

**CONFORMACIÓN DE MICROFRANQUICIAS INNOVADORAS DIRIGIDAS A
LOS MICROEMPRESARIOS DEL MUNICIPIO DE IPIALES.**

**DIANA CRISTINA AREVALO FIGUEROA
CLAUDIA VANESSA RUANO ORTEGA**

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO EN IDENTIFICACIÓN, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE
PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA EN METODOLOGÍA GENERAL
AJUSTADA (MGA)
SAN JUAN DE PASTO
2014**

**CONFORMACIÓN DE MICROFRANQUICIAS INNOVADORAS DIRIGIDAS A
LOS MICROEMPRESARIOS DEL MUNICIPIO DE IPIALES.**

Trabajo Presentado Para Optar el Título de Administrador De Empresas.

**DIANA CRISTINA AREVALO FIGUEROA
CLAUDIA VANESSA RUANO ORTEGA**

Asesor:

**UNIVERSIDAD DE NARIÑO
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS
PROGRAMA ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
DIPLOMADO EN IDENTIFICACIÓN, PREPARACIÓN Y EVALUACIÓN DE
PROYECTOS DE INVERSIÓN PÚBLICA EN METODOLOGÍA GENERAL
AJUSTADA (MGA)
SAN JUAN DE PASTO
2014**

NOTA DE RESPONSABILIDAD

"Las ideas y conclusiones aportadas en el trabajo son responsabilidad exclusiva de sus autores.

Artículo 1 de acuerdo No. 324 de Octubre 11 de 1966 emanada del Honorable Consejo Directivo de la Universidad de Nariño."

NOTA DE ACEPTACIÓN

Codirector

Jurado

Jurado

San Juan De Pasto, Marzo 2014

AGRADECIMIENTO

A la Universidad de Nariño, porque en sus aulas, recibimos el conocimiento intelectual y humano para formar personas con una visión y misión en el mundo.

A nuestro Asesor Víctor Pantoja por su colaboración en la realización de este proyecto.

DEDICATORIA

A DIOS, por haberme acompañado a lo largo de mi carrera, por ser mi fortaleza en los momentos de debilidad y por brindarme una vida llena de aprendizajes, experiencias y sobretodo de felicidad.

A mi madre Hilda Figueroa, por haberme apoyado en todo momento, por sus consejos, sus valores, por la motivación constante que me ha permitido ser una persona de bien, y sobre todo por su amor incondicional.

A mi padre Luis Arévalo, por los ejemplos de perseverancia y constancia que lo caracterizan y que me ha infundado siempre, por el valor mostrado para salir adelante y por su profundo amor.

A mis hermanos Daniel, Paola y Ana Elizabeth, quienes sirvieron de guía para la realización de mis sueños, se convirtieron en mi apoyo y en un ejemplo de vida y superación.

A familiares y amigos quienes participaron directa e indirectamente en la realización de mi meta.

CRISTINA ARÉVALO.

DEDICATORIA

A Dios, verdadera fuente de amor y sabiduría.

A mi padre: José Ruano, porque gracias a él sé que la responsabilidad se la debe vivir como un compromiso de dedicación y esfuerzo para llegar al éxito.

A mi madre: Gladys Ortega, cuyo vivir me ha mostrado que en el camino hacia la meta se necesita de la dulce fortaleza para aceptar las derrotas y del sutil coraje para derribarlas, sus consejos que me ayudaron a tomar decisiones en el camino de la mi vida.

A mis hermanos: Jimmy Ortega, Yordany Ruano, Yeison Ruano, por sus incondicionales abrazos y sonrisas que me motivan y son la inspiración de lograr nuevos sueños.

A mis familiares, amigos y a quienes se sumaron a mi vida para hacerme compañía con sus sonrisas de ánimo, con experiencias gratas, que dibujo en la memoria con suaves pinceladas.

A Edgar Vallejo por ser la persona que me acompaño por mucho tiempo en la realización de mis sueños, que me ofreció su amor y apoyo en mis batallas.

VANESSA RUANO

RESUMEN

El sector empresarial en el Municipio de Ipiales requiere de nuevas estrategias para lograr un mayor desarrollo regional, y una de esas estrategias es la micro franquicia, el cual es un novedoso modelo de negocio que promete generar mejoras en las condiciones de vida de los Ipialeños, obteniendo oportunidades tanto económicas como sociales, quienes al optar por el modelo de microfranquicias pueden manejar negocios exitosos sin tener la necesidad de tener un gran espíritu emprendedor o habilidades técnicas, ya que este modelo empresarial le sirve de guía para aprender y obtener la mejor experiencia. Además el municipio de Ipiales, puede desarrollar redes de microfranquicias que sean accesibles para los microempresarios y emprendedores con recursos limitados y que cuenten con adecuados sistemas de soporte, ya que esta experiencia le proporcionaría al microempresario grandes beneficios, minimizara los riesgos y dinamiza la estructura productiva de la región.

Por último la formulación del presente proyecto, tiene como principal componente realizar una propuesta para fomentar las microfranquicias como alternativas de desarrollo empresarial en el municipio de Ipiales, en el cual serán beneficiarios los microempresarios quienes reemplazaran sus tradicionales negocios por empresas ya consolidados en el país, contribuyendo así a la expansión de la economía y la generación de ingresos para esta población.

