos decir que la franquicia esta perdiendo año con año, simplemente se reduce el porcentaje de utilidades, por el efecto que tiene la acumulación de las utilidades de cada ejercicio en el capital contable, o sea que la base para el cálculo porcentual aumenta.

Para analizar mas exactamente el valor actual neto de las utilidades, se hará la comparación con el activo total con que cuenta la empresa, para analizar los porcentajes de rendimientos y el crecimiento porcentual de rentabilidad de la empresa.

VAN DEL ACTIVO TOTAL A PESOS DEL 2004

ACTIVO TOTAL DEL EJERCICIO 2006

VAN= \$8, 195,466 / 1.0398 = \$7, 881,771 VAN 2006

\$7, 881,771 / 1.0393 = \$7, 583,730 VAN 2005

\$7, 583730 / 1.0454 = \$ **7, 254,381 VAN 2004**

ACTIVO TOTAL DEL EJERCICIO 2005

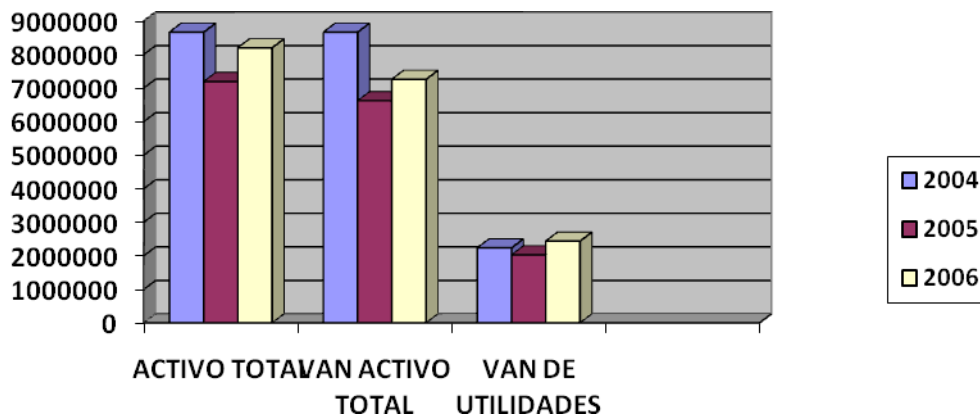
VAN= \$7, 192,500 / 1.0393 = \$6, 920,523 VAN 2005

VAN= \$6, 920,523 / 1.0454 = **\$6, 619,976 VAN 2004**

ACTIVO TOTAL DEL EJERCICIO 2004

\$8, 660,800 VAN 2004

1.5 ANALISIS DEL VAN EN EL ACTIVO TOTAL



Como se muestra en la figura 1.5 la VAN del activo total disminuye respecto a la inflación de cada año. Pero sigue siendo menor el efecto de este con relación a la rentabilidad que muestra la empresa como a continuación se plasma, en el cuadro comparativo 1. 6

1.6 CUADRO COMPARATIVO DE UTILIDADES CON ACTIVO TOTAL

AÑO	UTILIDADES SIN VAN	UTILIDADES CON VAN	ACTIVO TOTAL SIN VAN	ACTIVO TOTAL CON VAN
2004	2233000	2233000	8660800	8660800

2005	2201740	2026481	7192500	6619976
2006	2748926	2433267	8195466	7254381

Como se observa en el cuadro anterior se distingue otro escenario totalmente distinto a la comparación de las utilidades con el capital contable, ya que en este el cálculo no era tan exacto desde la perspectiva financiera. En el año 2004 se obtuvo una rentabilidad del 25.78% con relación al activo de la franquicia, para el 2005 un 30.61% y finalmente en el 2006 33.54% observando que año con año se obtiene un crecimiento aproximado en su rentabilidad del 3.88%.

PERIODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN

Las técnicas financieras nos permiten tomar una decisión para disminuir el riesgo, entre las diferentes alternativas de inversión. El periodo de recuperación de la inversión, nos indica el tiempo que la empresa tardaría en reunir el capital invertido con los excedentes de efectivo generados con la inversión.

