



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

**FACULTAD DE ADMINISTRACIÓN, FINANZAS E
INFORMÁTICA**

PROCESO DE TITULACIÓN

ENERO – JUNIO 2017

EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO O DE FIN DE CARRERA

PRUEBA TEÓRICA

Ingeniería Comercial

PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE INGENIERA COMERCIAL

TEMA:

Factores que Afectan la Rentabilidad de la Franquicia Disensa “El Turco”

EGRESADO(A):

María Alexandra García Limones

TUTOR(A):

Econ. Diana Carolina Escobar Mayorga. MAE.

AÑO 2017

INTRODUCCIÓN

Al hablar de rentabilidad nos referimos al resultado del proceso de productividad. Si los resultados proyectados son positivos se genera utilidad y la empresa o negocio estaría cumpliendo con el objetivo; caso contrario si el resultado es negativo se generaría pérdidas por lo que habría la necesidad de revisar las estrategias de mercadeo para aumentar la demanda (Castaño & Jurado, 2016).

La rentabilidad se considera también como la retribución recibida por el capital invertido y puede ser representada en forma relativa o en forma absoluta. La empresa o negocio que genera ganancias del capital invertido, por ende es rentable y se encuentra satisfaciendo las necesidades de sus consumidores de manera más eficaz que la competencia.

Viviendo en un mundo completamente globalizado donde cada vez se crean nuevas formas de expansión en diferentes áreas la economía no se queda atrás y una de esas formas es a la que se denomina franquicia

Las franquicias no son más que negocios en camino a comercializar bienes o servicios, que tanto personas naturales o jurídicas confiere a otros por espacios de tiempos definidos el derecho de usar marcas o nombres ya consolidados en el mercado. (Barceló, 2013)

Las Franquicias son un formato de negocios dirigido a la comercialización de bienes y servicios, en la cual una persona -natural o jurídica- concede a otra por un tiempo determinado el derecho de usar una marca o nombre comercial. Además este sistema puede incluir la transmisión de conocimientos que sean útiles al momento de comercializar(Cabrero, 2014).

El desarrollo del trabajo de investigación es de gran interés porque a través de la información y resultados obtenidos se podrá buscar estrategias que serán de valor práctico y que permita aumentar el déficit rentable y sea beneficioso para la franquicia.

Además en la franquicia no se han realizado investigaciones similares por lo que el aporte de esta investigación será muy importante para el propietario de la misma quien pone todo de su parte para obtener buenos resultados en su negocio.

Para este trabajo se utilizó diferentes métodos y técnicas de investigación que permitieron recopilar información teórica y empírica, realizando investigación de campo y bibliográfica además de la implementación de técnicas como la observación y la entrevista que dan el soporte necesario para que esta trabajo tenga validez científica.

Todos los datos obtenidos en este trabajo no solo beneficiaran la franquicia “El Turco” y a su propietario sino que, además servirá como referencia para futuras investigaciones que estén encaminadas en el tema de la rentabilidad y las franquicias.

DESARROLLO

La franquicia DISENSA “El Turco” inició como un pequeño negocio de materiales de construcción en la parroquia Ricaurte del cantón Urdaneta, abriendo sus puertas el 6 de marzo del 2008, ofertando materiales básicos para construcción como varilla de hierro, cemento, planchas de zinc entre otros. En la actualidad la franquicia cuenta con 4 trabajadores legalmente contratados y asegurados, y prestan servicio a los clientes en sus demandas.

Vicente Karim Manssur Fernández propietario del negocio expresa que para aquel entonces en la localidad no existía mucha competencia y el negocio creció poco a poco, por lo tanto se plantea la meta de adquirir una franquicia, lo cual logró después de dos años de ofertar sus productos, aplicando estrategias de venta y “trabajando duro para lograrlo”.

