

UNIVERSIDAD

DON VASCO, A.C.

**ESCUELA DE CONTADURÍA**

**A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

INCORPORACIÓN No. 8727-08

**UNIVERSIDAD DON VASCO, A.C.**

ASESOR:

Lic. Hilda Julieta Alcalá Gutiérrez

Uruapan, Michoacán, 08 de febrero de 2011

**La franquicia como alternativa de  
Inversión, para los Micro y Pequeños  
empresarios de Uruapan, Mich.**

**Tesis**

Que para obtener el título de:

**Licenciada en Contaduría**

Presenta:

**Silvia Elizabeth Pulido Martínez**



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**

### **A Dios**

Agradezco a Dios por permitirme realizar un logro más en mi vida.

### **A mis Padres**

Por que sin su apoyo, comprensión y ayuda no hubiera sido posible terminar este proyecto, agradezco a mis padres a quienes quiero con todo mí ser, y quienes sin dudarlo ni un segundo creyeron y siguen creyendo en mí.

### **A la Lic. Hilda Julieta Alcalá Gutiérrez**

Por su asesoramiento, el tiempo que me dedico, por dejarme aprender de ella y sobre todo por su apoyo y su paciencia en la elaboración de esta tesis.

### **A mis compañeros y amigos**

Por las experiencia que vivimos a lo largo de estos años, y su apoyo incondicional y amistad.

## Introducción

### Capítulo 1. – Empresa y Administración Financiera

1.1. Empresa.....	6
1.2. Proyectos.....	7
1.3. – Inversión.....	7
1.3.1. - Los cuatro parámetros de las Inversión.....	8
1.4. - Proyectos de inversión.....	10
1.5. Tipos de Proyectos de Inversión.....	11
1.6. Elementos básicos de un proyecto de inversión.....	12
1.7. - Inversión real y Financiera.....	31
1.8. - Criterios de Evaluación de inversión.....	31
1.8.1. - Criterios generales.....	31
1.8.2. - El Método de “Periodo de Recuperación de la Inversión”.....	32
1.8.3. - El Método de tasa de Rendimiento.....	32
1.8.4. - El Método de flujo de efectivo descontado.....	33
1.8.5. - Valor Actual Neto (VAN).....	34
1.9.- Análisis Financiero.....	35

### Capítulo 2. - Franquicias

2.1. - Las franquicias.....	44
2.2. - Franquiciante y Franquiciario.....	51
2.3. - Las franquicias en la economía de hoy.....	54
2.4. –Ventajas de las franquicias.....	54
2.5. –Desventajas de las franquicias.....	58
2.6. –Características de las franquicias.....	59

### **Capítulo 3. – Empresas de nueva creación**

3.1. - Características de las Empresas de nueva creación.....	64
3.2. - Clasificación de las Empresas de nueva creación.....	65
3.3. Ventajas de la empresa de nueva creación.....	67
3.4. Desventajas de la empresa de nueva creación.....	68
3.5 Factores potenciales de la empresa.....	69

### **Capítulo 4. - Caso Práctico.**

4.1. – Presentación de la Investigación.....	78
4.1.1.- Metodología de la Investigación.....	78
4.1.2.- Determinación del tamaño de la muestra.....	79
4.1.3.- Cuestionario aplicado en la investigación.....	79
4.2.- Resultados de la Investigación.....	83
4.2.1.- Preguntas aplicadas y gráficos.....	83
5.3.- Conclusiones del Caso Práctico.....	92

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

## INTRODUCCIÓN

La ciudad de Uruapan Michoacán cuenta con un gran número de microempresarios los cuales son propietarios y administradores independientes, con una estructura organizacional muy sencilla y que no ocupa más de 15 empleados; sus utilidades anuales no sobrepasan los 300 mil de pesos, mismos que quieren invertir en nuevos proyectos de inversión, de los cuales esperan obtener un beneficio económico, por lo que un negocio de nueva creación y una franquicia representan una nueva alternativa de inversión.

Las franquicias representan un derecho de comercialización que se concede a una persona por la explotación de algún tipo de producto.

El propósito de este trabajo de investigación es comprobar si las franquicias son una alternativa viable de inversión o es más conveniente un negocio de nueva creación, ya que las personas prefieren comprar en tiendas que son de marca reconocida, sin importar que en otros establecimientos que no son de renombre, el producto sea de mejor calidad y en muchas ocasiones con un mejor precio.

Las iniciativas llamadas microempresas han sido generadas por emprendedores, quienes se han visto sin empleo, o con el fin de complementar los ingresos o simplemente por el ánimo o deseo de utilizar habilidades y destrezas con las que se cuentan.



Quienes componen la microempresa van desde la señora que vende empanadas en su casa, pasando por el joven padre de familia que decide instalar un rudimentario taller en la marquesina de su casa, hasta aquellos jóvenes profesionales que arriesgan gran parte de sus ahorros por conseguir alguno de sus sueños.

En el siguiente capítulo se describe una reseña de lo que es un proyecto de inversión, así como sus elementos que la componen.

# **CAPÍTULO 1.**

## **EMPRESAS Y ADMINISTRACIÓN FINANCIERA.**

### **1.1 EMPRESA**

Existe variación en las opiniones de diversos autores respecto a la definición de “empresa” por lo que analizaremos algunas de ellas con la finalidad de unir los elementos esenciales en un solo concepto.

En primer termino, empresa se define como: “Unidad económica en la cual se combinan los factores de la producción (trabajo, tierra y capital), con vistas a obtener bienes y servicios que satisfagan unas necesidades.” (ESPASA, 1979:522)

Por otra parte, se puede conceptuar como una “Entidad formada con un capital, y que aparte del propio trabajo de su promotor puede contratar a un cierto número de trabajadores. Su propósito lucrativo se traduce en actividades industriales y mercantiles, o en la prestación de servicios.” (TAMAMES, 1994: 214)

Desde el punto de vista financiero, se considera como: “una unidad identificable que realiza actividades económicas constituida por combinaciones de recursos humanos, naturales y capital, coordinados por una autoridad que toma decisiones encaminadas a la consecución de los fines para los que fue creada.” (MORENO, 1996: 2)

Podemos encontrar elementos comunes en las anteriores definiciones como “unidad económicas, refiriéndose a la empresa como un ente con recursos propios; “combinación de recursos”, que se dará en la medida en

que la administración coordine los elementos integrantes de la entidad; y “finalidad”, que será la satisfacción de una necesidad social que tendrá como consecuencia el logro de los objetivos de la organización.

Para concluir, definiremos a la empresa como la unidad económica con personalidad propia que mediante la coordinación de recursos materiales, técnicos y humanos logra la satisfacción de una necesidad social para el cumplimiento de los fines por los cuales fue creada.

## **1.2. PROYECTO.**

Concepto.

Una o varias personas pueden tener diferentes ideas sobre negocios que les pudieran dejar cierta ganancia, pero como todo negocio, esto implica correr ciertos riesgos y creo que a todas las personas les agrada trabajar sobre bases firmes minimizando contingencias o estando preparados para ellas.

Es aquí donde la formulación y evaluación de los proyectos de inversión entra en acción. Un proyecto requiere la combinación de varias actividades y principios, como lo son la economía, estadística, mercadotecnia, ingeniería, finanzas, etc. Como se aprecia, es bastante la información que se debe de manejar y, claro integrarla, ya que cada una por sí sola no nos diría mucho.

## **1.3 INVERSIÓN**

La inversión tiene varios significados, según el autor Julio Meinick “Inversión es la aportación de tiempo, dinero, conocimientos o energía destinada a obtener algún beneficio”.

Para J. Kinfield Morley la inversión es “invertir recursos en algo”. Se puede invertir recursos de muchos tipos en una enorme variedad de cosas o actividades. Se puede invertir dinero en una empresa, planta y equipo, acciones, Cetes, una tienda, alhajas, pinturas, o bienes raíces. Asimismo, se puede invertir tiempo o energía en un deporte, un hijo o un curso de estudio.

Lo que tienen en común los actos de inversión es la “aportación de recursos a algo para obtener un beneficio”. Pero una mera aportación de recursos podría implicar consumo o beneficio inmediato. Podríamos, por ejemplo, aportar recursos para la compra de una bebida: no lo llamaríamos “inversión” sino “consumos”. La diferencia entre la inversión y el consumo es que en el consumo se espera un beneficio inmediato, mientras que en la inversión se espera un beneficio futuro.

### 1.3.1.- Los cuatro parámetros de las Inversión

Los cuatro parámetros son los objetivos de inversión que debe definir cualquier inversionista, institucional o individual, cuando piensa invertir.

#### a) Rendimiento

Según J. Kinfield Morley define el rendimiento como “el beneficio que se deriva de una inversión”. El rendimiento se puede obtener sólo en tres formas: por medio de intereses, ganancias de capital, dividendos o alguna combinación de éstos. Así, se tiene que el rendimiento de los metales es por medio de ganancias de capital, el de un depósito bancario es mediante intereses, el de las acciones es una combinación de ganancias de capital y

dividendos, y el de las obligaciones de una combinación de ganancias de capital e intereses.

#### b) Liquidez y mercados organizacionales.

La liquidez de un instrumento depende de las existencias de un mercado organizado para su compraventa. Para ser organizado, un mercado tiene que reunir varias condiciones básicas:

Foros de operación.- El foro puede ser físico, como en el caso de la Bolsa Mexicana de Valores, pero también puede ser electrónica como el sistema SENTRA de la BMV, o telefónica, como el mercado internacional de euro bonos.

Intermediarios autorizados.- Son los que están autorizados para realizar operaciones de compraventa en el foro de operación.

El nivel de liquidez de un mercado e instrumentos es uno de los factores más importantes que los inversionistas toman en cuenta cuando deciden invertir. Por lo tanto, una de las actividades fundamentales de los intermediarios en los mercados de los instrumentos de inversión es la de hacer un esfuerzo constante para mantener o aumentarlo.

#### c) Plazo.

“Futuro” es la tercera palabra de nuestra definición de inversión que necesita ampliación.

El concepto de futuro implica alguna noción de “plazo”. Este concepto puede variar según el inversionista y según el entorno en el que se desenvuelva. Existen varias definiciones más o menos aceptadas de los

distintos plazos de inversión: corto-menos de tres meses, mediano –de tres meses a un año, y largo-más de un año.

#### d) Riesgo

Una de las definiciones según J. Kinfield Morley es la “Variación”, o “Volatilidad” que muestra su rendimiento. Esta definición facilita la medición del riesgo, como la desviación estándar de una distribución normal de rendimientos porcentuales en el tiempo. Otra definición de riesgo, derivada de la anterior, es como la variación esperada de un rendimiento esperado. Las técnicas de estimación del riesgo bajo esta definición implican la asignación de un valor esperado del rendimiento.

### **1.4 PROYECTO DE INVERSIÓN**

Desde el momento en que los países entran en una etapa de desarrollo económico acelerado, basados en las técnicas más modernas de producción, del manejo de sofisticadas herramientas, y del empleo racional de los recursos productivos, aparece la necesidad de determinar la conveniencia de las inversiones que deben realizarse.

En general, la realización de un proyecto supone una inversión, es decir una utilización de recursos, con la postergación del consumo inmediato de algún bien o servicio para obtener un consumo incrementado de los mismos u otros bienes y servicios, que se producirán con esa inversión”.

Existen otras aceptaciones del término en cuestión, Salomón define así: “proyecto se refiere a la unidad menor que puede ser planificada o ejecutada aisladamente”.

Para Estefan A. Musto “proyectos son unidades macroeconómicas o micro sociales cuyo significado concreto siempre depende de una estrategia general del desarrollo y que puede analizarse, sino está relacionado con la estrategia general”.

Se puede concluir que: “un proyecto de inversión es la unidad mínima económica de planeación, formada por un conjunto de actividades concatenadas, que se suceden, complementan y deciden entre sí, la última de las cuales es parte importante para la toma de decisiones sobre la inversión”.

El objetivo básico de un proyecto es evaluarlo, es decir, calificarlo y compararlo con otros proyectos de acuerdo con una determinada escala de valores, con el fin de establecer un orden que conduzca a la obtención de un bien o servicio.

Con lo anterior se puede ver lo importante que es llevar a cabo un proyecto de inversión, al que se le podría llamar también un “simulacro de operación”.

## **1.5. TIPOS DE PROYECTOS DE INVERSIÓN.**

Los proyectos de inversión se pueden clasificar de acuerdo a:

a) Lo que producen: un bien, un servicio o una investigación.

- Producción de bienes. Se refiere al bien tangible en todos sus aspectos.
- Producción de servicios. Un proyecto puede generar tres tipos de servicios:

1. Los de infraestructura social, que tienen un beneficio para la comunidad.

2. De infraestructura física, los cuales tienen un beneficio directo a la comunidad y la inversión más fuerte es respecto a la obra civil (Carreteras, aeropuertos, etc...

3. Otros servicios que no estén contemplados en los dos anteriores.

b) De acuerdo a su naturaleza, al fin por el que fueron creados, pudiendo ser por implantación, ampliación, modernización.

- **Implantación:** Se refiere a la instalación de una planta totalmente nueva.
- **Ampliación:** Un proyecto de este tipo se requiere cuando la empresa tiene éxito y es necesario ampliar la capacidad instalada.
- **Modernización o reemplazo:** Se utiliza cuando es necesario sustituir por obsolescencia o capacidad insuficiente de la maquinaria y el equipo.
- **Recolocalización:** Es cuando una empresa sufre alteraciones en sus costos por estar en una ubicación determinada y busca una nueva ubicación que le permita obtener las ganancias estimadas.