PRI= Periodo de recuperación de la inversión.

En el caso de la empresa “Farmacias lo mismo SA de CV”, se invirtió un capital inicial de \$ 900,000, con un crecimiento sostenido del 12.42% anual (incluye 4% estimado de inflación para los próximos años).

1.7 CONCENTADO DE AÑOS PARA RECUPERAR LA INVERSIÓN

CONCEPTO	2004	2005	2006	ESCENARIO ESPERADO PARA 2007
INGRESOS DEL PROYECTO	23500000	30000000	34256278	38510908
EGRESOS DEL PROYECTO	16700000	21000000	23793239	26748359
RENTA DEL PROYECTO	6800000	9000000	10463039	11762549
GASTOS DEL PROYECTO	3700000	4800000	5400000	6070680
COSTO DE CAPITAL	900000	0	0	0
IMPUESTOS	1150334	1237260	1416113	1590500
FLUJO DE CAJA INVERSION	1049666	3562740	3983887	4480180

VENTAS

Ventas 2006 x crecimiento sostenido= ventas esperadas para 2006

$$34256278 \times 12.42\% = \mathbf{38510908}$$

EGRESOS DEL PROYECTO

Compras= Inventario final + Costo de ventas – Inventario inicial

Compras 2004= 3500000 + 16200000 - 3000000 = 16700000

Compras 2005= 3000000 + 21500000 - 3500000 = 21000000

Compras 2006= 2300000 + 24493239 – 3000000 = 23793239

Esperado 2007= 23793239 x 12.42% = **26748359**

GASTOS DEL PROYECTO

Gastos de operación esperado para 2007= 5400000 x 12.42%= **6070680**

IMPUESTOS

4.13% sobre las ventas= ventas 2007 x 4.13% = impuestos esperados para 2007

38510908 x 4.13%= **1590500**

Como se observa en el cuadro 1.7 la inversión inicial se recupera en un 100% desde el primer año. Este tipo de franquicia sería una muy buena elección de inversión, si el inversionista quiere recuperar la inversión en el menor lapso de tiempo posible, en los años siguientes todo lo que genere la empresa serían ganancias libres de amortización de la inversión.

Para ser más exactos en el periodo de recuperación de la inversión se saca el lapso por regla de tres:

1049666 – 12 meses

900000 – x = 10.28 meses

Con esto queremos decir que aproximadamente en 10 meses 9 días la inversión queda totalmente absorbida por las utilidades que la empresa genera. De acuerdo al método de recuperación de la inversión la franquicia es una buena inversión a corto plazo, el volumen de sus ventas aumenta constantemente en un 12% aproximadamente, manteniendo sus costos de operación y financieros absorbiendo su costo de capital totalmente en menos de un año, haciendo de esta franquicia una inversión estable y con poco riesgo de rentabilidad, esto de acuerdo con los porcentajes y comparaciones presentados en los cuadros anteriores.

ANÁLISIS DE LA TIR

Técnica de valuación financiera que tiene como objetivo determinar la tasa de rendimiento con la que retorna la inversión, se determina buscando la tasa que al dividir los flujos netos de efectivo entre dicha tasa se iguale la inversión.

$$I_0 = f_1 / (1+r) + f_2 / (1+r) + f_3 / (1+r)$$

$$900000 = 1049666 / (1+16.6295\%) = \mathbf{900000}$$

- **la formula consta de solo una operación ya que la inversión se recupera en un solo flujo de efectivo.**

Al revisar la operación anterior observamos que la tasa interna de rendimiento para esta empresa es del 16.6295%, tasa que iguala el costo del capital de la franquicia que es de 900000 pesos, que terminan por absorberse desde el primer año de vida de la franquicia, teniendo con esto, buenas perspectivas de recuperación o retorno de la inversión y minimizar el riesgo en optar por un negocio de este tipo.