ABSTRACT

The business sector in the Municipality of Ipiales requires new strategies for greater regional development , and one of those strategies is the micro franchise, which is a new business model that promises to generate improvements in the lives of Ipialeños , obtaining both economic opportunities and social, who opt for the model can handle microfranchises successful business without having the need to have an entrepreneurial spirit and technical skills , as this business model serves as a guide to learn and get the best experience. Also the town of Ipiales, can develop networks that are accessible to microfranchises microentrepreneurs and entrepreneurs with limited resources and with adequate support systems as this experience will provide great benefits microentrepreneurs , minimize risks and streamlines the production structure region .

Finally the development of this project , its main component to make a proposal to encourage alternatives microfranchising business development in the town of Ipiales , which will benefit microentrepreneurs who replace their traditional business by already established companies in the country , contributing to the expansion of the economy and income generation for this population.

CONTENIDO

	Pág.
INTRODUCCIÓN	15
1. CAPITULO I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO	16
1.1 CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LA POLÍTICA PÚBLICA	16
1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA	19
1.3 ANALISIS DE PARTICIPANTES	28
1.4 OBJETIVO	33
1.5 ALTERNATIVA ESCOGIDA.....	35
2. CAPITULO II. PREPARACIÓN DEL PROYECTO	38
2.1. ESTUDIO DE MERCADOS	38
2.1.1. Estimación de la Demanda	39
2.1.2. Estimación de la Oferta.....	40
2.1.3. Determinación del Mercado Potencial de las Franquicias.....	41
2.1.4. Análisis Del Sector	44
2.1.5. Categoría de Las Microfranquicias	51
2.1.6. Determinación del Mercado Meta De Las Microfranquicias	51
2.2. BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROYECTO.....	52
2.2.1. Beneficios	52
2.3 ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO	54
2.3.1. Estimación del Tamaño del Proyecto.....	54
2.3.2 Localización del proyecto.....	54
2.3.3 Aspectos administrativos y legales	55
2.3.4 Ingeniería del proyecto	57
3. CAPITULO III EVALUACION EX - ANTE DEL PROYECTO.....	58
3.1 EVALUACION FINANCIERA	58
3.1.1 Flujo de caja.....	58

3.2 Evaluación ECONÓMICA	59
3.2.1 Flujo de fondos económico	59
3.2.2 Resultados indicadores económicos.....	60
CONCLUSIONES	61
RECOMENDACIONES	62
BIBLIOGRAFÍA	63
ANEXOS	64

LISTA DE TABLAS

	Pág.
Tabla 1. Selección de la tabla alternativa	36
Tabla 2. Estimación de la Demanda (2014-2016).....	39
Tabla 3. Estimación de la Oferta (2014-2016)	40
Tabla 4. Franquicias en Colombia.	46

LISTA DE GRAFICOS

	Pág.
Gráfico 1.Árbol de problemas	26
Gráfico 2. Árbol de objetivos	34
Gráfico 3. Estimación de la demanda.	40
Gráfico 4. Oferta	41

LISTA DE ANEXOS

	Pág.
Anexo A. Matriz de participación.....	65
Anexo B. Matriz marco lógico de fomento de las microfranquicias dirigidas a los microempresarios del municipio de Ipiales	66
Anexo C. Actividades.....	67

PROYECTO: CONFORMACION DE MICROFRANQUICIAS INNOVADORAS DIRIGIDAS A LOS MICROEMPRESARIOS DEL MUNICIPIO DE IPIALES.

INTRODUCCIÓN

El sector empresarial en el Municipio de Ipiales requiere de nuevas estrategias para lograr un mayor desarrollo regional, y una de esas estrategias es la micro franquicia, el cual es un novedoso modelo de negocio que promete generar mejoras en las condiciones de vida de los Ipialeños, obteniendo oportunidades tanto económicas como sociales, quienes al optar por el modelo de microfranquicias pueden manejar negocios exitosos sin tener la necesidad de tener un gran espíritu emprendedor o habilidades técnicas, ya que este modelo empresarial le sirve de guía para aprender y obtener la mejor experiencia. Además el municipio de Ipiales, puede desarrollar redes de microfranquicias que sean accesibles para los microempresarios y emprendedores con recursos limitados y que cuenten con adecuados sistemas de soporte, ya que esta experiencia le proporcionaría al microempresario grandes beneficios, minimizara los riesgos y dinamiza la estructura productiva de la región.

El proyecto es innovador dado que en la actualidad existen pocas redes de microfranquicias y el potencial de réplica en otras regiones del país es muy alto. Se espera que la metodología desarrollada tenga un alcance nacional y pueda ser utilizada por otros municipios y estados del país mediante la participación las entidades públicas y entidades nacionales de capacitación.

Por último la formulación del presente proyecto, tiene como principal componente realizar una propuesta para fomentar las microfranquicias como alternativas de desarrollo empresarial en el municipio de Ipiales, en el cual serán beneficiarios los microempresarios quienes reemplazaran sus tradicionales negocios por empresas ya consolidados en el país, contribuyendo así a la expansión de la economía y la generación de ingresos para esta población.

1. CAPITULO I. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Para la Identificación del Problema se utilizó la Metodología De Marco Lógico, que consta de diferentes etapas: análisis de la participación, análisis de problemas, análisis de objetivos, análisis de alternativas y se resumen la información en la Matriz de Planificación del proyecto.