## **1.6. ELEMENTOS BÁSICOS DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN.**

Los principales elementos de un proyecto de inversión son:

1. Introducción: Debe de contener una breve reseña histórica del desarrollo y los usos del producto, además de precisar cuáles son los factores relevantes que influyen directamente en su consumo.
2. Antecedentes: Consiste en proporcionar detalles de constitución de la persona física o moral a quien le interesa el proyecto, así como también el estudio debe ser situado en las condiciones económicas y sociales prevalecientes en el momento de estar realizando el estudio.



3. Objetivo: Sintetiza los fines o los alcances del proyecto, tanto de manera general como específica.
4. El estudio de mercado: Es el estudio de la oferta, la demanda, el precio, el producto, la plaza y la competencia entre otros factores. Se utiliza para conocer un pronóstico de las ventas.
5. El estudio técnico: En base a los resultados del estudio de mercado se decidirá que infraestructura será la necesaria para llevarlo a cabo.
6. El estudio administrativo: Es la estructuración administrativa de la nueva entidad para que pueda funcionar y poder cumplir con su objetivo.
7. El estudio financiero: La evaluación de los costos y gastos contra los ingresos y sobre la base del resultado se toma la decisión más conveniente.
8. Evaluación: Estudia el efecto que produce un nuevo proyecto en la sociedad y en el empresario. La evaluación pretende determinar la forma de distribuir los recursos económicos de tal manera que su empleo sea óptimo, por lo que es necesario medir la relación que existe entre los recursos utilizados con los resultados o beneficios estimados.
9. Conclusiones y recomendaciones: Consiste en presentar los aspectos más importantes que se originan de la posible ejecución del proyecto, así como de las recomendaciones sobre la viabilidad del financiamiento propuesto y sobre todos los aspectos relevantes del proyecto.

#### a) ESTUDIO DE MERCADO.

Es la recolección y evaluación de todos los factores que influyen directamente en la oferta y demanda del producto. Dentro de sus objetivos

está determinar el segmento del mercado al que se enfocará, y la cantidad del producto que se desea vender.

### Concepto:

En un análisis de mercado se conocen cuatro variables fundamentales que componen su estructura, como lo son; la demanda, oferta, precios y comercialización.

En este estudio se buscan diferentes datos que van a ayudar a identificar nuestro mercado y debe asegurar que realmente exista un mercado potencial, el cual se pueda aprovechar para lograr los objetivos planeados, ya sea en la venta de un bien o de un servicio.

El estudio de mercado se puede realizar de diferentes formas, una de ellas y la más común es la aplicación de encuestas a los posibles consumidores, dichas encuestas nos darán la idea de la situación del mercado.

### Estructura del análisis de mercado.

Un análisis del mercado debe de incluir una breve descripción de las características del mercado incluyendo el área, volúmenes manejados, canales de distribución, proveedores, precios, competencia así como las prácticas generales del comercio de la región.

Se debe de analizar tanto datos históricos como actuales de lo que es la demanda y la oferta pasada y actual, para poder ver si la demanda del producto es atractiva y si la oferta existente es suficiente o insuficiente, analizar las variaciones que han tenido tanto la oferta como la demanda a través del tiempo.

Como en todo proyecto de inversión se debe de analizar el futuro, en base a la información que se tiene, crear un ambiente en el que se pueda dar una imagen de lo que será la demanda futura del bien o servicio.

Se debe considerar qué participación en el mercado va a tener nuestro proyecto, considerando la oferta y demanda, de igual manera estructurar el programa de marketing a utilizar.

La investigación que se realice debe de proporcionar la información necesaria y suficiente, para que sirva de apoyo en la toma de decisiones, que en este estudio debe de ir encaminada a determinar si las condiciones del mercado no son un obstáculo para llevar a cabo el proyecto.

### El producto.

Existen muchas y diferentes definiciones en relación con el término “producto”, pero todas están de acuerdo en que es un conjunto de atributos tangibles e intangibles.

Según William J. Stanton, “un producto es un conjunto de atributos tangibles e intangibles, que incluye entre otras cosas empaque, color, precio, calidad y marca, junto con los servicios y la reputación del vendedor. Un producto puede ser un bien, un servicio, un lugar, una persona o una idea”.

De entre todas las definiciones existentes se escogió la anterior debido a que es amplia y enumera varias características necesarias a la hora de buscar el mercado meta. Por lo que es muy importante identificar cual será nuestro producto y cual o cuales los subproductos, señalar la existencia y características de los productos que sustituyan a los del proyecto en desarrollo, de acuerdo con las características de los productos del proyecto,

precisar si su uso está condicionado a la existencia de otro producto en el mercado.

### El mercado.

Mercado, muy acertadamente lo describe Gabriel Baca Urbina “Es el área en que confluyen las fuerzas de la oferta y la demanda para realizar las transacciones de bienes y servicios a precios determinados”.

Se pretende mediante este estudio generar una idea general del mercado en el que se va a colocar el producto, para definir sus alcances con cierta precisión. Es importante y necesario tener una idea de la ubicación y magnitud de la empresa, buscando que sea óptima, para poder determinar el área específica donde operará el proyecto.

### La demanda.

Un factor muy importante es la demanda, ya que es la cantidad del bien o servicio que es solicitado por el cliente. Depende de esta característica la cantidad de dichos bienes o servicios a producir.

### La Oferta.

No menos importante que la anterior, la capacidad que se tenga para satisfacer esa demanda será la oferta. Cuando se habla de capacidad se refiere al manejo de los recursos y a la capacidad instalada de la competencia.

### El precio.

Algunas de las dificultades que supone fijar un precio se deben a la confusión del significado del término precio, aun cuando el concepto es fácil de definir con palabras de uso común. En términos simples como lo describe Michael J. Etzel en el libro Fundamentos de Marketing, “El precio

es la cantidad de dinero o de otros objetos con utilidad necesaria para satisfacer una necesidad que se requiere para adquirir un producto”.

El precio variará de acuerdo al juego de la oferta y la demanda, o si éste es regulado de acuerdo a las disposiciones del organismo que la controla.

Para el establecimiento del precio se toman en cuenta los siguientes factores:

- Los precios de venta de la competencia.
- El poder adquisitivo de los consumidores.
- La reacción esperada de la competencia con la introducción de nuestro producto.
- Que el producto sea nuevo en el mercado.
- Que el producto exista en el mercado pero sea nuevo para la empresa.
- La promoción.
- La manufactura.
- Los Canales de distribución que se utilicen.
- Versatilidad del producto.
- Servicios auxiliares del producto (Complementarios).

### La comercialización.

La comercialización es el conjunto de acciones realizadas por la empresa, encaminada a hacer llegar un producto a los consumidores, por lo tanto se deberán establecer los mecanismos e instrumentos que hagan posible la realización de este objetivo.

Para poder comercializar un producto son necesarias las siguientes funciones físicas y auxiliares:

Funciones físicas.- Relacionadas al empaque, selección del tamaño, marca transportación, etc.

Funciones auxiliares.- Relativas al conocimiento de precios, al control de calidad, a las normas de elaboración del producto, etc.

El precio es quizás el elemento más importante de la estrategia comercial en la determinación de la rentabilidad del proyecto, ya que será el que defina en último término el nivel de los ingresos. Es importante también determinar las condiciones de venta, el porcentaje de cobro al contado, el plazo de crédito, el monto de las cuotas, los descuentos por pronto pago, los descuentos por volumen, etc.

## b) ESTUDIO TÉCNICO.

Son todos aquellos recursos que se tomarán en cuenta para poder llevar a cabo la producción del bien o servicio.

### Concepto.

“El estudio técnico de un proyecto de inversión consiste en diseñar la función de producción óptima, que mejor utilice los recursos disponibles para obtener el producto deseado”. Es decir, es de lo que nos vamos a valer para poder producir, lo que es el equipo a utilizar.

### Objetivos:

- Verificar la posibilidad técnica de fabricación del producto que se pretende crear.
- Analizar y determinar el tamaño óptimo, la localización óptima, los equipos y las instalaciones requeridas para realizar la producción.

### Elementos del estudio técnico.

1. Descripción del producto.
2. Descripción del proceso de manufactura elegido (con diagramas de flujo).
3. Determinación del tamaño de planta y el programa de producción.
4. Selección de maquinaria y equipo.
5. Localización de la planta.
6. Distribución de la planta.
7. Disponibilidad de materiales e instalaciones.
8. Requerimientos de mano de obra.
9. Desperdicios.
10. Estimación del costo de inversión y de producción de la planta.

### Tamaño óptimo.

El tamaño óptimo es aquel que asegure la más alta rentabilidad desde el punto de vista privado o la mayor diferencia entre beneficios y costos sociales.

El tamaño de un proyecto es su capacidad instalada y se expresa en unidades de producción por año.

De acuerdo al segmento del mercado que se obtuvo mediante el estudio de mercado, se determina la cantidad de productos a producir y así el tamaño de la planta, se puede también basar tanto en la demanda presente y en la futura.

Factores que determinan o condicionan el tamaño de una planta.

En la práctica, determinar el tamaño de una nueva unidad de producción es una tarea limitada por las relaciones recíprocas que existen entre el tamaño y la demanda, la disponibilidad de las materias primas, la tecnología, los equipos y el financiamiento. Todos estos factores contribuyen a simplificar el proceso de aproximaciones sucesivas, y las alternativas de tamaño entre las cuáles se puede escoger, se van reduciendo a medida que se examinan los factores condicionantes mencionados.

#### 1. - El Tamaño del proyecto y la demanda.

Un factor muy importante que determina las dimensiones del proyecto es la demanda. Al comparar el tamaño del proyecto con la demanda se pueden obtener 3 resultados diferentes;

- a) Que la demanda sea mayor que el tamaño mínimo del proyecto.
- b) Que la magnitud de la demanda sea del mismo orden que el tamaño mínimo del proyecto.
- c) Que la demanda sea muy pequeña en relación con el tamaño mínimo.

El tamaño propuesto para el proyecto sólo podrá aceptarse en el caso de que la demanda sea claramente superior a dicho tamaño.



## 2. - El tamaño del proyecto y los suministros e insumos.

El abasto suficiente en cantidad y calidad de materias primas es un aspecto vital en el desarrollo de un proyecto, ya que de esto depende directamente la calidad del bien o servicio que se va a atender, la entrega oportuna del mismo, así como la imagen que los consumidores tendrán de ella. Esto implica la búsqueda de proveedores cercanos y de prestigio reconocido.

## 3. - El tamaño del proyecto, la tecnología y los equipos.

En la actualidad existen ciertos procesos o técnicas de producción que exigen una escala mínima para ser aplicables, que por debajo de esa escala los costos serían demasiado altos.

Es muy importante observar las relaciones que existen entre el tamaño, las inversiones, los costos de producción, la oferta y la demanda.

## 4. - El tamaño del proyecto y el financiamiento.

Si los recursos financieros son insuficientes para atender las necesidades de inversión de la planta de tamaño mínimo, es claro que la realización del proyecto es imposible. Por lo contrario, si se tienen los recursos suficientes para escoger entre los diferentes tamaños, lo más prudente sería escoger aquel tamaño que pueda financiarse con mayor comodidad y seguridad.

## 5. - El tamaño del proyecto y la organización.

Cuando se haya hecho un estudio que determine el tamaño más apropiado del proyecto, es necesario asegurarse que se cuenta con el personal para atenderlo.

## Proceso de producción.

Para poder llegar al bien o servicio ya terminado se requiere de todo un proceso.

Se entiende como el proceso técnico utilizado en el proyecto para obtener los bienes o servicios a partir de insumos, y se identifica como la transformación de una serie de insumos para convertirlos en productos mediante una determinada función del producto.

Es necesario describir sistemáticamente la secuencia de las operaciones a que se someten los insumos en su estado inicial para llegar a obtener los productos en su estado final. En cada tipo de proyecto los términos insumos y productos tienen un significado específico preciso:

### a) Estado inicial:

- Insumos principales.- Bienes, recursos naturales o personas que son objeto del proceso de transformación.
- Insumos Secundarios.- Bienes o recursos necesarios para realizar el proceso de transformación, tanto para su operación como para su mantenimiento.

### b) Proceso de transformación:

- Proceso.- Descripción sintética de las fases necesarias para pasar del estado inicial al final.
- Equipamiento, equipo e instalaciones necesarias para realizar las transformaciones señaladas.

- Personal de diversas calificaciones necesarias para hacer funcionar el proceso de transformación.

c) Estado final:

- Productos principales. - Bienes, recursos o personas que han sufrido el proceso de transformación.
- Subproductos.- Bienes, recursos o personas que han experimentado solo parcialmente el proceso de transformación o que son consecuencia no perseguida de este proceso, pero que tiene un valor económico, aunque de carácter marginal, para la justificación de la operación total.
- Residuos.- Producidos en la transformación que pueden carecer de valor económico.

### Selección del proceso de producción.

El adoptar el proceso de producción que más conviene es muy importante, ya que de él dependen en gran medida los resultados esperados. Existen 3 tipos de procesos de producción: el proceso lineal, el intermitente y el mixto.