Una vez obtenida la franquicia en este caso DISENSA, el negocio comenzó a crecer en el mercado local, además hubo otros flujos comerciales y marcas reconocidas a nivel nacional por ejemplo: se comenzó a ofertar el cemento HOLCIM que es líder en el mercado nacional y ocupa el primer lugar en el ranking de marcas de cemento.

Expresó además que una de las estrategias que ha utilizado desde el inicio del negocio, ha sido el servicio de transporte gratis por un valor estimado de la compra realizada por el cliente, ya sea fuera o dentro de la localidad. También cuenta con el servicio de venta en línea a través de la página web de DISENSA y las diferentes porciones

que ofrece el cemento HOLCIM como por ejemplo, “por la compra de determinada cantidad de producto recibes una rascadita donde puedes ganar diferentes premios”.

Massur manifiesta que la rentabilidad del negocio se ha visto afectada desde hace varios años en los meses de enero a mayo, por lo tanto se hará referencia a la definición de rentabilidad, bajo los conceptos de diferentes autores.

Hacer referencia sobre **rentabilidad** es hablar de beneficio, lucro, utilidad o ganancia que obtienen un recurso o inversión. En el mundo financiero se conoce también como los dividendos percibidos de un capital invertido en un negocio o empresa. Todo inversionista que preste dinero, compre acciones, títulos valores, o decida crear su propio negocio, lo hace con la expectativa de acrecentar su capital, lo cual sólo es viable mediante la ganancia o rentabilidad originada por su valor invertido(Roig, 2014).

Básicamente existen dos tipos de inversión: la de rentabilidad fija o la de rentabilidad variable

La rentabilidad fija, es la que se pacta al hacer la inversión como son los bonos, títulos de deuda, entre otros. Este tipo de inversiones aseguran al inversionista una rentabilidad aunque no siempre es alta (Alberca Ludeña & Rodríguez León, 2012).

La rentabilidad variable es propia de las acciones, activos fijos, etc. En este tipo de inversiones la rentabilidad depende de la gestión que realicen el o los encargados de su administración. En el caso de las acciones, según sea la ganancia de la empresa, así mismo será el monto de los intereses a distribuir (Alberca Ludeña & Rodríguez León, 2012).

La rentabilidad adquiere la misma ruta que la transformación de datos en planes de acción por parte de los mercadólogos. El contexto: 1) es tasar lo que se mide y cómo se mide. 2) es condensar los números y las medidas no claras en algo breve y útil. 3) es establecer análisis de objetivos y un reporte central para calcular el desempeño y ayudar a fijar la forma de ir hacia delante (Castro, Castro, & Martínez, 2014).

Por otro lado hablando de **franquicias** se considera que es un convenio entre el franquiciador o franquiciante y el destinatario o franquiciado, por virtud del cual el primero cede al segundo la explotación de los derechos de uso de un nombre o marca ya establecido (Córdoba, 2013).

Hay indicadores que deben tomar en cuenta al momento de adquirir una franquicia como son:

Flujo de Negocio: no muestra la rentabilidad de la inversión, pero se debe considerar al momento de iniciar el negocio y mucho más si se han invertido los ahorros de toda una vida en adquirir la franquicia (Mullins & Komisar, 2012).

Cuota de franquicia: también de debe considerar que parte de las ganancias obtenidas están destinadas al franquiciador, y se paga mensualmente por la licencia de explotar el negocio(Longenecker, 2012).

Estacionalidad del negocio: por la naturaleza y utilidad de los productos o servicios que ofrecen, tienen carácter estacional. Es decir, los ingresos se originan en una determinada época del año, por lo que hay que ajustar las estimaciones a ese período(REYES, 2015).

Análisis de los diferentes conceptos.

El análisis de **rentabilidad** es de importancia porque es el objeto al que se va a enfrentar toda empresa o negocio, fundamentados unos en la rentabilidad o beneficio, otros en el crecimiento, la estabilidad, incluso los servicios prestados, en todo análisis realizado a una empresa o negocio, el foco de la discusión tiende a ser en la polaridad entre rentabilidad y seguridad o solvencia que son las principales variables de toda actividad económica.