1.1 CONTRIBUCIÓN DEL PROYECTO A LA POLÍTICA PÚBLICA

- Contribución al Plan Nacional de Desarrollo

De acuerdo al Plan Nacional de Desarrollo 2010 – 2014, “Prosperidad para todos, más empleo menos pobreza y más seguridad” busca lograr el crecimiento económico como uno de los requisitos fundamental el mismo el cual lo dice en el capítulo III “Crecimiento sostenible y competitividad”.

Entre 2004 y 2007, la economía Colombiana creció a las tasas más altas de las últimas tres décadas. Este período de auge, impulsado especialmente por la inversión local y extranjera y por el dinamismo de las exportaciones, se vio súbitamente interrumpido por una profunda crisis internacional que comenzó como un desajuste en los sistemas financieros de los países desarrollados, pero que rápidamente permeó al sector real y se propagó hacia el resto del mundo. Colombia, a pesar de ser una de las economías de la región mejor equipadas para enfrentar la crisis, no se libró de sus consecuencias y su crecimiento económico rápidamente pasó de cifras cercanas o superiores a 7% anual, a bordear el terreno negativo a finales de 2008 y principios de 2009.

“Desde el año 2009, la economía colombiana ha iniciado una etapa de recuperación, con un repunte en la inversión local y extranjera y en los flujos de comercio exterior, y con un crecimiento económico positivo que próximamente se espera alcance y supere el 5% anual. El objetivo ahora es definir los lineamientos necesarios para que este crecimiento económico continúe al alza, sea sostenido en el tiempo, y así mismo sea sostenible social y ambientalmente”¹.

¹ PLAN NACIONAL DE DESARROLLO “Prosperidad para todos” p.7

Uno de los pilares fundamentales según el plan de desarrollo para alcanzar los objetivos del crecimiento económico sostenible es la innovación para la prosperidad donde más que desarrollar estrategias para generar innovación en el aparato productivo, se requiere impregnar una cultura de innovación y emprendimiento en todas las esferas del Estado incluyendo, por supuesto, el sector empresarial, las universidades, y la sociedad civil.

“La innovación constituye el mecanismo óptimo para garantizar la sostenibilidad del crecimiento y la competitividad del país en el largo plazo. Innovar no sólo significa desarrollar nuevos productos y transformar los productos existentes. Consiste en crear nuevas formas de organizar, gestionar, producir, entregar, comercializar, vender y relacionarse con clientes y proveedores; logrando, en última instancia, generar valor agregado a través de toda la cadena productiva”².

Cuando se habla de emprendimiento empresarial es importante “Integrar las necesidades regionales de emprendimiento en las Comisiones Regionales de Competitividad a través de las Redes Regionales de emprendimiento”³.

- Contribución al Plan Departamental de Desarrollo Nariño mejor.

Con base el Plan de Desarrollo Departamental 2012 – 2015 “Nariño Mejor”, se establece como estrategia Nariño productivo y competitivo, donde el “mejorar las condiciones de vida de los y las nariñenses implica adoptar un conjunto de políticas, estrategias y medidas que dinamicen la capacidad productiva de cada una de las subregiones del Departamento y posibiliten aprovechar, de manera más eficiente el inmenso potencial que posee Nariño”⁴.

² PLAN NACIONAL DE DESARROLLO. “Prosperidad para todos” p.7

³ Ibíd. p.8

⁴ PLAN DEPARTAMENTAL DE DESARROLLO. “Nariño mejor” p.163

En su programa desarrollo productivo.

“Se fomentará y gestionará la aplicación a recursos de convocatorias nacionales e internacionales para la transformación productiva, y la formalización empresarial, emprendimiento, y promoción del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas. De igual forma, se promoverá el acceso a fuentes de financiamiento de la banca de Segundo piso a nivel nacional para los productores del Departamento”⁵.

- Contribución al plan municipal Todos por Ipiales.

Con base el Plan de Desarrollo Municipal 2012 – 2015 “Todos por Ipiales”, se establece como estrategia “Dimensión económica y desarrollo fronterizo permitirán generar competitividad, la generación de ingresos y empleo y el aprovechamiento de ventajas comparativas de localización, en los microempresarios del municipio de Ipiales.

El mundo de hoy plantea nuevos retos y de ahí la importancia del fortalecimiento del desarrollo local y fronterizo propiciando espacios donde se consolide la identidad Ipialeña, el respeto por las costumbres y tradiciones propias de las comunidades presentes, se potencialice la creatividad, el emprendimiento, el liderazgo y las alianzas estratégicas, “sin desconocer las nuevas tendencias e innovaciones tecnológicas, es decir reconociendo al ser Humano como un ser integral”⁶.

En el numeral 2. Sector empleo.

“Ipiales en el año 2015 será un Municipio donde se promueva las oportunidades de emprendimiento, facilitando el asentamiento de empresas, promoviendo la Generación de Empleo de Calidad y de Ingresos, consolidando espacios de desarrollo fronterizo, potenciando las ventajas y recursos disponibles hacia la competitividad y con la capacidad de insertarnos en la Globalización”⁷.

⁵ Ibíd. p.167

⁶ PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO. “Todos por Ipiales.” p.75

⁷ Ibíd. p.81

- La Micro franquicia en el Departamento de Nariño

La iniciativa de las Micro franquicias se focaliza con base en el estudio del plan estratégico Departamental de ciencia, tecnología e innovación de Nariño. Dentro del estudio se priorizan sectores para una transformación productiva.