Para escogerlo es necesario analizar las etapas de producción así como las características del producto. En todo proyecto de inversión es importante hacer un modelo del proceso de transformación e instalaciones, calificar la operación, la mano de obra, los insumos, las posibilidades de expansión de la capacidad utilizada, se deben de justificar las unidades nuevas, tanto de equipo como de personal y tecnología, analizar la capacidad de expansión de las instalaciones y la justificación del proceso frente al tamaño y la localización.

### Localización.

La localización tiene por objeto analizar los diferentes lugares donde es posible ubicar el proyecto, con el fin de determinar el lugar donde se obtenga la máxima ganancia, si es una empresa privada, o el mínimo costo unitario, si se trata de un proyecto desde el punto de vista social.

Existen ciertos factores que determinan la ubicación, los cuales son llamados fuerzas ocasionales, y se clasifican en tres categorías;

1. - Por costos de transferencia a la cuenta de fletes: Comprende la suma de costos de transporte de insumos y productos.
2. - Disponibilidad y costos relativos de los factores e insumos.

### c) ESTUDIO ADMINISTRATIVO.

Al referirse al estudio técnico se dice, ¿con qué vamos a hacer las cosas? Al referirnos al estudio administrativo se dice, ¿cómo vamos a hacer las cosas? Es decir, cómo vamos a administrar los recursos con que se cuenta.

### Concepto.

Uno de los aspectos que menos se tiene en cuenta en el estudio del proyecto es aquel que se refiere a los factores propios de la actividad ejecutiva de su administración: organización, procedimientos administrativos, aspectos legales y reglamentos ambientales.

### Objetivo del estudio.

Presentar los criterios analíticos que permitan enfrentar en mejor forma el análisis de los aspectos organizacionales, aspectos legales, administrativos,

fiscales y ecológicos, así como sus consecuencias económicas en los resultados de la evaluación.

### Elementos que integran el estudio administrativo.

Para poder llevar a cabo el estudio administrativo, es necesaria la integración de los siguientes elementos, con el fin de que en su conjunto ayuden a tomar decisiones correctas.

#### a) Antecedentes.

Se presenta una breve reseña de los orígenes de la empresa y un esquema tentativo de la organización que se considera necesaria para el adecuado funcionamiento administrativo del proyecto.

Se plasman los objetivos de la empresa, así como sus principales accionistas.

#### b) Organización de la empresa.

Se debe de presentar un organigrama de la institución, donde se muestre su estructura, dirección y control de funciones para el correcto funcionamiento de la entidad.

Los puestos creados deberán de contar con sus respectivos perfiles y análisis de puestos, para así evitar confusiones en las tareas asignadas a cada individuo, así como detallar la responsabilidad de cada uno de los puestos.

#### c) Aspecto legal.

Se tienen que investigar todas las leyes que tengan injerencia directa o indirecta en la diaria operación de la empresa, ya sea la Ley Federal del

Trabajo, El Código Fiscal, La Ley del Impuesto Sobre La Renta, IMSS y demás leyes o reglamentos que pudieran afectar su operación.

Todo mexicano está obligado por las leyes a contribuir al gasto público, de manera equitativa. Para lo anterior se establecieron leyes que emanan del CFF, en lo referente al pago de impuestos.

Otro aspecto que atiende lo que es la empresa, al tener trabajadores es la LFT, donde se establecen las condiciones en las que se debe de laborar, enumera derechos y obligaciones tanto para el trabajador como para el patrón.

d) Aspecto ecológico.- Reglamentos en cuanto a la prevención y control de la contaminación del agua, del aire y en materia de impacto ambiental.

e) Marco legal.

Dentro de cualquier actividad en la que se quiera participar, así como en nuestra vida diaria existen ciertas normas que se deben de seguir para poder operar, las que son obligatorias y equitativas. Entre las principales se encuentran, las siguientes;

#### Mercado.

- Legislación sanitaria.
- Contratos con proveedores y clientes.
- Transporte del producto.

#### Localización.

- Títulos de los bienes raíces.
- Contaminación ambiental.

- Apoyos fiscales.
- Trámites diversos.

#### Estudio técnico.

- Transferencia de tecnología.
- Marcas y patentes.
- Aranceles y permisos.

#### Administración y organización.

- Contratación de personal.
- Prestaciones a los trabajadores.
- Seguridad industrial.

#### Aspecto financiero y contable.

- Impuestos: ISR, IVA, IA, IEPS etc.
- Financiamiento.

#### d) ESTUDIO FINANCIERO Y EVALUACIÓN ECONÓMICA.

En este estudio se empieza a jugar con los números, los egresos e ingresos que se proyectan, a un periodo dado, arrojando un resultado sobre el cual el inversionista fundamentará su decisión.

#### Conceptos.

EL estudio financiero pretende determinar cual es el monto de los recursos económicos necesarios para la realización del proyecto, cuál será el costo total para la operación de la planta (que abarque las funciones de producción, administración y ventas), así como otra serie de indicadores

que servirán como base para la parte final y definitiva del proyecto, que es la evaluación económica.

La que es muy importante ya que como se sabe, el dinero disminuye su valor real con el paso del tiempo, a una tasa aproximadamente igual al nivel de inflación vigente, y es necesario tomarla en cuenta para determinar la rentabilidad del proyecto, de la misma manera es muy importante para la toma de decisiones, ya que la información obtenida debe de servir como base de la decisión tomada.

#### Objetivo:

- Demostrar la rentabilidad económica del proyecto.
- Demostrar la viabilidad financiera del proyecto y aportar las bases para su evaluación económica.

#### Elementos que lo componen.

Entre los varios elementos que integran un estudio financiero se encuentran los siguientes;

- a) Identificar, clasificar y programar las inversiones a realizar en activos fijos, diferidos y capital de trabajo. Las inversiones se consideran los recursos indispensables para la instalación de cualquier tipo de empresa, independientemente de su giro. Estas inversiones constituyen el capital fijo, la inversión diferida o activo diferido y el capital de trabajo de un proyecto.
- b) Conjuntar los datos del programa de producción y venta formulados en los estudios de mercado, ingeniería y administrativo; Incluidos volúmenes de producción y venta, precios alternativos de mercado,



elementos a bases técnicas para la determinación de los costos de producción así como de las inversiones a realizar.

c) Formular presupuestos de;

- Ventas o ingresos.
- Costos y gastos de producción.
- Gastos de administración y ventas.
- Pagos del principal e intereses.

d) Formular los estados financieros de;

- Pérdidas y ganancias.
- Balance general.
- Estado de cambios en la situación financiera en base a efectivo.

#### Pasos para elaborar el estudio financiero.

a) Se deben de concentrar en la hoja de cálculo toda la información, como los son los diferentes tipos de inversiones a realizar, los gastos de constitución, los de operación, tasas de impuestos, tasa del préstamo, el rendimiento que pide el inversionista y el precio de venta del bien o servicio.

b) Se elabora un cuadro en el cual debemos de obtener el valor de rescate de las inversiones, así como el importe de la depreciación o amortización anual de cada una de ellas.

c) Presupuesto de inversiones. Es necesario conocer y plasmar las diferentes inversiones que se realizarán durante el periodo de vida del proyecto.

d) Presupuesto de producción. Se elabora un flujo de efectivo tomando como base los datos anteriores, para obtener el flujo de operación.

e) Flujo neto de efectivo. Se elabora un concentrado en el cual se integran por año el flujo neto de inversiones, el de operación para realizar una suma algebraica y así obtener los flujos de efectivo.

#### Pasos para elaborar la evaluación económica.

1) Con los flujos anteriores se tiene que obtener el valor presente neto y la TIR, tomando en cuenta el rendimiento esperado por el inversionista.

2) En base a los resultados obtenidos se analizará el rendimiento de la inversión y sus riesgos para así tomar una decisión sobre bases firmes.

3) Presentar el punto de equilibrio y los estados financieros mencionados anteriormente.

### **1.7. - INVERSIÓN REAL Y FINANCIERA**

Existe una diferencia entre la “inversión real” y la “inversión Financiera”. La inversión real es la que se hace en bienes tangibles que no son de fácil realización. Se trata de bienes como planta y equipo, inventarios, terrenos, bienes raíces, o hasta una empresa entera. Pero también se puede hablar de pintura, caballos, muebles, o joyas. La inversión financiera se hace en bienes de fácil realización, o sea de liquidez de un bien se asegura por medio de existencias de un mercado financiero. Tomando en cuenta la diferencia entre la inversión real y la inversión financiera, podemos ampliar nuestra definición de inversión a una definición de inversión financiera como “la aportación de recursos a un mercado organizado para obtener un beneficio futuro”

### **1.8. - CRITERIOS DE EVALUACIÓN DE INVERSIÓN.**

En este capítulo explicaremos el uso de los criterios más importantes y, fundamentalmente, la interpretación de sus resultados.

La rentabilidad de un proyecto se puede medir de muchas formas distintas: en unidades monetarias, porcentaje o tiempo que demora la recuperación de la inversión, entre otras.

#### 1.8.1. - Criterios generales.

Los proyectos podrán evaluarse considerando su pronta recuperabilidad y su rentabilidad. Existen cuatro tipos genéricos de métodos para evaluar proyectos de inversión. Métodos que no consideran el valor del dinero en el tiempo y métodos que sí consideran el valor del dinero en el tiempo.

Cuando nos referimos al valor del dinero en el tiempo no queremos dar a entender que con el transcurso del tiempo el dinero pierde valor o poder adquisitivo, sino más bien que sea preferible tener un peso hoy que un peso dentro de un año, pues el dinero puede invertirse y ganar un interés.

#### 1.8.2. - El Método de “Periodo de Recuperación de la Inversión”.

La manera para calcular el periodo de recuperación puede adoptar dos variantes, dependiendo de si los flujos de ingresos netos anuales son uniformes o si éstos no lo son. En el primer caso bastará dividir el valor de la inversión entre los flujos de ingresos anuales. En el segundo caso será necesario sumar los flujos que se espera sean generados a través de los años, hasta que éstos igualen a la inversión.

Un proyecto A y el proyecto B representen una inversión de \$1, 000,000 cada uno, y que generan los flujos anuales siguientes: el proyecto A \$250,000 anuales por espacio de seis años, en tanto que el proyecto B genere flujos de \$100,000; \$200,000; \$400,000; y \$ 500,000 anuales respectivamente. En ambos casos el periodo de recuperación es de 4 años.

En el caso del proyecto A:  $\$1000,000/250,000= 4$  años

En el caso del proyecto B:  $\$100,000+\$200,000+\$300,000+\$ 400,0000$ .

### 1.8.3. - El Método de tasa de Rendimiento

.Se podrá determinar la tasa de rendimiento esperada para un proyecto, dividiendo las utilidades anuales netas, después del impuesto sobre la renta y reparto de utilidades a los trabajadores, que se espera se rindan en promedio durante toda la vida del proyecto, entre el valor promedio de la inversión. El denominador de la razón se determinará sumando la inversión inicial y el valor de desecho, y dividiendo dicha suma entre dos. Si no hubiese valor de desecho bastará con dividir la inversión inicial entre dos.

Conforme a este método de cálculo de la tasa de rendimiento promedio, se considera que el valor de la inversión no será el mismo durante toda la vida del proyecto, pues va disminuyendo a medida que se deprecian los activos fijos. No se considera correcto considerar el valor inicial de la inversión como denominador de la razón, pues el numerador, o sea la utilidad neta, representa una cifra que se ve afectada por el gasto anual de depreciación.

Supongamos que se está evaluando un proyecto de inversión en un activo fijo depreciable que se espera tenga un costo de \$ 4, 000,000, y que se espera genere utilidades netas anuales promedio de \$400,000.

Supongamos además que no habrá valor de desecho. La tasa de rendimiento contable de dicho proyecto calculada sobre la inversión promedio sería:  $\$200,000/\$2,000,000= 10\%$

### 1.8.4. - El Método de flujo de efectivo descontado.

A continuación hablaremos de estudiar los métodos de evaluación de proyectos que sí consideran el valor del dinero en el tiempo. Nos referimos

al método de valor presente neto y al método de tasa de rendimiento descontado, a veces denominado método de tasa interna de rendimiento. Conforme a este método de evaluación de proyectos, los flujos generados por un proyecto habrán de descontarse a la tasa mínima requerida para los proyectos. Si el valor presente de los flujos supera al valor de la inversión, se considerará el proyecto como bueno, el valor presente de una inversión se define según Vance y Toussing como “la cantidad máxima que una compañía estaría dispuesta a invertir en un proyecto” a la diferencia entre el valor presente de los flujos y el valor de la inversión se denomina valor presente neto. Por valor presente neto de un proyecto se entiende el dividiendo que podría anticiparse a los accionistas a cuenta del proyecto, sabiendo que éste habrá de recuperarse y que además se pagará el costo de su financiamiento.

Según los autores Jonson y Gentry en su libro “Finney y Miller’s Principles of Accounting” señalan: “el valor del dinero en el tiempo confirma el hecho de que el dinero tiene un costo, llamado interés, así como la tierra(renta), la mano de obra (salarios) y riesgo de los propietarios (utilidad). El dinero es un bien económico porque es útil y es escaso. El tener dinero ocioso tiene un costo”. No bastara para poder concluir si un proyecto es bueno o malo, tan sólo sumar los flujos de efectivo que habrá de generar el proyecto a través del tiempo, y comparar dicha suma con el valor de la inversión que se haga al inicio. Para poderlos comparar será necesario descontar los flujos futuros a una determinada tasa de interés, que constituyen la tasa mínima de rendimiento que se les exige a los proyectos.