Es decir, las metas económicas de toda actividad empresarial son la rentabilidad y la seguridad, habitualmente objetivos antepuestos, debido a que la rentabilidad, de alguna manera, retribuye al riesgo y por consecuencia, la inversión más segura no siempre es la más rentable. Por lo tanto se considera que el fin de la solvencia de una empresa o negocio,

está estrechamente ligado a la rentabilidad, es por eso que la continuidad de una empresa es necesario tener como requisito la rentabilidad.

Al referirnos a **rentabilidad fija y variable** estamos hablando de dos conceptos que necesariamente deben estar claros si se quiera aprender a invertir de manera correcta cualquier capital.

Por su parte la **rentabilidad fija** se da cuando de antemano se conoce el flujo de la rentabilidad que se van a generar de la inversión.

Entre las inversiones de rentabilidad fija podemos mencionar a: los activos financieros o títulos valores tales como los bonos, las obligaciones, las letras, y los pagarés; los bienes raíces en alquiler, y los sistemas de ahorros tales como los depósitos a plazo y las cuentas de ahorro.

Por lo tanto la renta fija genera menos rentabilidad que las inversiones de renta variable, pero muestran un riesgo menor; es por eso que estas inversiones generalmente son a largo plazo.

Por otro lado, la **renta variable** se da cuando no se conoce de antemano cuáles va ser los flujos de renta que generará la inversión, y esto dependerá de factores tales como el desempeño de una empresa, el comportamiento del mercado, la evolución de la economía, entre otros.

Entre las inversiones de renta variable tenemos a las acciones, las participaciones en fondos de inversión, los bonos y obligaciones convertibles. Este tipo de inversiones generan mayor rentabilidad que las inversiones de renta fija, pero presentan mayor riesgo. Por lo general, estas inversiones se efectúan a corto o mediano plazo.

Una **franquicia** no es más que un sistema que permita comercializar bienes y/o servicios y da al empresario la posibilidad de tener mejores ingresos utilizando marcas ya conocidas en el mercado, siendo este un muy factible para que una empresa logre su expansión.

Cabe recalcar que se reduce el riesgo en incursionar en un nuevo negocio siendo propietario de uno ya conocido y que ha tenido buenos resultados, permite al empresario ingresar a la economía de escala lo que representa una inversión rentable, considerando también que se debe pagar el derecho de entrada y regalías correspondiente, se debe apegar la normas y directrices de la franquicia lo que implica limitaciones para el franquiciado porque dependerá siempre del franquiciador.

La estacionalidad de ventas dentro de una franquicia nos permite ver los picos que posteriormente se utilizaran como soporte para realizar la estacionalidad del capital circulante, como también la necesidad o disponibilidad de financiación durante el proceso. La alta o baja estacionalidad requiere una planificación adecuada en estrategias de venta;

una empresa conoce perfectamente su negocio y tiene la capacidad de explicar sus picos estacionales que puedan repetirse de manera recurrente.

Metodología de la investigación.

La información que contiene este trabajo se obtuvo mediante investigación de campo y bibliográfica; además de utilizar técnica como la observación y la entrevista que arrojaron datos validos que permitan dar soporte a este trabajo.

Tipo de investigación:

De campo: porque se realizará en el lugar donde se suscita la problemática en este caso la franquicia DISENSA “El turco”.

Bibliográfica: porque se elige información de libros, artículos, publicaciones correspondiente al tema

Técnicas:

Observación: esta técnica permite explorar de forma directa hechos y/o fenómenos que se presentan y cuyo propósito es recopilar datos de forma sistemática (Morosini & Enrique, 2013).

Entrevistas: como técnica que permite la recolección de información consiste en la conversación entre dos o más entes, donde el entrevistador se ayuda hace preguntas llevando un esquema o pautas sobre la problemática tratar(Ramos, 2012).