A nivel del Departamento de Nariño las apuestas productivas están representadas en 15 apuestas productivas

1.2 IDENTIFICACIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente encontramos que se encuentran 8.361 empresas registradas en la Cámara de Comercio del municipio de Ipiales, entre medianas, pequeñas y grandes empresas, pero existen fallas dentro del sector empresarial, uno de ellos es el bajo espíritu empresarial, donde las personas no se motivan a crear empresas innovadoras en el mercado, ese bajo espíritu empresarial dificulta mucho crear nuevas posibilidades para salir adelante y se crean nuevos empleos que beneficie a la comunidad en general.

Pese al bajo espíritu empresarial, existen personas que desean crear empresa pero tiene un bajo capital, el cual no puede suplir las necesidades con las que se incurre en una empresa, aunque en la actualidad existen instituciones que pueden financiar a empresas, la creación de estos proyectos son escasos y muy pocos invierten sus capacidades en la creación de estos proyectos que podrían solucionar muchos de los problemas de los empresarios.

En Nariño y en el municipio de Ipiales las pocas ganas de crear empresa también se deben a que muchas de estas no prosperan y dejan una gran incertidumbre, aun después de realizar estudios de mercado y otros, las empresas no emergen en el mercado y por ello se van al fracaso, no podemos generalizar las causas de ello, pero en el municipio no se ve el consumo por lo propio, sino que las personas prefieren marcas reconocidas que ya llevan gran trayectoria en el mercado y están en los primeros lugares de las mentes de los consumidores.

Existe un arraigo cultural donde se desea trabajar y obtener ingresos, ser empleado mas no empleador, esto ha transcurrido a través de los tiempos y la generación de empresas se ve afectado por este motivo, aun después de una globalización la mentalidad de la población tiene bloqueos mentales para el cambio empresarial.

La informalidad del sector empresarial, nace, crece y se va reproduciendo rápidamente al no tener mejores oportunidades las personas buscan el ingreso para el sostenimiento de sus familias, esto es preocupante y genera conflictos sociales que a lo largo hacen que la población no pueda progresar y se quede estancada, el reflejo de ello es el bajo desarrollo del municipio, aún falta mucho para que se genere un verdadero desarrollo donde no se vea invisible a este importante lugar fronterizo. Las micro franquicias son poco conocidas por los empresarios y la población en general, por ello se observa que tan solo existen 1 franquicias en el municipio de Ipiales, que es SERVIENTREGA, no existen micro franquicias y es preocupante esta situación, no se aprovecha esta innovadora idea donde se genera empleo y mejores bases empresariales, para solventar las necesidades que en este se observan,

- Situación problemática actual

“En Ipiales más del 70%”⁸ de la población se encuentra en el área urbana, el 51% corresponden a mujeres y el 49% a Hombres.

“Según estudio socioeconómico de la Cámara de Comercio para 2011 el 51,8% de personas se encuentran empleadas, los trabajadores independientes representan el 21.6%, el subempleo 1.9% (ya sea por horas, competencias o salario), el 1.5% se encuentra inactivo (jubilados y personas de la tercera edad)”⁹.

“La mayor parte de las familias se componen entre 4 y 8 personas, el 70% de los trabajadores viven con un salario por debajo de \$1.000.000 de pesos cerca del 50% perciben ingresos mensuales inferiores a \$500.000 pesos; esto debido a la existencia de negocios con una baja productividad y competitividad, y la existencia de un alto porcentaje de desempleo (23.2%), Para el departamento fue del 22.25 % y para la capital la tasa de desempleo reportada por el DANE fue del 14%, y otros estudios de la Universidad de Nariño la cuantifican en el 22.1%, es decir, la Tasa de desempleo de Ipiales se encuentra cercana la realidad regional.”¹⁰

⁸ PROYECCIÓN DANE. Pob. Total 129.362, cabecera 91.071, resto 38. 291, mujeres 65. 812 y hombres 63.550

⁹ CÁMARA DE COMERCIO. Estudio socioeconómico de Ipiales 2011.

¹⁰ USAID, FUPAD. Plan de Fortalecimiento del Enganche laboral y Emprendimiento para el Municipio de Ipiales (Nariño).Ministerio de trabajo, enero de 2012.

En el 1.5% los hogares en estratos 1 y 2 parte de los ingresos provienen de infantes que dejan de estudiar por entrar en el mercado laboral, donde los ingresos son menores y por ende, en algunos casos, utilizan a sus niños para la práctica de mendicidad. (Estudio Socioeconómico De Ipiales 2011-Camara de Comercio).

“Este es uno de los tantos problemas a los cuales son susceptibles los niños, niñas y adolescentes por ello en el Plan se desarrollan unos objetivos en correspondencia con las políticas y programas nacionales, departamentales importantes también para las autoridades locales, siendo responsabilidad conjunta de coordinación interinstitucional, es una población priorizada, que se trabaja en la Dimensión Social.”¹¹

Entre las actividades económicas se encuentran la agricultura, la ganadería, el comercio y con un gran potencial el turismo. El comercio al por mayor y menor se destaca como una de las actividades más representativas; reparación de vehículos automotores y motocicletas con un 50.28%, predomina la micro 66% y pequeña empresa, del total de unidades productivas existentes el 59.70% ocupan una persona y el 29.70% ocupan entre 2a 5 empleados. Más del 45% de las empresas informales nacen de la necesidad de conseguir trabajo.