#### 1.8.5. - Valor Actual Neto (VAN).

Sin duda éste es el método más conocido, mejor y más generalmente aceptado. Sin embargo, esto no ha evitado que se sigan incurriendo graves problemas de interpretación de los resultados que entrega.

El VAN compara a todos los ingresos y egresos del proyecto en un solo momento del tiempo. Por convención, se acepta que éste sea el momento cero, aunque podría ser cualquiera, incluso el último momento de la evaluación. La razón de ello es que es más fácil apreciar la magnitud de las cifras en el momento más cercano al que deberá tomar la decisión.

Cuando se calcula el valor actual de un flujo neto (ingresos menos egresos), vimos en el capítulo anterior que se obtiene un valor inferior al que se tendría por la simple suma de esos valores. Por ello, el VAN se define como el valor actual de los flujos menos la inversión inicial.

Una inversión de 1.000 dólares se proyecta un retorno de cuatro cuotas iguales de 350 dólares. El inversionista aceptaría invertir en este proyecto si le reporta, a lo menos, 10 por 100 anual de rentabilidad.

En primer lugar, deberá calcularse el valor actual de las cuatro cuotas de 350 dólares cada una. Usando una calculadora financiera, para lograr un valor más exacto, se obtiene un monto de 1.109,45 dólares.

En segundo paso será restar a este monto el valor de la inversión, con lo que se tendría un VAN de 109,45 dólares. De acuerdo con lo expresado anteriormente, el inversionista recibiría 1.109,45 dólares por sobre al 10 por 100 que quedaría obtener, después de recuperar.

## **1.9. – ANÁLISIS FINANCIERO**

EL análisis de los proyectos constituye la técnica matemático-financiera y analítica, a través de la cual se determinan los beneficios o pérdidas en los que se puede incurrir al pretender realizar una inversión u algún otro movimiento, en donde uno de sus objetivos es obtener resultados que apoyen la toma de decisiones referente a actividades de inversión.

Asimismo, al analizar los proyectos de inversión se determinan los costos de oportunidad en que se incurre al invertir al momento para obtener beneficios al instante, mientras se sacrifican las posibilidades de beneficios futuros, o si es posible privar el beneficio actual para trasladarlo al futuro, al tener como base específica a las inversiones.

Una de las evaluaciones que deben de realizarse para apoyar la toma de decisiones en lo que respecta a la inversión de un proyecto, es la que se refiere a la evaluación financiera, que se apoya en el cálculo de los aspectos financieros del proyecto.

El análisis financiero se emplea también para comparar dos o más proyectos y para determinar la viabilidad de la inversión de un solo proyecto.

Sus fines son, entre otros:

- a. Establecer razones e índices financieros derivados del balance general.
- b. Identificar la repercusión financiera por el empleo de los recursos monetarios en el proyecto seleccionado.
- c. Calcular las utilidades, pérdidas o ambas, que se estiman obtener en el futuro, a valores actualizados.
- d. Determinar la tasa de rentabilidad financiera que ha de generar el proyecto, a partir del cálculo e igualación de los ingresos con los egresos, a valores actualizados.
- e. Establecer una serie de igualdades numéricas que den resultados positivos o negativos respecto a la inversión de que se trate.

## **DIVERSOS MÉTODOS.**

Método vertical, horizontal e histórico: El método vertical se refiere a la utilización de los estados financieros de un período para conocer su situación o resultados.

En el método horizontal se comparan entre sí los dos últimos períodos, ya que en el período que está sucediendo se compara la contabilidad contra el presupuesto.

En el método histórico se analizan tendencias, ya sea de porcentajes, índices o razones financieras, puede graficarse para mejor ilustración.

Las razones financieras:

Las razones financieras dan indicadores para conocer si la entidad sujeta a evaluación es solvente, productiva, si tiene liquidez, etc.

Algunas de las razones financieras son:

- Capital de trabajo.- esta razón se obtiene de la diferencia entre el activo circulante y el pasivo circulante. Representa el monto de recursos que la empresa tiene destinado a cubrir las erogaciones necesarias para su operación.
- Prueba del ácido.-es muy usada para evaluar la capacidad inmediata de pago que tienen las empresas. Se obtiene de dividir el activo disponible (es decir el efectivo en caja y bancos y valores de fácil realización) entre el pasivo circulante a corto plazo.
- Rotación de clientes por cobrar.- este índice se obtiene de dividir los ingresos de operación entre el importe de las cuentas por cobrar a clientes. Refleja el número de veces que han rotado las cuentas por cobrar en el período.
- Razón de propiedad. - refleja la proporción en que los dueños o accionistas han aportado para la compra del total de los activos. Se obtiene dividiendo el capital contable entre el activo total.
- Razones de endeudamiento. - esta proporción es complementaria de la anterior ya que significa la proporción o porcentaje que se adeuda del total del activo. Se calcula dividiendo el total del pasivo entre el total del activo.



- Razón de extrema liquidez. - refleja la capacidad de pago que se tiene al finalizar el período. Se obtiene de la división de activo circulante entre el total de pasivos. Representa las unidades monetarias disponibles para cubrir cada una del pasivo total. Esta situación sólo se presentaría al liquidar o disolver [una empresa](#) por cualquier causa.
- Valor contable de las [acciones](#). - indica el [valor](#) de cada título y se obtiene de dividir el total del [capital](#) contable entre el número de [acciones](#) suscritas y pagadas.
- Tasa de rendimiento.- significa la [rentabilidad](#) de la inversión total de los accionistas. Se calcula dividiendo la [utilidad](#) neta, después de [impuestos](#), entre el capital contable.

Punto de Equilibrio:

Antecedentes; El [sistema](#) del [punto de equilibrio](#) se [desarrolló](#) en el año de 1920 por el Ing. Walter A. Rautenstrauch, considero que los [estados financieros](#) no presentaban una [información](#) completa sobre los siguientes aspectos:

- 1.- Solvencia.
- 2.- Estabilidad.
- 3.- [Productividad](#).

El profesor Walter llegó a determinar la fórmula que localiza rápidamente el lugar en donde se encuentra el [punto de equilibrio](#) económico de una compañía.

[Concepto](#); Es un método analítico, representado por el vértice donde se juntan las [ventas](#) y los [gastos](#) totales, determinando el momento en el que no existen utilidades ni pérdidas para una entidad, es decir que los ingresos son iguales a los [gastos](#).

Aplicación;

- ◆ Planeación de utilidades de un [proyecto de inversión](#).

- ◆ Es el nivel de utilización de la capacidad instalada, en el cual los ingresos son iguales a los costos.
- ◆ Por debajo de este punto la empresa incurre en pérdidas y por arriba obtiene utilidades.
- ◆ Cálculo del punto neutro.
- ◆ Determinación del probable costo unitario de diferentes niveles de producción.
- ◆ Determinación de las ventas necesarias para establecer el precio de venta unitario de ventas.
- ◆ Determinación del monto necesario para justificar una nueva inversión en activo fijo.
- ◆ Determinación del efecto que produce una modificación de más o menos en los costos y gastos en relación con sus respectivas ventas.
- ◆ Control del punto de equilibrio; Causas que pueden provocar variaciones de los puntos de equilibrio y las utilidades son:
  - A. Cambios en los precios de venta.
  - B. Cambios en los costos fijos.
  - C. Cambios en la ejecución del trabajo o en la utilización de materiales.
  - D. Cambios en el volumen.

Con respecto a este punto de equilibrio la dirección puede tomar decisiones con respecto a;

- A. Expansión de la planta.
- B. Cierre de la planta.
- C. Rentabilidad del producto.
- D. Cambios de precios.
- E. Mezcla en la venta de productos.

Ventajas;

- ◆ Su principal ventaja estriba en que permite determinar un punto general de equilibrio en una empresa que vende varios productos similares a distintos precios de venta, requiriendo un mínimo de datos, pues sólo se necesita conocer las ventas, los costos fijos y los variables, por otra parte, el importe de las ventas y los costos se obtienen de los informes anuales de dichas empresas.
- ◆ Simplicidad en su cálculo e interpretación.
- ◆ Simplicidad de gráfico e interpretación.
- ◆ Desventajas;
- ◆ No es una herramienta de evaluación económica.
- ◆ Dificultad en la práctica para el cálculo y clasificación de costos en fijos y en variables ya que algunos conceptos son semifijos o semivARIABLES.
- ◆ Supuesto explícito de que los costos y gastos se mantienen así durante periodos prolongados, cuando en realidad no es así.
- ◆ Es inflexible en el tiempo, no es apta para situaciones de crisis.

Clasificación de los gastos;

- A. Constantes: permanecen estáticos en su monto, durante un periodo de tiempo y se subdividen en fijos y regulados.
- B. Variables: aumentan o disminuyen de acuerdo al volumen de su producción o ventas (materiales, salarios directos, luz, comisiones sobre venta, etc.)

Apalancamiento operativo:

Es una medida del grado en el cual se usan los costos fijos en las operaciones de una empresa. Se dice que una empresa que tiene un alto porcentaje de costos fijos tiene un alto grado de apalancamiento operativo.

El grado de apalancamiento operativo (DOL) muestra la forma en que un cambio en las ventas afectara al ingreso en operación. Mientras que el

análisis del punto de equilibrio pone de [relieve](#) el volumen de ventas que necesitará [la empresa](#) para ser rentable, el grado de apalancamiento operativo mide que tan sensibles son las utilidades de la empresa a los cambios en el volumen de ventas.

#### Análisis de porcentaje

Con frecuencia, es útil expresar el [balance general](#) y el [estado de resultados](#) como porcentajes. Los porcentajes pueden relacionarse con totales, como activos totales o como ventas totales, o con 1 año base. Denominados análisis comunes y análisis de índice respectivamente, la evaluación de las tendencias de los porcentajes en los estados financieros a través del tiempo le permite al analista conocer la mejoría o el deterioro significativo en la situación financiera y en el [desempeño](#). Si bien gran parte de este [conocimiento](#) es revelado por el análisis de las razones financieras, su comprensión es más detallada cuando el análisis se extiende para incluir más consideraciones.

En el análisis común, expresamos los componentes de un balance general como porcentajes de los activos totales de la empresa. Por lo general la expresión de renglones financieros individuales como porcentajes del total permiten conocer detalles que no se aprecian con una revisión de las cantidades simples por sí mismas.

#### Análisis de tendencias:

El análisis de razones financieras representa dos tipos de análisis. Primero, el analista puede comparar una razón actual con razones pasadas y otras que se esperan para el futuro de la misma empresa. La razón del circulante (activos circulantes contra los pasivos circulantes) para fines del año actual se podría comparar con la razón de activos circulante a fines del año anterior. Cuando las razones financieras se presentan en una hoja de trabajo

para un período de años, el analista puede estudiar la composición del cambio y determinar si ha habido una mejoría o un deterioro en la situación financiera y el desempeño de la empresa con el transcurso del tiempo. También se pueden calcular razones financieras para estados proyectados o pro forma y compararlos con razones actuales y pasadas. En las comparaciones en el tiempo, es mejor comparar no sólo las razones financieras sino también las cantidades brutas.

Análisis Factorial:

Los [modelos](#) factoriales relacionan los rendimientos esperados con múltiples [riesgos](#). La idea es captar los [riesgos](#) inevitables en los factores usados.

Aquí el [riesgo](#) se relaciona con los cambios inesperados en los factores. Uno de los beneficios del [modelo](#) de factores es que permite el análisis de las formas cómo los diversos riesgos afectan un valor particular. Los factores utilizados pueden resultar de una técnica [estadística](#) llamada análisis factorial o de especificaciones basadas en una teoría.

El capítulo anterior, nos dio una reseña de lo que son los proyectos de inversión y el capítulo que ahora se desarrollara nos dará a conocer lo que son las franquicias.



## **CAPÍTULO 2. FRANQUICIAS.**

El capítulo que ahora se desarrollara tratara sobre las franquicias y sus diferentes elementos.

### **2.1. - FRANQUICIAS.**

Nada resulta hoy día más familiar que visitar un centro comercial. Los establecimientos, la distribución de los locales, los productos y hasta el personal son muy parecidos.

Esta familiaridad viene acompañada de una gran cantidad de productos o servicios de probada reputación (marcas), que por un lado son garantía de éxito, y por el otro, disminuyen el riesgo de fracaso a la hora de abrir un nuevo centro comercial.

Ahora bien, esta multiplicación mundial de cadenas vendedoras de éxitos empresariales "seguros", ha sido posible gracias a la rápida evolución de un sistema de comercialización llamada "franquicias" y por ende, de una nueva forma contractual que enmarca las múltiples relaciones jurídicas y económicas involucradas en cada iniciación.

Las franquicias son percibidas como un negocio "seguro" y con éxito, es quizás, debido a que el nuevo comerciante tiene la posibilidad de manejar un negocio propio y sin riesgo, a través de un sistema comprobado que funciona y rinde sus frutos.

Origen y Antecedentes históricos de la Franquicia.

El contrato de franquicia tal y como se conoce en la actualidad, es un fenómeno relativamente nuevo. Aunque históricamente las franquicias han sido utilizadas como medio para la prestación de servicios públicos,

solamente en este siglo han sido utilizadas por el sector privado como un sistema de mercadotecnia aplicado a bienes y servicios.