Factores que influyen en la rentabilidad.

- El estado de recesión que presenta el país conlleva a que la sociedad dejen de gastar y se disminuya el consumo.
- La implementación de nuevos impuestos por parte del estado hace que ciertos productos aumenten su valor y por consiguiente baje su demanda.
- La etapa invernal que se presenta en el primer trimestre de cada año hace que la demanda en materiales de construcción baje debido a las constantes lluvias.
- La actividad agrícola también disminuye en el primer trimestre de cada año siendo esta el principal motor económico de la localidad y por ende la demanda disminuye en todo los sectores.

Cálculo de la rentabilidad

Tener conocimiento de la rentabilidad de una inversión nos permite estar al tanto de qué tan bueno ha sido el desempeño de la inversión o, en caso de tratarse de una rentabilidad brindada, saber qué tan atrayente es (Alberca Ludeña & Rodríguez León, 2012).

La fórmula para hallar la rentabilidad de una inversión es:

$$\text{Rentabilidad} = (\text{Ganancia} / \text{Inversión}) \times 100$$

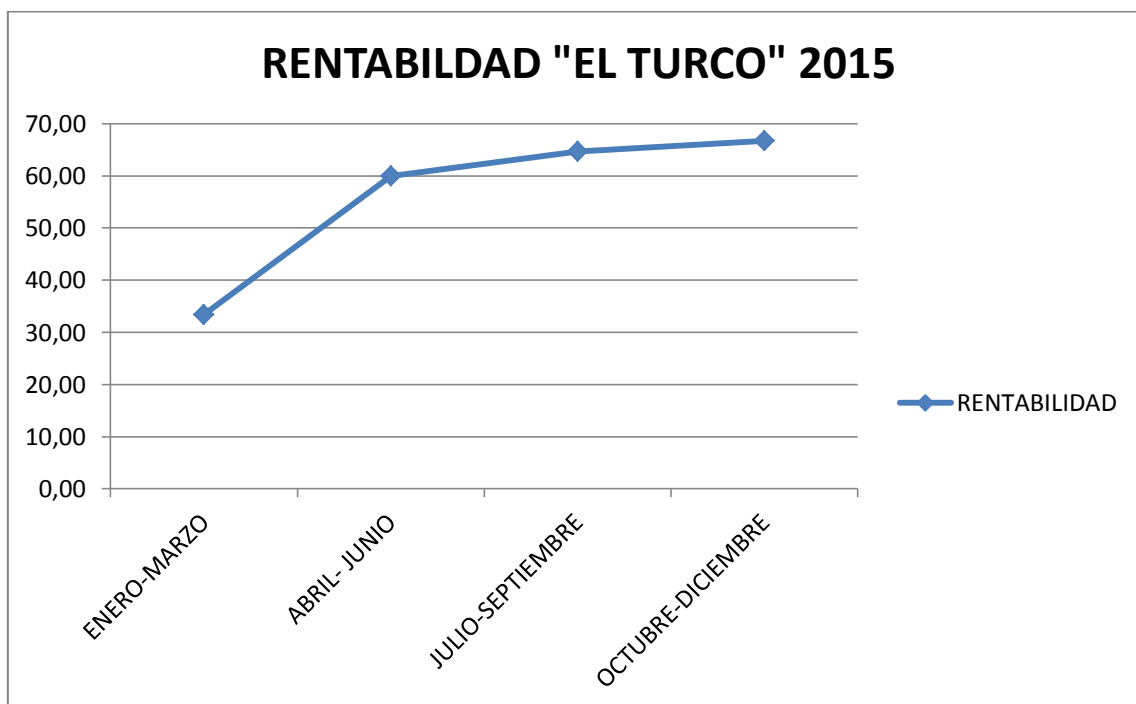
En el caso de un negocio, para hacer los cálculos de rentabilidad se debe considerar la inversión del negocio y el lucro que ha generado, la cual estará provista por las utilidades (Vázquez et al., 2014).