PROPUESTA DE INVERSIÓN EN INSTRUMENTOS FINANCIEROS DE RENTA FIJA PARA EL CAPITAL DE TRABAJO DE LA EMPRESA “LO MISMO SA DE CV”

Después de haber analizado la estructura financiera de la empresa “ Lo Mismo SA de CV” observamos que cuenta con un capital de trabajo considerable, optimo para invertir en algún tipo de instrumento de renta fija, esto en base a que no implica riesgo alguno ya que se maneja un rendimiento ganado. Estos tipos de rendimientos varían según el banco donde se quiera invertir, en este caso se propone invertir en Banorte, ya que es uno de los bancos conocidos y con prestigio dentro del país, además de que otorga las tasa mas altas en pagares bancarios y cetes, comparado con otros bancos como Banamex, Serfin, HSBC, entre otros.

La empresa cuenta con el siguiente capital de trabajo al 1 de enero del 2007.

Activo Circulante – Inventarios / Pasivo Circulante

$(5,116,466 - 2,300,000) - 137,800 = \$ 2,678,666$

En dicha razón financiera se le agrego la resta de los inventarios, con el objetivo de hacer el resultado mas estricto y apegado al dinero que realmente puede utilizar. Dicha cantidad de efectivo se encuentra sin utilizar perdiendo con esto rendimientos que generaría una inversión en pagares bancarios o cetes; dichas opciones se proponen para la empresa ya que son instrumentos de renta fija, te garantizan una ganancia aun cuando esta sea mínima, el inversionista no corre riesgo alguno y su dinero aumenta originándole productos financieros bien recibidos para la empresa.

Se proponen Inversión en pagares bancarios:

PB a 7 días a una tasa de 4.07%

PB a 28 días a una tasa de 4.70%

PB a 91 días a una tasa de 5.82%

Se espera una inflación del 4%

El plazo es de 365 días, asiendo énfasis de que si la empresa cuenta con algún tipo de problema de liquidez puede retirarlo dentro del termino de plazo de la opción que se escoja como inversión.

Para dicha obtención de rendimiento se utilizara la formula del interés compuesto la cual se muestra a continuación:

$$S = C \left(1 + I / 360 \times t \right)^n$$

Donde:

S = Monto.

C= Capital.

I = Tasa.

t = tiempo.

n = no. De veces a invertir.

- PB a 7 días a una tasa de rendimiento de 4.07% anual

$$S1 = 2,678,666 \left(1 + .0407 / 360 \times 7 \right) \exp.(52)$$

$$S1 = \mathbf{2,791,153.23}$$

- PB a 28 días a una tasa de rendimiento de 4.70% anual

$$S2 = 2,678,666 (1 + .0470 / 360 \times 28) \exp.(13)$$

$$S2 = \mathbf{2, 808,791.95}$$

➤ PB a 91 días a una tasa de rendimiento de 5.82% anual.

$$S3 = 2,678,666 (1 + .0582 / 360 \times 91) \exp.(4)$$

$$S3 = \mathbf{2,839,809.32}$$

Una vez obtenidos los rendimientos, es importante aplicarles el efecto inflacionario el cual se determina de la siguiente manera:

$$S1 = 4 / 100 = .04 / 365 = 0.0001095 \times 364 = 0.03985 \times 100 = 3.98\% \text{ EI}$$

$$S2 = 4 / 100 = .04 / 365 = 0.0001095 \times 364 = 0.03985 \times 100 = 3.98\% \text{ EI}$$

$$S3 = 4 / 100 = .04 / 365 = 0.0001095 \times 364 = 0.03985 \times 100 = 3.98\% \text{ EI}$$

En este caso los plazos exactos de cada inversión en días coincidieron, siendo así 364 días los que se van a alcanzar a invertir en un lapso de 1 año.