El desarrollo del concepto de franquicias se remonta al siglo XII. Sin embargo, existen dos épocas muy marcadas en el desarrollo de las franquicias como sistema comercial y de negocios: la primera, a partir de la segunda mitad del siglo XIX y principios del XX y la segunda desde la posguerra hasta nuestros días.

#### Antecedentes en la Edad Media.

El origen de la palabra franquicia se remonta a la edad media, época en la cual un soberano otorgaba o concedía un privilegio a sus súbditos, quienes en virtud del mismo podían realizar actividades tales como la pesca y la caza, reservadas en todo caso a determinadas zonas del reino. Tales autorizaciones o privilegios se designaban utilizando el término "franc". Así mismo en Francia, las ciudades con "cartas francas" eran aquellas que tenían privilegios especiales que les garantizaban ciertas libertades o autonomías, tales como la dispensa permanente de pagar tributos al Rey o al señor de la región.

Igualmente en esa época la Iglesia Católica concedía, a ciertos señores de tierras, autorizaciones para que actuaran en su nombre, en la recolección de los diezmos debidos a la iglesia, permitiendo que un porcentaje de lo recaudado fuera para ellos a título de comisión y el resto para el Papa.

#### El inicio de la Franquicia en la Época Moderna.

El primer antecedente de franquicia en los Estados Unidos fue probablemente el otorgamiento a particulares, por vía legislativa para la explotación de algunos servicios públicos como fue el caso de los ferrocarriles y los bancos.



Aunque el otorgamiento de estos derechos implicaba vigilancia administrativa sobre la operación de los servicios, el derecho exclusivo de explotación permitía a los particulares obtener significativas ganancias.

De esta manera, las franquicias realizadas por el gobierno constituyeron un medio para desarrollar la prestación de esos servicios de una manera rápida y sin la utilización de dineros o fondos públicos.

#### Primeros Sistemas de Franquicias.

La utilización masiva del sistema de franquicias por el sector privado comenzó en Norteamérica en 1865, al finalizar la Guerra de Sucesión, como forma de expansión de las actividades de los industriales del norte en colaboración con viajeros y comerciantes del sur y oeste.

Tal es el caso de las compañías manufactureras que en ausencia de capital y de personal capacitado para desarrollar y operar establecimientos minoristas, otorgaban derechos exclusivos de distribución a comerciantes independientes. Las compañías petroleras y de auto partes siguieron el ejemplo de las dos anteriores, logrando con este sistema expandir la distribución de sus productos, sin capital ni riesgos propios.

En esta misma época la industria de gaseosas comenzó a utilizar igualmente el sistema de franquicias. En este caso, una embotelladora (franquiciado) recibía el concentrado, o el derecho a producir el concentrado, mediante la utilización de una fórmula, junto con el derecho a producir las gaseosas, identificadas con la marca del franquiciador y distribuirlas en un área exclusiva.

Por su parte, el franquiciador realizaba la publicidad, el mercadeo y otros servicios de apoyo, exigiéndole al franquiciado la producción de las

gaseosas, obviamente bajo estrictos criterios de calidad previamente definidos.

Por la importancia de estos hechos, en forma simultánea, es que muchos expertos en el tema sitúan en 1929 el nacimiento del sistema de franquicias.

El Gran Auge de la Posguerra.

De nuevo son los Estados Unidos los protagonistas del desarrollo de las franquicias, a mediados del presente siglo. El mayor crecimiento de las franquicias se produjo después de la segunda Guerra Mundial.

Los diferentes factores sociales, económicos, políticos y legales fueron los que hicieron que el periodo de la posguerra fuera un clima propicio para el desarrollo de la franquicia. Una economía y población en crecimiento, crearon una rápida demanda de bienes y servicios, así como una oportunidad para desarrollar nuevas empresas.

Igualmente el regreso de la guerra de miles de hombres ambiciosos con conocimientos básicos, con poca experiencia en la creación y dirección de empresas, pero con intenciones de establecer negocios propios y en ocasiones estimulados por la facilidad de financiamiento que ofreció el Gobierno norteamericano de la posguerra, contribuyó también a la consolidación de la figura.

El método de franquicias permitió que personas emprendedoras pero inexpertas, pudieran comenzar sus propios negocios con entrenamiento y supervisión de un empresario con un amplio conocimiento del negocio que pretendía franquiciar. Así mismo, los hombres de negocios que tenían conceptos innovadores o experiencia en algún campo específico encontraron que por medio de las franquicias, podían explotar estos conceptos sin el capital requerido para otro tipo de negocio.

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.

Entre los elementos más comunes que conforman la franquicia; La propiedad, la existencia de un propietario que es poseedor de un nombre, una idea, un proceso o un procedimiento secreto una pieza de un equipo especializado y un saber hacer, conocimiento práctico asociado e involucrado al producto o servicio mismo. Igualmente, se incorpora el valor "llave" del fondo de comercio. La cesión de una licencia por parte del propietario, a nombre de otra persona, permitiendo el uso de un nombre, idea, proceso o equipo. La inclusión en el acuerdo de cesión de licencia de las obligaciones y deberes de cada una de las partes relacionadas con la operación del negocio. El pago de una contraprestación, o regalía por los derechos cedidos por todo el servicio que el franquiciante proveerá al franquiciado; de igual forma, el pago por el abastecimiento de mercancías o productos en exclusividad. Estos elementos básicos son los que normalmente encontramos cuando estamos en presencia de un negocio de franquicias. Sin embargo, las franquicias con el paso del tiempo han evolucionado tanto, que hoy día prácticamente cada nuevo acuerdo de franquicia puede parecer una figura contractual diferente. Es por ello que cada contrato formal, constituirá un tratado independiente que redescubrirá la relación de franquicia punto por punto, marcando las características propias con el afán de describir lo más detalladamente posible las características inherentes al negocio en desarrollo.

Por la gran cantidad de opciones de franquicias, es prudente dividir las alternativas en dos géneros: franquicias de productos: como alimentación y restaurantes, en sus distintas variedades, productos químicos y de mantenimiento; cosméticos y artículos de belleza; bazares; supermercados;

heladerías; tiendas de ropas y accesorios; alquiler de equipos de computación; disqueras; zapaterías, entre otros. El otro género corresponde a las franquicias de servicios: talleres mecánicos para automóviles y motocicletas; moteles y hoteles; reparación de calzado; agencias de viajes; salones de belleza; tintorerías y lavanderías de autoservicios; etc.

### Definición

La franquicia se define como un sistema de colaboración entre dos partes jurídicamente independientes, vinculadas entre sí a través de un contrato mediante el cual una de las partes, la empresa franquiciadora, sede a cambio de cierta remuneración económica, el derecho a utilizar su marca comercial y su “saber-hacer” empresarial, por un tiempo limitado y en un territorio determinado.

Es un acuerdo (vertical) por el cual el propietario de una marca, nombre comercial u otra presentación de marketing distintiva (franquiciante) otorga una licencia en favor de un minorista (franquiciado) para que se utilice su marca, nombre comercial o presentación, y para disponer su establecimiento de acuerdo al distintivo o formato asociado con el franquiciante

Básicamente la franquicia es una suerte de simbiosis. Una parte, que es conocida como (franquiciante) otorga licencia a un comerciante independiente, llamado el (franquiciado), para que venda productos o servicios de su titularidad.

La Franquicia responde a la necesidad de una renovación constante de la oferta de mercado, obligada por la imparable y creciente aparición de nuevos competidores y la exigencia de ofrecer nuevas prestaciones.

La Franquicia consigue un mayor acercamiento al consumidor a través de una “especialización” bien entendida, o sea, centrada en un mejor conocimiento del producto y sobre todo, un mejor servicio y atención al consumidor.

Según Meyer, H. en su libro titulado Marketing, ventas al por menor define las franquicias, concesiones o licencias, como un acuerdo contractual mediante el cual una compañía matriz (franquiciadora) le concede a una pequeña compañía, a un individuo (franquiciador) el derecho de hacer negocios en condiciones específicas.

Meyer, H. y Kohns, S. establecen que el tiempo durante el cual es válido un acuerdo de licencias seguido del contrato, puede ir desde cinco años hasta la perpetuidad; donde la mayoría de los acuerdos son por veinte años. Después de que el periodo haya terminado, el franquiciador a menudo tiene el derecho de recomprar o revender la unidad.

Al contrario Kennedy, sostiene que las franquicias es un privilegio otorgado por un organismo gubernamental a un individuo, a una sociedad colectiva o a una sociedad anónima, para usar una sociedad pública, una calle o una carretera, o el espacio por encima o por debajo de la calle o carretera. La franquicia puede ser por un término fijo de años, por un período indeterminado o a perpetuidad.

Según Phillips Kothler en su libro titulado Dirección de la Mercadotecnia establece como concepto de franquicia o concesionamiento como un convenio con el concesionario en el mercado extranjero, ofreciendo el derecho de utilizar el proceso de fabricación, la marca, la patente, el secreto comercial y otros puntos de valor, a cambio de honorarios o regalías.

Según Ambrose Bierce, “Un buen plan de negocio desarrollado a partir de una sólida investigación de mercado que le dice a usted, el emprendedor,

que hay demanda suficiente y confiable para su producto o servicio en un lugar en particular, es un factor clave para el éxito del negocio. Deberá hacer una investigación adicional acerca de sí convertirse en Franquiciatario de un negocio de ese giro es un factor adicional de éxito, si es así, entonces deberá evaluar que empresa le puede ofrecer las mejores ventajas”.

Para Arrubia Paucar, “la franquicia se define como la concesión de una marca de productos o de servicios a la cual se agrega la concesión de conjunto de métodos y medios de venta”.

También se puede definir como “Concesiones de una marca o producto o servicios a la que se añade la concesión de un conjunto de métodos y medios propios para que la empresa concesionaria asegure la explotación racional de la concesión, administrando la empresa en condiciones tales que permitan alcanzar la mejor rentabilidad para el concedente y concesionario”.

## **2.2. - FRANQUICIANTE Y FRANQUICIARIO**

### **a) El Franquiciante**

Para ser franquiciador no sólo es necesario disponer de una empresa solvente y con prestigio comercial en el sector, hace falta también un excelente Concepto de Negocio, que aporte novedades y valores diferenciales en el producto, en el servicio o en la manera de comercializarlo. Este es el verdadero sentido del concepto de FRANQUICIA.

No obstante, el éxito del sistema se basa principalmente en haber experimentado con anterioridad, todo el procedimiento de franquicia a

través de un establecimiento piloto, que nos habrá permitido corregir los posibles errores, así como aumentar los conocimientos necesarios para un mejor desarrollo del concepto de FRANQUICIA, aportando lo que es de hecho una de las bases de la franquicia: Aportar experiencia al franquiciado.

Conseguidos los dos objetivos principales, que podríamos resumir en un perfecto planteamiento del sistema de franquicia a implantar y la experiencia del establecimiento piloto, se hace necesario transmitir todo ese “saber-hacer” a través de la diversa documentación que es necesaria y que constituyen los Manuales, así como Pre-contratos y contratos definitivos.

Por lo tanto, el FRANQUICIADOR deberá ser una persona física o jurídica reúna estas características:

Haya preparado y experimentado, durante un tiempo representativo y con buenos resultados, una fórmula comercial diferenciada de la competencia, desarrollada en establecimientos pilotos, propios o no.

2. Que sea poseedor de la propiedad de la marca con la que va a comercializar el producto o servicio.

3. Que disponga de la capacidad para formar a sus futuros franquiciados, dándoles todo el soporte técnico, empresarial y logístico que sea necesario.

#### b) El Franquiciado

El franquiciado es toda aquella persona física o jurídica que, mediante ciertas condiciones, obtiene el derecho a comercializar y explotar productos o servicios bajo técnicas uniformes y experimentadas con una rentabilidad probada y con una marca registrada.

Como contrapartida a las aportaciones del franquiciador el franquiciado deberá:

1. Pagar el total de la inversión necesaria para instalar y decorar su establecimiento según proyecto detallado del franquiciador  
Abono al franquiciador de los Cánones de entrada y pagos periódicos establecidos a cambio de los servicios permanentes que recibe de él.
2. Disponer del stock suficiente en calidad y variedad según los mínimos que establece el franquiciador.
3. Aplicación del precio de venta aconsejado por el franquiciador  
Respeto de todos los aspectos relacionados con la imagen corporativa de la franquicia.
4. Aceptar los controles periódicos del franquiciador e informar continuamente de la evolución de su negocio, aceptando las posibles modificaciones que el franquiciador pudiese imponer para la obtención de resultados.
5. Respetar las exclusividades territoriales y de marca.
6. Compromiso de asistencia a los cursos de formación que realice el franquiciador.
7. Usar los métodos de trabajo, directrices comerciales y de gestión general que el franquiciado trasmite a través de los Manuales.
8. Respetar las características del sistema comercial y de gestión que definen la franquicia en cuestión.



### **2.3.- LAS FRANQUICIAS EN LA ECONOMÍA DE HOY.**

La inversión que se realiza para la operatividad de la empresa depende de ella, pero puede recibir algún aporte económico de la empresa extranjera en calidad de préstamo. Es por ello que también constituye una modalidad de financiamiento no convencional.