Estos datos permiten evidenciar no solo una problemática local sino que afecta al País, en zonas como las fronteras, se evidencia aún más por la falta de políticas claras, que hace que se generen otras dinámicas como el paso ilegal de mercancías, que repercuten en los ingresos de sus habitantes y que directa e indirectamente se refleja en diversos aspectos sociales, culturales entre otros del ser humano. Además se evidencia otros problemas relacionado con emprendimiento que se refiere a que las mayorías de los pobres no tienen lo que se necesita para ser un empresario, para iniciar un negocio desde cero y luego expandirlo. Junto con altas tasas de interés y la recuperación forzosa del préstamo, el modelo de micro finanzas en realidad tiene sus limitaciones. “Hay evidencia que sugiere que el espíritu empresarial es un factor clave para el desarrollo económico y una de las herramientas más recientes para fomentar el espíritu empresarial son las microfranquicias.”¹² El objetivo principal de las microfranquicias es promover el desarrollo económico mediante el desarrollo de modelos de negocio sólidos, como una herramienta de alivio de la pobreza.

¹¹ VESGA. Rafael, “Emprendimiento E Innovación En Colombia: ¿Qué Nos Está Haciendo Falta?”, (Edición 2012), p. 38.

¹² BIBLIOTECA VIRTUAL, Estudios, Disponible en: https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/article/view/65/html. Citado el 06 de Diciembre de 2013)

- **Formulación del problema**

El fomento de micro franquicia en el municipio de Ipiales es casi nulo, las personas toman otras fuentes de trabajo y no se ve el crecimiento de esta gran oportunidad que se debería aprovechar.

Las micro franquicias buscan generar más empleo y por ello la importancia de fomentar la creación de micro franquicias.

- **Sistematización del problema**

- ¿Qué modelo de franquicias se deberían tener en cuenta?
- ¿Cuáles son los costos asociados que debe incurrir una persona en la implementación de micro franquicias?
- ¿Cuál es el grado de compromiso y pertinencia de los microempresarios con el proyecto?

- **Situación de referencia**

El modelo de microfranquicias muestra su efectividad en países con bajo nivel de desarrollo económico, por ejemplo; en Kenia, Tanzania y Malí la ONG kickstar tienen como misión sacar a millones de personas de la pobreza rápida, productiva y sosteniblemente con maneras muy creativas e innovadoras, distintas a los métodos convencionales que usan los gobiernos.

Como lo evidencia el libro de “Microfranquicias: la Solución a la Pobreza Mundial”, “las organizaciones de franquicias tienden a ser altamente escalables en potencia, como lo demuestra 7 Eleven con sus 27,000 tiendas en 18 países. El concepto funciona en cada país y cultura sobre la tierra. Cuando los gobiernos y la mayoría de las demás instituciones de la sociedad son débiles y corruptos (lo que describe a la mayoría de los países en desarrollo) una empresa matriz, franquiciadora o franquicia maestra puede llegar a ser un tipo de gobierno sustituto, proporcionando bienes y servicios importantes a los cuales el franquiciado nunca tendría acceso en ausencia de este apoyo institucional”

En el mundo en desarrollo hay unos 3 millones de personas que sufren de desempleo y que viven con menos de 2 dólares al día.¹ Las micro finanzas se han convertido en una importante herramienta de reducción de la pobreza, proporcionando el capital necesario a las personas de bajos recursos para iniciar sus propios negocios. Sin embargo, aunque hay casos de éxito, muchos críticos sostienen que la mayoría de los pobres no tienen lo que se necesita para ser un empresario, para iniciar un negocio desde cero y luego expandirlo.² Junto con altas tasas de interés y la recuperación forzosa del préstamo, el modelo de micro finanzas en realidad tiene sus limitaciones. Hay evidencia que sugiere que el espíritu empresarial es un factor clave para el desarrollo económico y una de las herramientas más recientes para fomentar el espíritu empresarial son las microfranquicias. El objetivo principal de las microfranquicias es promover el desarrollo económico mediante el desarrollo de modelos de negocio sólidos, como una herramienta de alivio de la pobreza.

En esencia, una microfranquicias es un modelo de negocio con las siguientes características:

- Simple y sistematizado,
- Que surge de una necesidad real de mercado
- Requiere una inversión relativamente baja (Menor a \$2,500 USD)
- Está dirigido a clientes de bajos recursos/clase media

El objetivo de ofrecer microfranquicias a la población que se encuentra en el segmento base de la pirámide, es transferir a los individuos las herramientas necesarias para operar un negocio de manera exitosa¹³.

Las microfranquicias contienen los mismos elementos básicos de una franquicia, con la diferencia que cada área está enfocada a las necesidades de los consumidores de la BOP:

- Sistemas y Manuales
- Capacitación y seguimiento
- Marca
- Cadena de suministros

¹³ FUNDES. Microfranquicias. Estado del arte y experiencias exitosas en México y el mundo.

La siguiente tabla muestra las ventajas de las microfranquicias frente al típico negocio BOP.