A continuación se muestran los resultados de la inversiones aplicando el efecto inflacionario en cada una de ellas:

Cálculo de rendimientos de inversiones en Pagares Bancarios			
Concepto	PB a 7 días	PB a 28 días	PB a 91 días
Capital	2678666	2678666	2678666
Por efecto Inflacionario	1.0398	1.0398	1.0398
Capital Inflacionario	2785276.907	2785276.907	2785276.907
Menos capital	2678666	2678666	2678666
Efecto Inflacionario	106610.9068	106610.9068	106610.9068
S monto	2791153.23	2808791.95	2839809.32
menos capital	2678666	2678666	2678666

Ganancia nominal	112487.23	130125.95	161143.32
Menos efecto inflacionario	106610.91	106610.91	106610.91
Ganancia real	5876.3232	23515.0432	54532.4132
Tasa nominal	4.07	4.7	5.82
Tasa real de rendimiento	0.22	0.88	2.04

Después de comprar los resultados de inversión en pagares bancarios observamos que la mejor opción de inversión del capital de trabajo con el menor grado de riesgo es el pagare bancario a 91 días, obteniendo una ganancia nominal de 161143.32 pesos. Es importante aclarar que hay otro tipo de inversiones mas rentables como los fondos de inversión, mercado de divisas, acciones de la bolsa de valores, que tienen rendimientos altos con el mayor grado de riesgo ya que dichas inversiones fluctúan mucho en relación a los mercados nacionales e internacionales, pudiéndote volver rico de la noche a la mañana o perder todo tu capital en ese mismo tiempo. En este caso se propone invertir de manera moderada sin riesgo y no poner el riesgo el patrimonio de la empresa.

CONCLUSIÓN

Como conclusión del análisis de la evaluación de riesgos de la empresa denominada “La misma SA de CV”, se determino que es una franquicia altamente rentable, que es mínimo el riesgo de invertir en ella ya que en cuestiones financieras no tiene ningún problema, se esperan ventas de \$38510908 pesos para el próximo año, tiene una rentabilidad sobre el costo de capital de 34%, sus ventas tienen un crecimiento sostenido del 12.42% anualmente como lo dicen las estadísticas de la revista IMEF, a lo largo de 5 años llegan a consolidarse las franquicias. La evaluación de riesgos es de suma importancia, para que la inversión que realizamos no salga a flote, la inversión se haga sobre bases que sustenten la decisión.

Según los objetivos perseguidos en la presente investigación demuestran que:

- Las franquicias son la mejor alternativa de inversión comparada con los rendimientos en instrumentos de del sistema financiero.
- La franquicia es una inversión donde el riesgo es mínimo, ya que el funcionamiento del negocio esta respaldado por la experiencia de sus creadores y en cambio las inversiones en negocios nuevos nunca se va a tener la certeza de que genere rendimiento.
- La franquicia genera rendimiento que superan las expectativas de los franquisatarios cuando se analizan los riesgos.
- Las franquicias son negocios sólidos, seguros y rentables en los que se puede invertir.

Por otro lado se cumplen las preguntas de la investigación tales como:

¿Cuáles son las ventajas y desventajas que se tienen a invertir en un negocio de franquicia?

¿Cuáles son los riesgos que hay que evaluar antes de invertir en una franquicia?

¿Es la franquicia uno de los negocios donde tengo el menor grado de riesgo de perder mi capital?

Cada una de las preguntas anteriores fueron contestadas a lo largo de presente investigación concluyendo que la franquicia tiene gran variedad de ventajas tales como:

- **COMPRAS AL POR MAYOR**
- **PERMISOS DE INSTALACION**
- **ESTUDIOS DE MERCADO**
- **PUBLICIDAD A NIVEL NACIONAL**
- **ACORTAMIENTO DE LA CUERVA DE APRENDIZAJE**
- **MENOR DESEMBOLSO DE CAPITAL**
- **AYUDA EN EL DISEÑO**
- **ASISTENCIA EN LOS MOMENTOS DIFÍCILES**

Que en cierta forma vuelven mínimos los riesgos de que la empresa genere rendimiento o que no sea aceptado por el mercado Uruapense ya que el franquisatarios proporciona manuales de procedimientos, estudios de mercado,

conecte con los proveedores, publicidad a nivel nacional, etc. Factores que influyen mucho en las operaciones de la franquicia.