El contrato de Franquicia es una modalidad contractual que mueve grandes cantidades de capital y recursos humanos, beneficiando a las partes del contrato y al público en general ya que de este modo se logra el mejor abastecimiento del mercado.

Es un contrato que facilita la circulación y distribución de los bienes y servicios, ofreciendo cierta seguridad a la inversión, pues se brinda un producto o servicio, ya introducido al mercado, no solo en el ámbito nacional, sino que muchas veces el producto es conocido internacionalmente.

### **2.4.- VENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS**

De acuerdo con la [administración](#) de pequeños [negocios](#), la franquicia tiene varias ventajas sobre los minoristas independientes. Ellas son:

Reputación: Es un [sistema](#) de licencias establecido y bien conocido, el nuevo concesionario no tiene que trabajar para establecer la reputación de la firma. El [producto](#) o [servicio](#) que se ofrece ya es aceptado por el público.

Capital de trabajo: Cuesta menos [dinero](#) operar un negocio de concesión, porque el franquiciador le da al concesionario buenos controles de [inventario](#) y otros [medios](#) para reducir los [gastos](#). Cuando es necesario, el franquiciador puede también dar asistencia financiera para los [gastos](#) operativos.

Experiencia: el consejo dado por el franquiciador compensa la inexperiencia del nuevo propietario.

Asistencia gerencial: el propietario de un pequeño almacén independiente tiene que aprender de todo, y un minorista experimentado puede no ser un maestro en todos los aspectos de finanzas, estadísticas, marketing y promoción de ventas. Las mejores compañías de franquicia le dan al concesionario asistencia continua en estas áreas.

Utilidades: al asumir unos costos razonables de franquicia y convenios sobre suministros, el concesionario usualmente puede esperar un razonable margen de ganancias, porque el negocio se maneja con la eficiencia de unas cadenas.

Motivación: debido a que el concesionario y el franquiciador se benefician del éxito de la operación, ambos trabajan adecuadamente para lograrlo.

## VENTAJAS DEL FRANQUICIADOR

Las motivaciones del franquiciador para crear una franquicia son esencialmente las siguientes:

1. Tener acceso a una nueva Fuente de capitales, sin perder o diluir el control del sistema de marketing.
2. Evitar los gastos fijos elevados que implican generalmente un sistema de distribución para almacenes propios.
3. Cooperar con los distribuidores independientes, pero altamente motivados por ser propietarios de sus negocios.
4. Cooperar con los hombres de negocios locales bien integrados en medio de la ciudad, de la región o del país.

5. Crear una nueva fuente de ingresos basada en el saber-hacer técnico comercial que se posee.
6. Realizar un aumento rápido de las ventas, teniendo el éxito un efecto bola de nieve.
7. Beneficiarse de las economías de escala gracias al desarrollo del sistema de franquicia.

Los franquiciadores aportan a sus franquiciados una ayuda inicial y continua. Los Servicios iniciales comprenden fundamentalmente: un estudio de mercado, un estudio de localización de restaurante franquiciado, una asistencia en la negociación de alquiler, una concepción de la decoración interior del punto de venta, la formación de la mano de obra, modelos de gestión contable y financiera. Los servicios continuos comprenden un seguimiento operativo, material de promoción, formación de cuadros y empleados, control de calidad, publicidad en el ámbito nacional, centralización de compras, informaciones sobre la evolución del mercado, auditorías contables y financieras, seguros aprobados, etc.

## VENTAJAS PARA EL FRANQUICIADO

La motivación del franquiciado principalmente es beneficiarse de la experiencia, de la notoriedad y de la garantía, unidas a la imagen de marca del franquiciador. A esta motivación básica se añaden las consideraciones siguientes:

1. Tener la posibilidad de poner en marcha una empresa con poco capital.
2. Reducir el riesgo y la incertidumbre, puesto que se trata de un proyecto de éxito probado.

3. Beneficiarse de un mejor poder de compra ante los proveedores de la cadena franquiciada.
4. Recibir una formación y una asistencia continua proporcionadas por el franquiciador.
5. Tener el acceso a los mejores emplazamientos, gracias al renombre y al poder financiero del franquiciador.
6. Recibir una ayuda a la gestión del marketing y a la gestión financiera y contable de la franquicia.
7. Tener locales y decoración interior bien concebidos.
8. Beneficiarse de la investigación y desarrollo constantes de nuevos productos o servicios.
9. Tener la posibilidad de crear su propio negocio como independiente perteneciendo a una gran organización.

El acuerdo de franquicia es una forma relativamente flexible de colaboración entre el franquiciador y los franquiciados. No obstante, existen tres fundamentos indispensables para la solidez de un acuerdo de franquicia, que son:

- La voluntad de trabajar solidariamente.
- La aceptación de un derecho de transparencia recíproco.
- El fundamento legal de la fórmula.

Esta última condición es esencial; la franquicia es un método original de distribución de un buen producto o de un buen servicio (una fórmula de éxito), no será nunca una solución para sacar de un apuro o de salvaguardia de una empresa en dificultad que se declare «franquiciador» sin haber hecho ella misma la prueba de su fórmula.

## 2.5. - DESVENTAJAS DE LAS FRANQUICIAS

Existen también desventajas para el concesionario y se presentan a continuación algunas de ellas:

Derechos: los [derechos](#) que el franquiciador cobra por el uso del nombre de [la empresa](#), los [precios](#) cobrados por las provisiones y otros [gastos](#) pueden ser muy altos para una localidad particular. De tal manera que se puede incurrir en pérdidas o bajos márgenes de ganancias para el minorista.

Menos independencia: Debido a que el concesionario debe seguir los patrones del franquiciador, el minorista pierde algo de su [independencia](#).

Estandarización: Los [procedimientos](#) son estandarizados y los concesionarios no tienen mucha posibilidad de utilizar ideas propias.

Lentitud: Debido al tamaño, un franquiciador puede ser lento para aceptar una nueva idea o adaptar sus [métodos](#) a los cambios de condición.

Cancelación: Es difícil y caro cancelar un convenio de concesión sin la cooperación del franquiciador.

El control: El franquiciador tiene menos [control](#) sobre el concesionario, que si montara sus propias instalaciones de [producción](#).

El competidor: Si el concesionario tiene mucho éxito, la firma pierde utilidades y cuando termine el contrato podría encontrarse con que ha crecido un competidor.

## **2.6. - CARACTERÍSTICAS DE LAS FRANQUICIAS.**

Sus principales características:

Oneroso: Ya que una de las partes (franquiciado) obtiene una ventaja a cambio de una contraprestación en dinero a favor de la otra (franquiciante).

Conmutativo: Porque desde el momento de la celebración cada una de las partes conoce las obligaciones y ventajas que le corresponden.

No formal: No se exige ninguna forma específica en que deba ser instrumentado.

Atípico: No se encuentra legalmente regulado ni en el Código Civil o ley nacional.

Consensual: Porque queda perfeccionado y genera los efectos jurídicos correspondientes desde el momento en que las partes manifiestan su consentimiento.

Bilateral: Porque cada una de las partes se encuentra obligada respecto a la otra, existiendo prestaciones recíprocas para cada una de ellas.

Tracto Sucesivo: Las obligaciones que se generan para cada parte no se agotan en el momento de la celebración del contrato sino que perduran más allá de éste.

El sistema de franquicia cuenta con unas premisas básicas para poder desarrollarse en perfectas condiciones:

El Contrato es la pieza fundamental de todo el sistema de Franquicia. Debe ser muy estudiado, detallado, claro, preciso y de seguro cumplimiento.

Concesión del uso de marca registrada. La fortaleza y solidez de una red de franquicias se apoya en la imagen de marca homogénea que se transmite al público en general a través de todos y cada uno de los centros (logotipos, adecuación y decoración, rótulos y signos distintivos. Esta imagen de marca proporciona además reconocimiento delante de futuros clientes.

Transmisión del conjunto de saberes y experiencias que constituyen el Saber-hacer, que son el conjunto de conocimientos, métodos y sistemas desarrollados por el franquiciador de una forma práctica, no patentados, y derivados de la experiencia de éste en el desarrollo de su fórmula o concepto de negocio de éxito

Concesión de una exclusividad territorial y tiempo de duración de la misma.

Los parámetros económicos de acceso a la red de franquicia explotación sobre ventas y de publicidad, que serán las obligaciones financieras del franquiciado. Estos pagos se justifican por el derecho de uso de la marca, la formación y asistencia recibida y el beneficio resultante por la participación en las economías de escala generadas por la propia cadena.

Que el objeto de la franquicia sea un concepto de negocio original, reproducible de manera homogénea y durable en el tiempo.

Formación inicial completa y amplia del franquiciado y su personal, actuando como guía y asesor en los inicios de la actividad, apoyando al franquiciado en la selección, adecuación y decoración del local,

proporcionándole herramientas de comunicación y, en definitiva, solucionando cualquier problema que surgiera.

Servicio de atención y asistencia continúa a los franquiciados.

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 (enseñanza, formación, saber-hacer) y las permanentes (soportes de marketing, publicidad, acciones promocionales, investigación, desarrollo y 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 costo 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.

### **CAPÍTULO 3. EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN.**

En el capítulo anterior se hizo referencia a las franquicias en general y el siguiente capítulo que ahora se desarrolla se hablará de las empresas de nueva creación.

Por diversas razones, la gente prefiere iniciar una empresa completamente nueva en lugar de comprar una ya operando.

Existen dos razones válidas que justifican el establecer una nueva empresa en donde existen similares.

- Una expansión real y permanente del mercado que haga que éste no esté siendo cubierto adecuadamente por las empresas ya existentes.
- Una administración deficiente de las empresas existentes es el resultado de que el mercado no esté cubierto adecuadamente por éstas.

Cuando se desea iniciar una empresa en un giro nuevo, el futuro empresario se enfrenta a un tipo de problemas distinto. Se presenta una situación que por lo general entraña una gran incertidumbre y riesgo.

Existen dos razones para empezar una empresa en un giro totalmente nuevo, éstas son:

- a) Que haya sido creado un nuevo producto que sea útil y necesario para el mercado de consumo.
- b) Que haya creado un nuevo servicio que el público use y pague por él.

### **3.1. - CARACTERÍSTICAS DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN.**

Las características de la empresa son:

- a) Es una persona jurídica, ya que se trata de una entidad con derechos y obligaciones por la ley.
- b) Es una unidad económica porque tiene una finalidad lucrativa, es decir, su principal objetivo es económico: protección de los intereses económicos de la empresa, de sus acreedores, su dueño o sus accionistas, logrando la satisfacción de este grupo mediante la obtención de utilidades.

Las actividades de una empresa pueden desarrollarse en lugares distintos pero persiguen la obtención de una utilidad única. Del mismo modo, capitales que pertenecen a diferentes titulares, pero que están destinados a una misma actividad económica, persiguen también una ganancia única, en ambos casos se dice que la empresa tiene unidad económica.

- c) Ejerce una acción mercantil, ya que compra para producir y produce para vender.
- d) Asume la total responsabilidad del riesgo de pérdida. Esta es una de las características más sobresalientes, pues a través de su administración es la única responsable de la buena o mala marcha de la Entidad, puede haber pérdidas o ganancias, éxitos o fracasos, desarrollo o estancamiento; todo ello es a cuenta y riesgo exclusivo de la empresa, la cual debe encarar estas contingencias, incluso hasta el riesgo de pérdida total de sus bienes.

- e) Es una entidad social ya que su propósito es servir a la sociedad en la que está inmersa.

### **3.2. - CLASIFICACIÓN DE LAS EMPRESAS DE NUEVA CREACIÓN.**

Para poder determinar los hechos y operaciones de la empresa, necesitamos clasificarlas dentro del grupo genérico, con la finalidad de precisar en qué estriban sus semejanzas y en que sus diferencias.

La empresa se clasifica tradicionalmente en tres grandes ramas. De servicios, comerciales e industriales.

- a) De servicios.

“Son aquéllas que, con el esfuerzo del hombre, producen un servicio para la mayor parte de una colectividad en determinada región sin que el producto objeto del servicio tenga naturaleza corpórea” dentro de este tipo de empresas se encuentran principalmente:

1. *Sin concesión.* Son aquellas que no requieren, solo en algunos casos, licencia de funcionamiento por parte de las autoridades para operar, por ejemplo: escuelas e institutos, empresas de espectáculos, centros deportivos, hoteles, restaurantes, etc.
2. *Concesionadas por el Estado.* Son aquéllas cuya índole, es de carácter financiero, por ejemplo: las instituciones bancarias de todo tipo, compañías de seguros, compañías afianzadoras, compañías fiduciarias, bolsa de valores, etc.
3. *Concesionadas no financieras.* Son aquéllas autorizadas por el Estado, pero, sus servicios no son de carácter financiero, por ejemplo: empresas de transportes terrestres y aéreo, empresas para el

suministro de gas y gasolina, empresas para el suministro de agua, etc.

## b) Comerciales

Son aquéllas que se dedican a adquirir cierta clase de bienes o productos, con el objeto de venderlos posteriormente en el mismo estado físico en que fueron adquiridos, aumentando al precio de costo o adquisición, un porcentaje denominado “margen de utilidad”.

Este tipo de empresas es intermediario entre el productor y el consumidor, por ejemplo: mayoristas, cadena de tiendas, concesionarios, distribuidores, detallistas, etc.