Tabla 1: Ventajas de las Microfranquicias

Negocios Típicos BOP	Microfranquicia
Se necesita ser emprendedor	No necesariamente se necesita ser un emprendedor
Lleva un componente creativo	No necesariamente lleva un componente creativo
Negocios de alto riesgo	El riesgo disminuye
Poco acceso a productos y mercados	Mejores conexiones a proveedores y mercados
No son el resultado de una necesidad de mercado	Deben resultar de una necesidad de mercado
Empiezan sin habilidades empresariales	Pretende transferir herramientas empresariales

Fuente: FUNDES

Aunque no hay cifras exactas sobre el número de microfranquicias que operan hoy en día a nivel mundial, principalmente debido al hecho de que el registro en muchos países todavía no es obligatorio, más de 50 diferentes microfranquicias se han clasificado a nivel mundial. Lo que está claro es que no existe un “modelo único” que deba ser aplicado. Cada caso de microfranquicias debe ser analizado para determinar el modelo más adecuado en función de las necesidades de un mercado en particular. Más importante aún, los modelos deben ser continuamente evaluados y adaptados para mejorar su impacto financiero y social. En el Mundo existen más de 40 microfranquicias que operan con éxito. Algunas IMF's como Grameen Bank, BRAC, CARD y Freedom From Hunger han puesto en marcha esta modalidad de negocios. Según IDEAS, los beneficios más relevantes de esta modalidad de negocios son, por ejemplo: las ONGs podrían ser más auto sostenibles; los micro financiadores podrán expandir sus negocios más rápidamente que una microempresa tradicional; las IMF's podrían ver un aumento en su base de clientes microfranquiciados, lo que permitirá prestar más dinero al mismo tiempo que crecen los ahorros; los proveedores podrían distribuir sus productos y servicios con más eficiencia y generar más ofertas para los microfranquiciados. En América Latina existen pocos casos de microfranquicias, en su mayoría se están desarrollando en Brasil, México, Venezuela, Argentina y Ecuador.

“Un caso que ha tenido mucha relevancia en la región ha sido el de las Pañaleras Pototín en Ecuador, que actualmente emplea a más de 300 personas en 150 tiendas que se encargan de distribuir pañales y productos de cuidado para bebés. Esas 150 tiendas distribuyen un 30% del producto total de las Pañaleras Pototín”¹⁴.

¹⁴ BIBLIOTECA VIRTUAL, Microfinanzas, Disponible en: <http://www.portalmicrofinanzas.org/p/site/s/template.rc/1.1.6385/>, Citado el 16 de Diciembre de 2013

- Alcance de la propuesta

Entre los alcances de la presente propuesta es fomentar el modelo de micro franquicias para que las pequeñas y medianas empresas tengan la posibilidad de expandirse y origine las posibilidades de un mejor desarrollo empresarial regional, como elemento clave para articular: los valores de los negocios, los aspectos socioeconómicos, las oportunidades de innovación, crecimiento e impacto. Cabe destacar la importancia de las microfranquicias como enfoques de negocios, sostenibles y sustentables con resultados comprobados, para disminuir los índices de pobreza. El fomento del modelo de microfranquicias se la realizara a través de la construcción de una metodología para abordar el tema, el cual se detallarán los pasos de reproducción fundamentales que abarcan todas las actividades económicas necesarias para el desarrollo de una micro franquicia exitosa; es decir, desde el análisis de mercado hasta la gestión de las operaciones en curso, seguido de la participación de la población en los diferentes aspectos que lo requiera.

- Principales problemas Calificación MATRIZ DE VESTER

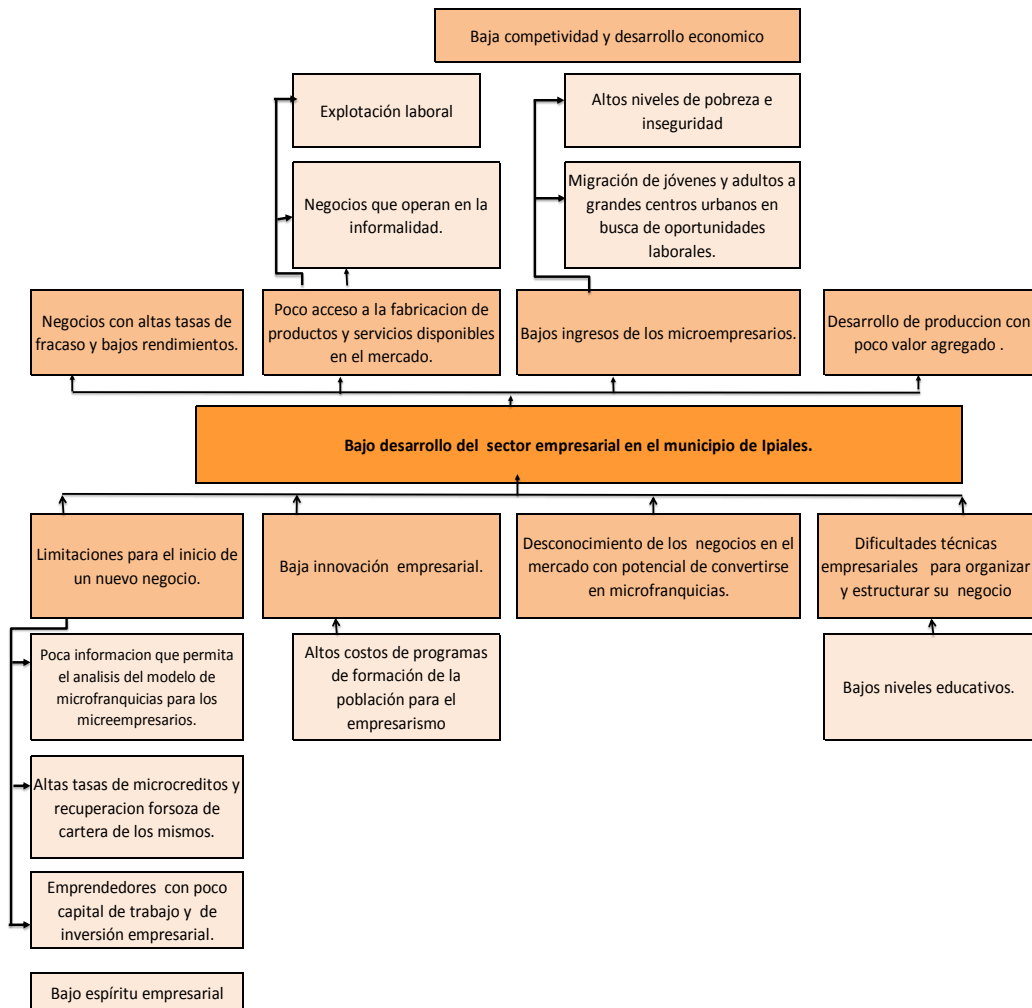
Se han encontrado los siguientes variables para la identificación de la problemática central que aqueja a los microempresarios:

- Insuficientes fuentes de empleo.
- Bajos ingresos de los microempresarios en los diferentes sectores de la producción.
- Altos niveles de pobreza e inseguridad.
- Desconocimiento de los negocios en el mercado con potencial de convertirse en microfranquicias.
- Bajo espíritu empresarial.
- Emprendedores con poco capital de trabajo y de inversión empresarial.
- Negocios con altas tasas de fracaso y bajos rendimientos.
- Negocios que operan en la informalidad.
- Bajos niveles educativos.
- Poco acceso a la fabricación de productos y servicios disponibles en el mercado.
- Dificultades técnicas empresariales para organizar y estructurar su propio negocio.
- Deserción Escolar con el fin de generar ingresos a sus familias.
- Desarrollo de producción con poco valor agregado.
- Limitaciones para el inicio de un nuevo negocio.
- Altas tasas de microcréditos y recuperación forzosa de cartera de los mismos.
- Baja innovación de la microempresas existentes.

- Bajo competitividad y desarrollo económico.
- Altos costos de programas de formación de la población para el empresario.
- Explotación laboral.
- Migración de jóvenes y adultos a grandes centros urbanos en busca de oportunidades laborales.

Con base en esta situación problemática, y luego de ponderar los problemas se describe el problema central como: **“BAJOS NIVELES DE INGRESOS DE LOS MICROEMPRESARIOS QUE NO PERMITE LA CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS BASADAS EN MICROFRANQUICIAS CON UN ENFOQUE DE INNOVACIÓN SOCIAL.”** (Ver gráfico No. 1)

Gráfico 1.Árbol de problemas



Fuente: Este trabajo.

- Causas que generan el problema

Se establecen cuatro causas directas con relación a la problemática central:

- Limitaciones para el inicio de un nuevo negocio.
- Desconocimiento de los negocios en el mercado con potencial de convertirse en microfranquicias.
- Baja innovación empresarial.
- Dificultades técnicas empresariales para organizar y estructurar su negocio

Así mismo se enmarcan las causas indirectas relacionadas con las causas principales, por ejemplo se asocian con la primera causa directa, cuatro las que tienen que ver con: a) Poca información que permita el análisis del modelo de microfranquicias para los microempresarios, b) Altas tasas de microcréditos y recuperación forzosa de cartera de los mismos, c) Emprendedores con poco capital de trabajo y de inversión empresarial y d) Bajo espíritu empresarial.

Para la tercera causa directa: Baja innovación empresarial, existe una causa indirecta que es Altos costos de programas de formación de la población para el emprendimiento. También para la última causa directa se da a conocer la siguiente causa indirecta que es bajos niveles educativos.

- Efectos que generan el problema

1) Asociados a las causas de la problemática central referente a la **“BAJOS NIVELES DE INGRESOS DE LOS MICROEMPRESARIOS QUE NO PERMITE LA CONSOLIDACIÓN DE EMPRESAS BASADAS EN MICROFRANQUICIAS CON UN ENFOQUE DE INNOVACIÓN SOCIAL** resultan efectos directos e indirectos relacionados con las causas antes mencionadas.

En este sentido, se identifican como un efecto directo el 1) Negocios con altas tasas de fracaso y bajos rendimientos.

Como segundo efecto directo se tiene Poco acceso a la fabricación de productos y servicios disponibles en el mercado, acompañado con el efecto indirecto, a) Negocios que operan en la informalidad. b) Explotación laboral

Como tercer efecto directo es la Deserción Escolar con el fin de generar ingresos a sus familia, acompañado con el efecto indirecto, a) Migración de jóvenes y adultos a grandes centros urbanos en busca de oportunidades laborales, b) Altos niveles de pobreza e inseguridad.

Como cuarto efecto directo se tiene el desarrollo de producción con poco valor agregado.

Por otra parte, con aplicación de los efectos directos e indirectos se determina como efecto principal la Baja innovación y crecimiento económico en el municipio de Ipiales.

- **MAGNITUD ACTUAL:** De acuerdo a los registro de cámara de comercio se tiene que el número total de microempresarios para el municipio de Ipiales es de 2435, población que se encuentra laborando en establecimientos pequeños y cuentan con menos de 50 empleados y sus acciones no superan más de, siendo esta población los beneficiarios para fomentar el modelo de negocios denominado las microfranquicias en la región y acrecentar el desarrollo económico de la región nariñense, en la actualidad el municipio de Ipiales solo cuenta con un franquicia que es Servientrega.