Cumplidos los objetivos de la investigación y culminadas las preguntas de la misma resolvemos las hipótesis que impulsaron a desarrollar la presente tesis.

“La franquicia es una de la inversiones mas seguras en las que se puede invertir con el menor grado de riesgo”

“La evaluación de riesgos es un factor determinante para elegir el tipo de inversión a realizar”

Por ultimo se puede asegurar que las franquicias constituyen uno de los principales negocios óptimos de inversión, donde el riesgo es mínimo, pero acompañado de un análisis de riesgos antes de tomar la decisión de inversión, se vuelve una de las inversiones mas seguras donde el publico y usuario de esta información puede tener la certeza de que generara rendimientos y obtendrá muy buenos beneficios personales y económicos.

La presente investigación se realizo mediante la aplicación de cuestionarios y el análisis de riesgos se determino sobre información financiera confiable, ya que dichos estados financieros se encuentran dictaminados por un C.P.R.

BIBLIOGRAFÍA

COSS Bu, Raúl. Análisis y evaluación de proyectos de inversión. Ed. Limusa, ed. 2ª, México, 1990, 375 pp.

DOLDEN Square, Services. Como elegir un negocio de franquicias. Ed. Deusto, México, 1990, 132 pp.

Enciclopedia encarta 2001

FEHER Tocatli, Ferenz. Franquicias a la mexicana. Ed. Mc. Graw-Hill, Mexico, 1999, 82 pp.

GITMAN, Laurence J. Principios de Administración Financiera. Ed. Prentice-Hall, 8ª ed., Mexico, 2000.

IMEF. Franquicia. México, 2006, 30 pp.

IMCP. Normas de información financiera. México, 2006, 832 pp.

JONSON, Robert W. Administración Financiera. Ed. Continental, México, 2000.

KENNEDYEN. Estados financieros. México, 1997, 321 pp.

MEYES H. Marketing. México, 1995, 380pp.

PHILIPS Kothler. Dirección de la mercadotecnia. Ed. Limusa, ed. 2ª, México, 1998, 269 pp.

RAAB Steven, S. Franquicias: como multiplicar su negocio. Ed. Limusa, México, 1994, 330 pp.

SAT, Franquicias comerciales. México, 2005, 47 pp.

SAPAG Chain, Nasir. Criterios de evaluación de proyectos. Ed. Mc. Graw-Hill, ed. 1ª, Mexico, 1993, 144 pp.

www.francorp.com.mx

www.innovateurmexico.com.mx

ANEXOS

ENTREVISTA

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

KFC, PIZZA HOT

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

COMIDA RAPIDA

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

50000 DOLARES INICIAL, POR CONCEPTO DE PATENTES Y MARCAS.

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

POR QUE LAS CLAUSULAS SON BAJO CONTRATO, SI SE FALTA UNA CLAUSULA SIMPLEMENTE CANCELAN LA FRANQUISIA Y SE CIERRA LA EMPRESA.

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

SI, LOS ESTANDARES DE VENTA SE ANALIZAN PREVIAMENTE EN ESTUDIO DE MERCADO, SI LOS MARGENES SON CONSIDERABLES SE LLEVA ACABO LA FRANQUICIA, SI NO SOLO SE DEJA COMO PROYECTO.

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

EL PORCENTAJE DE REGALIAS YA VIENE ESTIPULADO EN EL CONTRATO DE FRANQUICIA, EL CUAL ES DE 6% POR CONCEPTO DE REGALIAS EN PERIODOS DE 28 DIAS.

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

AL PRINCIPIO HAY VARICIONES EN LAS VENTAS, PERO SE MANTIENE ESTABLE LA VENTA DEL PRODUCTO.