## c) Industriales.

### 1. - Industrias extractivas.

Son aquellas que se dedican a la extracción y explotación de las riquezas naturales, sin modificar su estado original. Este tipo de industrias se subdivide en:

- a) *De recursos renovables.* Son aquellas cuyas actividades se encaminan a hacer producir a la naturaleza, es decir, el hombre aprovecha las transformaciones biológicas de la vida animal y vegetal, así como la actuación de elementos naturales; dentro de este tipo de industrias encontramos las siguientes: de explotación agrícola, de explotación ganadera, de explotación pesquera, etc.
- b) *De recursos no renovables.* Son aquellas cuya actividad fundamental trae consigo la extinción de recursos naturales, sin que sea posible renovarlas o reintegrarlas, pues su agotamiento es incontenible. Dentro de este tipo de industrias se encuentran: la minería, fondos petroleros.

## 2. - Industrias de transformación.

Las que se dedican a adquirir materia prima para someterla a un proceso de transformación o manufactura que al final obtendrá un producto con características y naturaleza diferentes a los adquiridos originalmente.

En este tipo de empresas, interviene el trabajo humano con empleo de maquinaria, que transforma la materia prima en cuanto a dimensiones, forma o sustancia, para que se conviertan en su satisfactor de necesidades sociales; por ejemplo: empresas textiles, químicas, farmacéuticas, etc.

El mecanismo contable en este tipo de empresas, se sintetiza en reunir los tres elementos del costo de producción, es decir:

- a) Materiales directos al consumidor.
- b) Mano de obra directa empleada.
- c) Costos indirectos aplicados.

El hecho de iniciar un negocio también tiene ventajas y desventajas.

Si se busca la mayor oportunidad de éxito, el iniciar un negocio también requiere de investigación y análisis.

### **3.3. - VENTAJAS DE LA EMPRESA DE NUEVA CREACIÓN.**

El propietario puede elegir su propia ubicación, productos, servicios, equipo, personal, proveedores, bancos.

- Las instalaciones físicas pueden construirse de acuerdo con el uso más eficaz de la empresa planeada.

- Todas las fases de emprender una empresa nueva pueden ser establecidas por el propietario, sin tener que cambiar nada.
- La facilidad de crear una imagen, que el propietario desee.
- Se puede formar una clientela leal sin que se presuma ninguna mala voluntad de una empresa existente.
- Pueden no existir empresas al tipo deseado por el propietario.

### **3.4. - DESVENTAJAS DE LA EMPRESA DE NUEVA CREACIÓN.**

Existen algunos factores que provocan el inicio de una empresa con ciertas desventajas.

- Existe un factor de alto riesgo en el inicio de la empresa.
- En ocasiones toma tiempo considerable y una inversión costosa el crear una clientela continua.
- Se dificulta la captación de fondos para iniciar una empresa que para una ya existente.
- Por lo general, requiere tiempo considerable para lograr una adecuada operatividad de la empresa.
- Se deben establecer líneas de crédito y aprovisionamiento.

Como se podrá observar son varios los factores adversos a iniciar una empresa, los cuales tienen que ser evaluados y con base en ello deberá tomarse una decisión.

La investigación y el análisis de un negocio nuevo son mucho más difícil y muchos menos precisos que el estudio de compra de una empresa existente. No existen estadísticas anteriores de las operaciones del negocio, las cuales permiten realizar una evaluación del negocio. El estudio de las empresas debe incluir una investigación acerca de:

### **3.5 FACTORES POTENCIALES DE LA EMPRESA**

El estudio y el análisis de una empresa nueva son mucho más difíciles y mucho menos precisos que el estudio de la compra de una empresa existente. La realidad es que, no existen estadísticas anteriores de las operaciones de la empresa, las cuales permitan realizar una evaluación de la misma.

El estudio de las potencialidades de una empresa debe incluir un análisis acerca de ciertos factores. La realización del análisis de información tiene la finalidad de proporcionar una visión global de la información que el empresario debe analizar para poder realizar una evaluación realista de las probabilidades de éxito de la empresa.

#### **a) Ubicación.**

Todo tipo de empresa tiene la necesidad imperativa de una buena ubicación; sea pequeña o mediana, requiere de una adecuada ubicación. Un negocio bien ubicado, cualquiera que sea su tipo, tendrá mayor probabilidad de éxito.

La ubicación de una empresa es una decisión importante que se tiene que tomar, ya que serán diferentes los factores a analizar según sea la empresa: industrial, comercial o de servicios.



La selección del lugar puede variar de acuerdo con la naturaleza o tipo de empresa; una de tipo industrial debe ubicarse en una zona idónea, probablemente alejada del centro de la ciudad; en cambio una empresa comercial deberá estar bien situada, es decir, cerca de sus clientes potenciales; una empresa de servicios también deberá estar cerca de sus clientes potenciales.

La selección del local para el negocio, requerirá información que incluye:

1. Una decisión de construir, de comprar un edificio existente o de rentar en base a las necesidades del negocio y al monto de capital disponible.
2. Una lista de los locales disponibles. Los agentes de casas pueden ser una buena fuente para obtener esta información.
3. Identificación de las áreas de tráfico de automóviles y peatones en los mejores sitios.
4. Una investigación de la zonificación de la ciudad en los diversos sitios posibles.
5. Información de la zonificación de la ciudad en los diversos sitios posibles.

b) El Mercado.

Este es un factor potencial muy importante al iniciarse una empresa.

El establecimiento de una empresa depende en gran parte del mercado. Ya sea pequeño o mediano comerciante en ventas al menudeo, mayoreo, servicios o fabricantes; la importancia del mercado para el éxito de la empresa jamás puede subestimarse.

La elección de un local, en muchos tipos de negocios también depende, en gran parte, del mercado. Parte de la información que se debe recopilar y analizar incluye:

Las características y el tamaño de la población.

1. Expectativas del crecimiento poblacional y cambios en las características para el futuro.
2. Número, efectividad, y características de la competencia en el mercado.
3. Una investigación estadística de las actitudes del cliente también puede llevarse a cabo en un área seleccionada del mercado para poder determinar a dónde acude generalmente la gente para comprar los productos que el nuevo negocio ofrecerá.

Instalaciones físicas.

La adquisición o renta de un edificio es sólo el primer paso para contar con las facilidades físicas para iniciar una empresa. Las instalaciones físicas para manejar las operaciones industriales, comerciales o de servicios incluyen edificios, distribución, equipo, etc. Cada una de ellas es esencial para la operación de la empresa.

*Edificio.*

Hay que tomar decisiones concernientes a la construcción, renta o modificación de un edificio para alejar las operaciones de los negocios de la nueva empresa.

*Rentar o comprar.*

Estos dos aspectos presentan ciertos beneficios, entre las ventajas de rentar están las siguientes:

- a. Se evitan grandes salidas de dinero por la compra de un edificio.
- b. El pago de una renta es deducible para efectos de impuestos.
- c. Se evita el peligro de pérdidas ocasionadas por incendios, terremotos, etc.

Si la decisión resulta ser construir en vez de rentar o de comprar un edificio ya existente, uno debe proveerse de la información siguiente:

1. Determinar el flujo del trabajo y de la disposición de la maquinaria.
2. Determinar las especificaciones y el tipo de construcción.
3. Establecer un espacio para el estacionamiento de los autos, de acuerdo con el número de empleados y de clientes.
4. Identificar el tipo de negocio, determinar el tipo y costo del equipo necesario.
5. En base al tipo de negocio, determinar el tipo y costo del equipo necesario.
6. Obtener los requerimientos de construcción de la ciudad.
7. Diseñar un plano para el negocio.

#### *Adaptar el edificio ya existente.*

Una gran mayoría de pequeñas empresas inician sus operaciones en un edificio ya existente. Con frecuencia, el edificio está construido para un propósito, lo que significa que puede no estar diseñado para el tipo de operación de una empresa determinada. Por tal motivo habrá que hacer modificaciones en el edificio hasta que sirva con eficiencia para las operaciones contempladas. Estas adaptaciones pueden ser costosas y requerir de tiempo.

El edificio debe contar con el suficiente espacio para realizar las operaciones proyectadas de la empresa. Muchas empresas inician operaciones en locales reducidos, con los resultados de que los primeros 5 o 10 años de prosperidad han sido acompañados de 3 o 4 mudanzas a nuevas ubicaciones.

Si la decisión resulta ser construir en vez de rentar o de comprar un edificio ya existente, uno debe proveerse de la información siguiente:

8. Determinar el flujo del trabajo y de la disposición de la maquinaria.
9. Determinar las especificaciones y el tipo de construcción.
10. Establecer un espacio para el estacionamiento de los autos, de acuerdo con el número de empleados y de clientes.
11. Identificar el tipo de negocio, determinar el tipo y costo del equipo necesario.
12. En base al tipo de negocio, determinar el tipo y costo del equipo necesario.
13. Obtener los requerimientos de construcción de la ciudad.
14. Diseñar un plano para el negocio

d) Operaciones y personal.

Parte de la información necesaria para planear las operaciones y el personal, es:

1. Describir el tipo de trabajo para todo el personal necesario en el negocio.
2. Construir un organigrama que muestre los derechos y obligaciones de cada uno.

3. Fijar una escala de salarios para cada función dentro del trabajo, de acuerdo con las tasas de salarios en vigor en esa comunidad.
4. Establecer un horario de trabajo que muestre las horas y los días de trabajo para cada uno.
5. Establecer una lista de productos y la cantidad de cada uno que construirán el primer inventario.
6. Determinar las fuentes de abastecimiento para todos los artículos del inventario.
7. Determinar si habrá patrones de venta por estaciones geográficas o si habrá artículos de estación dentro del surtido del inventario.
8. Establecer la política de precios para todas las mercancías. Determinar los precios máximos y obtener los precios de los competidores.
9. Realizar un plan de promoción y publicidad para la inauguración.
10. Establecer las Políticas de cantidad y tipo de publicidad que se llevarán a cabo después de la inauguración.

e) Información financiera.

Utilizando la información recopilada en las investigaciones anteriores se puede formular la información financiera:

1. Crear un presupuesto para el primer año en operación. Intentar calcular todos los ingresos y los gastos en la forma más exacta posible.

2. Crear un estado de posición financiera pro forma con todos los activos que el negocio necesitará, más las deudas que se piensan contraer como consecuencias del financiamiento.
3. Utilizar los ingresos, los gastos, los activos y los datos financieros para crear un estado de flujo de fondos pro forma para el primer año de operaciones.
4. Si fuera posible trazar, una gráfica de punto de equilibrio.
5. Determinar las fuentes de financiamiento de fondos haciendo contacto con bancos y con otras fuentes financieras.

Debido a que el presupuesto representa, hoy en día, un instrumento importante para la empresa.

Los presupuestos van siempre ligados al tipo de entidad, a sus objetivos, a su organización, y a sus necesidades; su contenido y forma varían de una institución a otra, principalmente en el grado de análisis requerido, por lo cual es indispensable el conocimiento amplio de las empresas, los objetivos y las necesidades en que se hayan de aplicar.

La preparación de el presupuesto se basa en el principio de que todas las transacciones de la entidad, están íntimamente relacionadas entre sí, de suerte que si una determinada parte del plan pudiera ser tomada como punto de partida, el resto del mismo podría ser establecido con un grado razonable de seguridad y certeza, permitiendo a la gerencia tomar decisiones adecuadas.

- f) Tipo de sociedad.

Iniciar una empresa requiere varias decisiones que implican considerar aspectos legales. Habrá que conocer la naturaleza del problema y utilizar una asesoría jurídica competente.

Existen necesidades de asesoría legal y fiscal. En consecuencia, es conveniente resumir varias áreas de importancia en las cuales la asesoría jurídica es necesaria. Un abogado y un contador competentes pueden ser útiles en áreas tales como:

- a) Elección del tipo de sociedad.
- b) Adquisición de bienes raíces.
- c) Cumplimiento del inventario de mercancías.
- d) Obtención de licencias y permisos necesarios.
- e) Alta de la empresa ante las dependencias de gobierno.
- g) Contratación de personal.

En la “acción de organizar”, el empresario siempre debe reconocer que está organizando el trabajo de personas. En realidad, es el desempeño efectivo y coordinado del personal lo que constituye el propósito de diseñar una estructura organizacional.

La empresa no puede ser mejor que las personas que la componen. En consecuencia, el recurso humano es de vital importancia para la pequeña y mediana empresa.

Las empresas requieren de personal a diversos niveles para que desarrollen las actividades planeadas y lograr los resultados requeridos.

Cada uno de los empleados ayuda con su trabajo en la operación de la empresa y, en consecuencia en el futuro de ésta.



## **CAPÍTULO 4. CASO PRÁCTICO.**

### **4.1.- PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.**

En este capítulo, se presenta la información obtenida durante el proceso de investigación con la finalidad de obtener las bases necesarias para responder a la expectativa que origino la realización de este trabajo.

Dentro de la investigación, se lleva a cabo un caso práctico, el cual básicamente se concentra en una aplicación de cuestionarios, llevada a cabo entre los empresarios de micro y pequeña empresa, de esta ciudad de Uruapan, Michoacán. Con el objeto de analizar y evaluar si la hipótesis consistente en “Las Franquicias como una opción de Inversión para las microempresas: Propuesta de Inversión” se comprueba o se rechaza. La metodológica utilizada en esta investigación, se menciona a continuación y de manera separada, se presenta el cuestionario utilizado en ella, para efectos de hacer más específico a la presentación de la misma.