La franquicia DISENSA “El Turco” presenta los siguientes datos de rentabilidad trimestrales de los años 2015 y 2016.

AÑO	MESES	GANANCIA	INVERSION	RENTABILIDAD
2015	ENERO-MARZO	25000	75000	33,33
	ABRIL- JUNIO	45000	75000	60
	JULIO-SEPTIEMBRE	48500	75000	64,67
	OCTUBRE-DICIEMBRE	50000	75000	66,67

Elaborado: María Alexandra García Limones

Fuente: Franquicia DISENSA “El Turco”



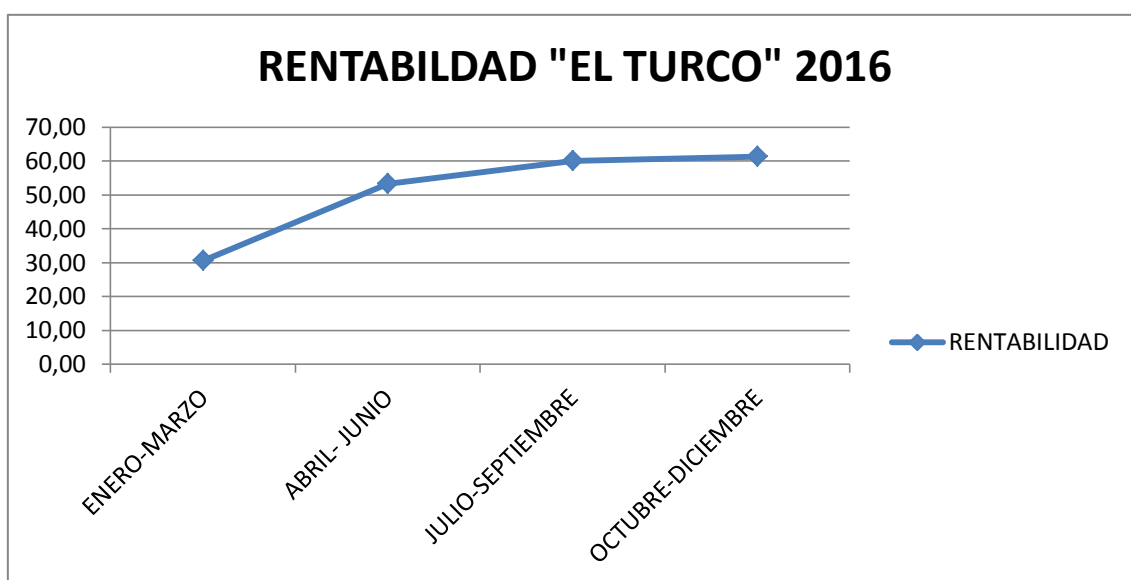
Elaborado: María Alexandra García Limones

Fuente: Franquicia DISENSA “El Turco”

AÑO	MESES	GANANCIA	INVERSION	RENTABILIDAD
2016	ENERO-MARZO	23000	75000	30,67
	ABRIL- JUNIO	40000	75000	53,33
	JULIO-SEPTIEMBRE	45000	75000	60,00
	OCTUBRE-DICIEMBRE	46000	75000	61,33

Elaborado: María Alexandra García Limones

Fuente: Franquicia DISENSA "El Turco"



Elaborado: María Alexandra García Limones

Fuente: Franquicia DISENSA "El Turco"

Análisis: en las tablas y gráficos de rentabilidad de los años 2015 y 2016 respectivamente se observa que en el primer trimestre de cada año decrece la rentabilidad a la mitad en comparación del último trimestre, teniendo una rentabilidad de 33,33% en enero a marzo y un 66,67% en octubre a diciembre del 2015 y en el 2016 30,67 de enero a marzo y 61,33 de octubre a diciembre corroborando que existe una rentabilidad estacionaria; además entre los años 2015 y 2016 se ve disminuida la rentabilidad de cada trimestre y se podría decir que es debido a la recesión económica que atraviesa el país por lo tanto es notable la disminución del consumo.