8.- ¿Como le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

NO AFECTAN PARA NADA, AL CONTRARIO AUMENTAN NUESTRAS VENTAS YA QUE ENTRE LAS FRANQUICIAS DE COMIDAS RAPIDAS TENEMOS MUCHA DIFERENCIA EN LOS PRODUCTOS QUE OFRECEMOS, ES POR ELLO QUE LA VENTA ESTA EN GUSTO DEL CONSUMIDOR, OPINO QUE A LOS QUE EFECTAN LOS DESCUENTOS SON A LOS PEQUEÑOS NEGOCIOS INFORMALES.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI, TOTALMENTE ACEPTADO.

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

SI, ESTA ESTIPULADO EL SOPORTE TECNICO POR CONTRATO, SERVICIO INTEGRAL EN PORCESOS Y PROCEDIMIENTOS ESTABLECIDOS.

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

SI, PRIMERO VALORAN LA PROPUESTA Y POSTERIORMENTE SI ESTA PROPUESTA ES ACEPTADA SE IMPLEMENTA.

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

NO.

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO.

14.- ¿ Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

PUBLICIDAD INTERNACIONAL POR PARTE DE LA FRANQUICIA.

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI, ANTES DE INVERTIR EN ESTE TIPO DE FRANQUICIA SE ANALIZARON MEDIANTE ESTUDIOS POR PARTE DE FRANQUISIATARIO, SI EL MERCADO ERA APTO O NO. CON DICHOS RESULTADOS EL FRANQUISATARIO DECIDE SI CONCEDER O NO LA FRANQUICIA.

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

NO CONTESTADA LA PREGUNTA.

ENTREVISTADOR: DANIEL MARTIN TORRES QUEZADA

**ENTREVISTADO: C.P. ELVIRA MEDINA ESQUIVEL.
CARGO: CONTADOR GENERAL, GRUPO CALLEJA.**

CUESTIONARIO

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

CLUB CONSUMER

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

PUBLICIDAD INTEGRAL (AUDIOVISUAL, IMÁGENES, IMPRESA, EQUIPOS DE EDECANES, HOSSTES.

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

260000 PESOS INICIALES, CON FACILIDADES DE PAGO.

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

POR QUE ES POR CONTRATO.

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

SI, LOS ESTANDARES QUE MANEJA EN FRANQUISATARIO SON DE 20 A 30 CLIENTES POR MES CONSTANTES, POR INTERNET NOS MANEJAN 20 NEGOCIOS EN LINEA COMO MINIMO, TODO ESTO ES PARA EL PRIMER AÑO, YA EN EL SEGUNDO AÑO INCREMENTAN LOS ESTANDARES.

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

SI, ES DEL 5 AL 7% SOBRE LAS LOS SERVICIOS DE CADA MES.

7% CUANDO EL FRANQUICIADO TIENE PROVEEDORES DIFERENTES A LOS QUE EL FRANQUISATARIO DEFINE.

5% CUANDO LOS PROVEEDORES LOS CONECTA EL FRANQUISATARIO.

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

EL IMPACTO SOLO HA SIDO EN EL MATERIAL IMPRESO.

LOS PRINCIPALES C OMPETODORES SON:

- RANCHO RODEO.

- PUBLI RED.
- OPCION PUBLICITARIA.
- ESPACIOS.
- PUBLI MAX.

8.- ¿Como le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

NO, NOS AFECTA YA QUE CLUB CONSUMER TIENE UN PERFIL MERCADOLOGICO MUY DIFERENTE A NUESTROS CONSUMIDORES Y QUE HA SIDO MUY BIEN ACEPTADO POR CLIENTES.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI, SOLO EN INTERNET NO HA SIDO TAN ACEPTADO, LOS URUAPENSES NO ESTAN ACOSTUMBADOS A PUBLICIDAD POR ESTE MEDIO. SOLO PERSONAS DE ALREDEDOR DE 30 AÑOS ACEPTAN ESTE MEDO.

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

SI, COMO:

- DISEÑO
- CONTENDOS
- ESTRATEGIAS
- ASESORIAS

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

SI, CLAUSULAS QUE PERMITEN OPINAR EN DECISIONES DE MEJORAMIENTO DE LA FRANQUICIA.

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

FLEXIBLES AL PAGO DE LA INVERSION INICIAL.