#### **4.1.1.- METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN.**

Dentro de la presente investigación, el método utilizado para obtener la información necesaria, es la encuesta, realizada a través del cuestionario, el cual consiste en las formulaciones escritas de una serie de preguntas que respondidas por los sujetos de estudio de la investigación, permiten alcanzar el objetivo de la misma.

El cuestionario mencionado, consta de 10 preguntas, aplicadas a empresarios del micro y pequeña empresa, de esta ciudad de Uruapan, Michoacán.

Los objetivos que se pretenden lograr consisten en conocer más sobre las franquicias, con el propósito de determinar una nueva opción de

crecimiento para los microempresarios de la ciudad de Uruapan, Michoacán,

#### 4.1.2.- DETERMINACIÓN DEL TAMAÑO DE LA MUESTRA.

Para llevar a cabo la determinación de la muestra, se contó con el apoyo de la Cámara Nacional de Comercio, la cual proporciono el número de micro y pequeñas empresas afiliadas actualmente, siendo estas 1400 empresas, aproximadamente.

Considerando que el universo que se va a estudiar, es muy amplio, se procedió a tomar una muestra representativa, la cual se conformo con, un total de 73 micro y pequeñas empresas seleccionadas aleatoriamente.

Posteriormente, se visitaron las empresas que conforman la muestra, y se aplicaron cuestionarios, entre los diversos empresarios, con el fin de obtener información y poder comprobar la hipótesis planteada.

#### 4.1.3.- CUESTIONARIO APLICADO EN LA INVESTIGACIÓN.

A continuación, se presenta el cuestionario aplicado para la obtención de información de la presente investigación, cada pregunta se presenta acompañada del objetivo de la misma, con la finalidad de facilitar su interpretación.

¿1. - ¿Qué tipo de negocio trabaja usted?

a) Franquicia

b) Negocio de nueva creación

Objetivo.- Determinar en que tipo de negocio invierten los micro y pequeños empresarios de la Ciudad de Uruapan Mich.

2.- ¿Por qué elegiste ese sector?

- a) Es muy rentable.
- b) Tengo experiencia en el área.
- c) Me agrada.
- d) Está de moda.

Objetivo.- Determinar por que eligieron los micro empresarios de la Ciudad de Uruapan Mich., el negocio de franquicia o de nueva creación

3.- ¿Cuál es el giro del negocio que trabaja?

- a) Alimentos y bebidas.
- b) Negocio de servicios.
- c) Recreación y entretenimiento.
- d) Tecnología.
- e) Imagen y cuidado personal.
- f) Servicios empresariales.
- g) Automotor.
- h) Educación.
- i) Inmobiliario.

Objetivo.- Determinar que actividad eligen los micros empresarios para invertir su dinero y así obtener más ganancias.

4.- ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en un negocio?

De 30 mil a 100 mil pesos.

De 120 mil a 300 mil pesos.

De 400 mil a un millón de pesos.

Más de un millón de pesos.

Objetivo.- Determinar cuanto están dispuestos a invertir los micro empresarios de Uruapan Mich., en un negocio para obtener un beneficio económico.

5.- ¿Cuáles son las Fuentes de Financiamiento que utiliza para su negocio?

a) Prestamos.

b) Crédito Bancario.

c) Ahorros Personales.

d) Uniones de Crédito.

Objetivo.- Determinar los medios por los cuales obtiene los recursos necesarios para llevar a cabo su actividad económica, ya que generalmente se trata de préstamos.

6. -¿Qué es lo que más valoras al tener un negocio?

1. Financiamiento.

2. Capacitación.

3. Publicidad.

Objetivo.- Consiste en determinar cual es el valor comercial del negocio

7.- ¿Cuál de las dos alternativas considera que es más factible para iniciar un negocio?

a) Franquicia

b) Negocio de nueva creación

Objetivo.- Determinar cual de de las dos alternativas de Inversión consideras es más rentable de acuerdo a su experiencia.

8.- ¿Por qué te intereso este sector como oportunidad de negocio?

- a) Me da seguridad.
- b) Me capacita a realizar negocios.
- c) Puedo auto emplearme.
- d) Para actualizar mi negocio con una marca reconocida.

Objetivo.- Determinar por que se eligió esta alternativa de inversión.

9.- ¿Consideraría invertir en una Franquicia?

- a) Si
- b) No

Objetivo.- Determinar si los micros empresarios piensan en las franquicias como una alterativa para invertir.

10.- ¿Recomendaría invertir en una Franquicia?

- a) Si
- b) No

Objetivo.- Determinar si las franquicias son una nueva fuente de inversión.

## 4.2.- RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

La presente investigación fue llevada a cabo mediante la aplicación aleatoria de cuestionarios, entre los diversos empresarios de la micro y pequeña empresa de la ciudad de Uruapan, Michoacán.

La muestra que se tomo como base fue de 73 personas encuestadas, las cuales se encuentran actualmente trabajando en diversas micro y pequeñas empresas de la ciudad.

La respuesta que se obtuvo de los empresarios, fue muy buena, ya que todos los empresarios que se seleccionaron, mostraron interés en contribuir a la presente investigación, y la información obtenida fue la esperada, en la en la perspectiva propuesta al inicio del presente trabajo de campo, consistente en un muestreo estadístico.

Estos empresarios, proporcionaron la información de manera confidencial, lo cual da la pauta, de que se tiene un mayor grado de seguridad en cuanto a que la información obtenida es verídica y confiable, por lo cual la misma se presenta a continuación:

En lo que respecta a las preguntas de investigación aplicadas a los empresarios encuestados los resultados fueron los siguientes:

### 4.2.1.- PREGUNTAS APLICADAS Y GRÁFICOS DE LAS MISMAS.

1.- ¿Qué tipo de negocio trabaja usted?

a).- La tendencia de las empresas indicaron una preferencia por un negocio de franquicias

a) Franquicia 48

b) Negocio de nueva creación 25

2. - ¿Por qué elegiste este sector?

a).- La tendencia de las empresas indicaron una preferencia por un negocio de franquicias ya que es más rentable.

a) Es muy rentable 38

b) Tengo experiencia en el área 18

c) Me agrada 10

d) Está de moda 7

3.- ¿Cuál es el giro del negocio que trabaja?

a).- La tendencia de las empresas indicaron que son más las empresas de servicios.

a) Alimentos y bebidas 5

b) Negocios de servicios 31

c) Recreación y entretenimiento 3

d) Tecnología 20

e) Imagen y cuidado personal 6

f) Servicios empresariales 0

4.- ¿Cuánto estarías dispuesto a invertir en un negocio?

a).- La tendencia indica que la mayoría de los empresarios solo están dispuestos a invertir hasta 100 mil pesos.

- |                                    |    |
|------------------------------------|----|
| a) De 30 mil a 100 mil pesos       | 68 |
| b) De 120 mil a 300 mil pesos      | 5  |
| c) De 400 mil a un millón de pesos | 0  |
| d) Más de un millón de pesos       | 0  |

5.- ¿Cuáles son las Fuentes de Financiamiento que utiliza para su negocio?

a).- La tendencia indica que los empresarios tienden a financiarse por medio de créditos bancarios.

- |                       |    |
|-----------------------|----|
| a) Prestamos          | 17 |
| b) Crédito Bancario   | 23 |
| c) Ahorros Personales | 21 |
| d) Uniones de Crédito | 12 |

6.- ¿Qué es lo que más valoras de un negocio?

a).- La tendencia indica que un empresario valora una empresa por su rentabilidad.



a) Rentabilidad	53
b) Financiamiento	14
c) Publicidad	6

7.- ¿Qué negocio consideras es más viable para invertir?

a).- La tendencia indica que los empresarios consideran que son más viables las franquicias.

a) Franquicia	37
b) Negocios de nueva creación	36

8.- ¿Por qué te intereso este sector como oportunidad de negocio?

a).- La tendencia indica que los empresarios consideran que son más viables las franquicias porque pueden autoemplearse.

• Porque me da seguridad	19
• Porque me enseñaría a hacer negocio	11
• Por autoemplearme	28
• Para actualizar mi negocio con una marca reconocida	15

9.- ¿Consideraría invertir en una Franquicia?

a).- La tendencia indica que los empresarios si considerarían invertir en una Franquicia.

a) Si	b) No
49	24

10.- ¿Recomendaría invertir en una Franquicia?

a).- La tendencia indica que los empresarios si invertirían en una Franquicia.

a) Si	b) No
54	19

### **5.3.- CONCLUSIONES DEL CASO PRÁCTICO**

La presente investigación tiene como propósito fundamental, determinar que tan viable puede ser una franquicia o negocio de nueva creación para los micro y pequeños empresarios de Uruapan, Mich., en el adecuado aprovechamiento de los recursos financieros.

Tal investigación tiene como punto de partida el planteamiento de la hipótesis consistente en “El negocio de Franquicias puede llegar a ser un sector de inversión más viable que uno de nueva creación”; el proceso que

se llevo a cabo para determinar si tal hipótesis es comprobada o rechazada, consistió en llevar a cabo un muestreo estadístico, mediante el cual a través de cuestionarios aplicados de manera aleatoria, se pudo conocer la opinión directa de los empresarios, con el objeto de obtener información verídica y confiable.

Sin embargo, una vez llevado a cabo, la presente investigación, y analizando e interpretando los resultados al respecto, es posible señalar, que la hipótesis mencionada con anterioridad es comprobada, debido a que de acuerdo a la información que se presenta, puede observarse que los micro o pequeños empresarios consideran a las Franquicias como una opción más rentable que las de nueva creación, y por lo consiguiente, podemos observar que la mayor parte de los empresarios que conforman la muestra, y que en este caso, son considerados como el objeto de estudio, consideran más viable y rentable invertir en franquicias.

Como resultado general de este muestreo estadístico, puede concluirse que actualmente en la Ciudad de Uruapan, Mich, es más viable invertir en Franquicias, ya que se pueden vender productos o servicio con mayor facilidad por que son marcas reconocidas.

## CONCLUSIONES

El estudio preliminar de la presente tesis fue una base de información presentada a lo largo de una carrera profesional por lo cual estoy convencido de lo que estoy realizando de acuerdo a las expectativas y herramientas que me brindo la Universidad Don Vasco.

Los resultados obtenidos a lo largo de la investigación llevan a destacar las siguientes conclusiones:

1.- El análisis de la presente investigación tiene como finalidad conocer la diversidad del tema de las franquicias y los proyectos de inversión de nueva creación. Por lo que esta propuesta de investigación es una alternativa de inversión que tienen los microempresarios por invertir en nuevos proyectos que sean viables y atractivos por la utilidad que pueden generar.

2.- El proyecto de inversión es un documento guía para la toma de decisiones acerca de la creación de una futura empresa que muestra el diseño económico, comercial, técnico, organizacional, financiero y social de la misma. En caso de resultar viable el proyecto, éste documento se convierte en un plan que guía la realización de la futura empresa.

3.- La franquicia es un excelente modelo comercial para lograr la expansión de un negocio a través de la participación de terceros en la operación del mismo; como cualquier otro modelo comercial no es perfecto, la sugerencia es que se asesore con un especialista para lograr el éxito de su franquicia.

4.- Dentro de la investigación se aplicó un cuestionario en el que se destacan los aspectos más importantes:

- a) En la actualidad los empresarios prefieren invertir en franquicias que en proyectos de inversión de Nueva creación.
- b) Eligieron este sector ya que consideran que es más rentable debido a que es una empresa comercialmente probada.
- c) El giro de negocios al que se dedican actualmente los empresarios es el de servicios.
- d) Los empresarios prefieren invertir menos generando más
- e) Porque eligieron las franquicias porque son más seguras, rentables, autoempleables.

## BIBLIOGRAFÍA

- Autor: González Calvillo, Enrique. (1993). La experiencia de las franquicias. 1º Edición.
- Kotler, Phillips. (1995). Dirección de la Mercadotecnia. 7º edición.
- La Franquicia de la A a la Z. Manual para el Franquiciador y el Franquiciado. Autor: Mariano Alonso Editorial: LID (2003).
- La Franquicia Paso a Paso. Autor: Santiago Barbadillo. Editorial: Barbadillo Asociados. (1999).
- Práctica de la Franquicia. Autor: Enrique C. Díez de Castro y José Luis Galán González. Editorial: McGraw Hill. (1998).
- La Franquicia. Una Estrategia de Expansión. Autor: Jaume Rigol Gasset Editorial: Einia.
- Cómo Elegir un Negocio de Franquicia. Autor: Golden Square Services. Editorial: Deusto. (1990).
- La franquicia y su entorno. Autor: Josep Gajo Editorial: Libros de Iure (1999).
- El libro de la Franquicia. Autor: J.J. Flechoso Sierra. Editorial: Biblioteca Nueva. (1997).
- Cómo Elegir un Negocio en Franquicia. Autor: Víctor Molero Ayala. Editorial: Deusto. (1999).
- La franquicia. Autor: Team de Economistas DVE Editorial: Vecchi (1989).
- La Franquicia. Autor: Esperanza Gallego Sánchez Editorial: Trivium (1999).

- La franquicia internacional. La opción empresarial de los noventa.  
Autor: Modesto Bescós Torres Editorial: Banco Exterior. Servicio de Estudios Económicos.