Conclusiones

Luego del análisis de toda la información obtenida a través de los diferentes métodos y técnicas se puede concluir que:

- En el primer trimestre de cada año las ventas bajan afectando la rentabilidad en un 50 % en comparación al último trimestre debido a diferentes factores entre ellos; la etapa invernal que debido a las constantes lluvias que se presentan en este trimestre hace que la principal actividad que genera ventas en la franquicia disminuya.
- Además esta etapa también afecta el área agrícola, principal motor comercial de la zona, y esto implica que los clientes que viven del agro dejen comprar productos para la construcción.
- Por otro lado la implantación de impuestos que el estado colocó a algunos productos género que su valor subiera y los clientes dejen de consumirlos a esto también se incluye la recesión económica que está pasando el país generando que la dinámica comercial se estanque afectando la rentabilidad no solo en la franquicia DISENSA “El Turco” sino en todas actividades comerciales.

Bibliografía

Alberca Ludeña, J. E., & Rodríguez León, G. A. (2012). Incremento de rentabilidad en la empresa El Carrete. Recuperado a partir de

<http://www.dspace.uce.edu.ec/handle/25000/825>

Barceló, E. (2013). *Las franquicias como estrategia de expansión y crecimiento:*

Agronegocios. Editorial Académica Española.

Cabrero, C. B. (2014). *Las franquicias y su implementación: aplicación de las*

relaciones públicas en la franquicia corporativa y el franquiciado. Furtwangen.

Castaño, J. J., & Jurado, S. (2016). *Venta Técnica Ed.2016*. Editex.

Castro, A. M., Castro, J. A. M., & Martínez, F. R. A. (2014). *Administración*

Financiera. Grupo Editorial Patria.

Córdoba, Á. (2013). *La gestión de personas en los servicios financieros*. Ediciones Díaz

de Santos.

Longenecker, J. G. (2012). *Administración de Pequeñas Empresas*. Cengage Learning

Editores.

Morosini, & Enrique. (2013). *Nociones metodológicas para el diseño de encuestas*

sociales por muestreo.

Mullins, J., & Komisar, R. (2012). *Mejorando el modelo de negocio: Cómo transformar*

su modelo de negocio en un plan B viable. Profit Editorial.

Ramos, C. (2012). *La entrevista como instrumento de investigación*. Recuperado a partir de <https://es.slideshare.net/carmenramose/la-entrevista-como-instrumento-de-investigacin>

REYES, L. Y. E. R. (2015). *SBMAGAZINE AGOSTO 2015: REVISTA DE FINANZAS Y ESTRATEGIA PYME*. Yéssica Ethel Rosas Reyes.

Roig, E. A. (2014). *Apuntes de gestión productos y servicios financieros: Introducción a los servicios y productos financieros*. Emilio Arroyo Roig.

Vázquez, M. C., Allén, J. M., Alons0, E. J. M., Torres, M. F. G. D., Díaz, B. D., Ruiz, I. F., ... Olalla, M. G. (2014). *Manual del asesor financiero*. Ediciones Paraninfo, S.A.

Anexos

Preguntas de entrevista al dueño de la franquicia DISENSA “El Turco”

1. ¿Hace qué tiempo abrió su negocio de materiales de construcción?
2. ¿Con cuántos empleados cuenta en su negocio?
3. ¿Cuándo abrió su negocio había competencia?
4. ¿Cuál era su meta cuando comenzó su negocio?
5. ¿Después de qué tiempo lo consiguió?
6. Una vez obtenido su objetivo, ¿Qué pasó con su negocio?
7. ¿Qué estrategias ha utilizado para mejorar su negocio?
8. ¿Qué es lo que más se ve afectado en su negocio?
9. ¿En qué época es notoria esa afectación?
10. ¿A qué cree que se deba?