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO

14.- ¿ Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

PROMOCIONES, MEZCLAR DOS MEDIOS (IMPRESO Y VISUAL)
ANUNCIOS EN INTERNET GRATIS.

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI, SE HICIERON ESTUDIOS DE MECADO PREVIOS.
SE ESTIMA RECUPERAR LA INVERSION EN UN PLAZO DE TRES AÑOS.

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

MUCHA CAPACITACION, APOYOS, BENEFICIOS ECONOMICOS.

ENTREVISTADOR: DANIEL MARTIN TORRES QUEZDA
ENTREVISTADO: DANIEL VARGAS (DIRECTOR GENERAL)

CUESTIONARIO

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

FARMACIAS SIMILARES

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

VENTA DE MEDICAMENTOS

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

\$ 50000 PESOS

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

SI

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

SI, EL 5%

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

MUCHA, SOBRE TODO E EL ASPECTO DE LAS VENTAS Y ALTERNATIVAS A LOS CONSUMIDORES.

8.- ¿Cómo le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

NO MUCHO, POR QUE TENEMOS EJORES PRECIOS.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

NO

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

SI

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

NO

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO

14.- ¿ Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

SE ANUNCIAN PRODUCTOS ESPECIALES POR MEDIO DE UNA CAMPAÑA A NIVEL NACIONAL.

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

ES UN PRODUCTO DE PRIMERA NECESIDAD QUE SE VENDE POR SI SOLO Y AYUDA A PERSONAS DE ESCASOS RECURSOS.

CUESTIONARIO

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

GYMBOREE CENTROS DE EDUCACIÓN.

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

GIMNASIOS INFANTILES DE ESTIMULACION TEMPRANA.

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

\$ 750000

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

ES PARTE DEL CONTRATO.

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

SI

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

SI, DEL 10 AL 15% SEGÚN EL INGRESO.

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

NO EXISTE OTRO NEGOCIO SIMILAR EN LA CUIDAD.

8.- ¿Como le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

NO SE HACEN DESCUENTOS.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

SI, ELLOS NOS PROPORCIONAN TODOS LOS PROCEDIMIENTOS Y MECANISMOS DE APOYO TECNICO Y ORGANIZACIONAL.

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

NO

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

NO

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO

14.- ¿ Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

SE UTILIZA LA PROMOCION Y NUEVOS SERVICIOS AL PUBLICO.

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

DESARROLLO PERSONAL Y PROFESIONAL.

CUESTIONARIO

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

MC DONALDS.

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

ELABORACION Y VENTA DE ALIMENTOS PARA EL CONSUMO HUMANO.

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

\$ 10000000 APROXIMADAMENTE

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

YA QUE LA FRANQUICIA SE ENCUENTRA CONDICIONADA.

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

SIEMPRE.

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

SI, EL 25% DE LA VENTA NETA.

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

SIEMPRE AL INICIO DE UN NUEVO NEGOCIO NOS IMPACTA EN LAS VENTAS QUE REPRESENTAN ALREDEDOR DE UN 30% MENSUAL, DURANTE LOS PRIMEROS 3 MESES APROXIMADAMENTE.

8.- ¿Como le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

NO ES MUY NOTORIO YA QUE SIEMPRE EXISTEN PROMOSIONES ANTICIPADAS POR NUESTRA EMPRESA PARA SOPORTAR LAS PROMOSIONES DE LA COMPETENCIA.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI.

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

SI

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

SI, DE MANERA LIMITADA.

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

SI, INVIRTIENDO EN CURSOS PARA EL DESARROLLO PERSONAL Y MOTIVACION DEL MISMO.

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO.

14.- ¿Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

LA IMPLEMENTACION DE NUEVAS PROMOCIONES, COMO BAJAR ALGUNOS PRECIOS, CAJITAS FELIZ QUE LLAMEN LA ATENCION DEL CLIENTE CONSUMIDOR, ENTRE OTROS PAQUETES.

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

TANTO UN INGRESO ECONOMICO, COMO UN CRESIMIENTO PROFESIONAL Y LA SATISFACCION DE REPRESENTAR A UNA EMPRESA CON RECONOCIMIENTO INTERNACIONAL.

CUESTIONARIO

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

RED PACK.

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

MENSAJERIA Y PAQUETERIA.

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

XXXXXX

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

YA QUE LA FRANQUICIA SE ENCUENTRA CONDICIONADA.

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

SI.

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

NO HAY REGALIAS, SE MANEJA UN MARGEN DE REVEENTA.

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

CRECIMIENTO MÁS LENTO.

8.- ¿Como le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

PERDIDA DE CLIENTES TEMPORALMENTE, LUEGO REGRESAN.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI.

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

SI

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

SI.

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

SI, APERTURA DE MAS ESTABLECIMIENTOS.

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO.

14.- ¿Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

PROMOCIONES Y OFERTAS.

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI, YA SE CONOCIA EL GIRO.

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

ESTABILIDAD ECONOMICA.

CUESTIONARIO

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

REMAX

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

INMOBILIARIA, COMPRA-VENTA DE INMUEBLES Y MUEBLES.

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

\$ 1,000,000

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

ES UN REQUISITO PARA UTILIZAR EL NOMBRE.

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

HASTA AHORA HEMOS CUMPLIDO CON ELLOS.

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

SI, EL 2%

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

EN ESTE RAMO PRACTICAMENTE SE MANTIENEN LOS MISMOS.

8.- ¿Como le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

NO SE CONSIDERAN DESCUENTOS EN ESTE GIRO.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI.

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

SI.

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

SI.

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

NO.

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO.

14.- ¿Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

PROMOCION Y PUBLICIDAD.

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI.

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

LA GENTE NOS CONOCE E INCREMENTAN NUESTRAS VENTAS.

CUESTIONARIO

Buenos días, soy alumno de la Universidad Don Vasco y con motivo de mi tesis, estoy realizando una investigación de campo, aplicando cuestionarios a algunas de las franquicias que estén establecidas en Uruapan Michoacán, con el fin de analizar los riegos y la marcha de sus negocios.

1.- ¿Cuál es el nombre comercial de la franquicia?

ONIX

2.- ¿Cuál es el giro de la empresa?

COMPRA-VENTA DE BISUTERIA Y COSMETICOS.

3.- ¿Cuál es el monto inicial que realizaron para obtener la franquicia?

\$ 1,000,000 DE PESOS

4.- ¿Ha cumplido con todas las cláusulas de su contrato de franquicia?

SI NO ¿Por qué?

POR CONVENIENCIA.

5.- ¿Ha respetado los estándares de venta establecidos por su franquiciante?

NO.

6.- ¿El franquisatario le exige el pago de sus regalías? ¿Cuál es el porcentaje de este?

SI, EL 3%

7.- ¿Que impacto ha tenido la implantación de nuevos negocios similares al giro de su franquicia?

MAS COMPETENCIA.

8.- ¿Como le afectan los descuentos que utilizan empresas del mismo giro de su negocio para captar mas clientes?

NO AFECTAN.

9.- ¿Ha sido aceptado su producto dentro del mercado Uruapense?

SI.

10.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones técnicas del funcionamiento de su negocio?

SI.

11.- ¿El franquisatario le ha dejado dar puntos de vista que pudiera implantar en el sistema de franquicia, para que este mejore?

SI.

12.- ¿El franquisatario lo ha apoyado en cuestiones financieras? ¿Cuáles?

NO.

13.- ¿Han tenido problemas (franquiciador, franquisatario) que haya podido interrumpir la marcha de su negocio?

NO.

14.- ¿Que estrategias utilizan cuando las ventas son bajas?

PROMOCIÓN 2X1

15.- ¿Antes de comprar esta franquicia, analizaron los riesgos que conlleva una inversión en este tipo de negocios?

SI.

16.- ¿Qué ventajas ha tenido con la franquicia para usted personalmente?

TENER SOLVENCIA, EJERCER MI PROFESIÓN Y ACTUALIZARME.