1.3 ANALISIS DE PARTICIPANTES

Con el fin de desarrollar la participación de los actores en el desarrollo del proyecto se analizaron las siguientes características:

Gobernación de Nariño:
La Gobernación de Nariño, como institución pública, está comprometida con el desarrollo regional bajo los principios de justicia social, democracia política, desarrollo humano sostenible, equidad de género, reconocimiento y protección de

“ la diversidad étnica, respeto por derechos humanos y participación ciudadana; propiciando la concurrencia, complementariedad y subsidiaridad con las entidades territoriales de su jurisdicción y la Nación, coordinando esfuerzos con el sector público, privado y sociedad civil”¹⁵.

¹⁵ BIBLIOTECA VIRTUAL, Información Organizacional. Disponible en: <http://www.narino.gov.co/index.php/inicioo/informacion-organizacional>. Citada 8 de Enero 2014.

La gobernación de Nariño está presente en este proyecto para incrementar la productividad del sector empresarial, teniendo en cuenta las empresas existentes en el mercado y aquellas que representan potencialidades para el departamento de Nariño.

Ministerio del comercio industria y turismo:

“Tiene como objetivo primordial dentro del marco de su competencia formular, adoptar, dirigir y coordinar las políticas generales en materia de desarrollo económico y social del país, relacionadas con la competitividad, integración y desarrollo de los sectores productivos de la industria, la micro, pequeña y mediana empresa, el comercio exterior de bienes, servicios y tecnología, la promoción de la inversión extranjera, el comercio interno y el turismo; y ejecutar las políticas, planes generales, programas y proyectos de comercio exterior”¹⁶.

En el proyecto el ministerios de comercio industria y turismo será de gran importancia ya que se solicitara información necesaria para el cumplimiento de actividades a realizar dentro de este proyecto.

Alcaldía de Ipiales:

“El Municipio de Ipiales es una entidad territorial fundamental de la división político administrativa del Estado, con autonomía política, fiscal y administrativa dentro de los límites que lo señalen la Constitución y la ley y cuya finalidad es el bienestar general y el mejoramiento de la calidad de vida de la población en su respectivo territorio, contando con el talento humano competente, en el marco de los principios de eficacia, eficiencia, publicidad, transparencia, moralidad, responsabilidad e imparcialidad”¹⁷.

La alcaldía de Ipiales contribuirá con espacios de desarrollo para los microempresarios del municipio.

¹⁶ BIBLIOTECA VIRTUAL, Misión, Visión, Objetivos, Normas y Principios Éticos. Disponible en: <http://www.mincit.gov.co/publicaciones.php?id=13>, Citado el 8 de Enero 2014.

¹⁷ BIBLIOTECA VIRTUAL, Nuestra alcaldía. Disponible en: <http://www.ipiales-narino.gov.co/movil/acerca.shtml>, Citado el 8 de Enero 2014

Cámara de comercio de Ipiales:

“Es una entidad privada, de orden gremial, sin ánimo de lucro que cumple funciones públicas delegadas por el estado; que promueve el desarrollo sostenible empresarial, económico, cívico y cultural, a través de la gestión y alianzas estratégicas que propendan por la competitividad regional con procesos de calidad, talento humano idóneo y a la vanguardia de la tecnología”¹⁸.

En el proyecto la cámara de comercio se encuentra muy involucrada, ya que es quien tiene mayor conocimiento sobre el estado actual de las empresas, y se solicitara dicha información.

SENA:

“El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, está encargado de cumplir con la función que le corresponde al Estado de invertir en el desarrollo social y técnico de los trabajadores colombianos ofreciendo y ejecutando la formación profesional e integral, para la incorporación y el desarrollo de las personas en actividades productivas que contribuyan al desarrollo social, económico y tecnológico del país. Dentro de los procesos de formación para el trabajo, se ha establecido la metodología de Unidades Productivas como un modelo que permite la implementación de conocimiento técnico, desarrollo empresarial y generación de ingresos de manera independiente”¹⁹.

El Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, estara vinculado a compartir conocimientos con la poblacion interesada en la superacion y el cambio empresarial de nuestro municipio.

¹⁸ BIBLIOTECA VIRTUAL. Quienes somos. Disponible en: http://www.cciptales.org.co/portal/index.php?option=com_content&view=article&id=24&Itemid=27. Citado el 8 de Enero 2014

¹⁹ SENA, Servicio Nacional de Aprendizaje, Disponible en: <http://www.oitcinterfor.org/node/2515>. Citado el 8 de Enero 2014

POBLACION AFECTADA Y OBJETIVO

- **Población Afectada:** La población registrada como empresarios en la Cámara de comercio de la ciudad de Ipiales se encuentran 2435, microempresas.

- **Ubicación:** “Ipiales se encuentra ubicado al Sur de la región andino-amazónica del departamento de Nariño, con una extensión de 1.677,68 Kms² (167.768 Hectáreas), una altura promedio 2.897 m.s.n.m. Altura cabecera municipal 3.000m.s.n.m., su temperatura media 12 °C.

Composición: 59 veredas en zona rural, 5 centros poblados, 5 corregimientos y 123 barrios en la zona urbana.

Límites: Sur y Occidente: República de Ecuador

Norte: Municipios Pupiales, Gualmatán y Contadero,

Occidente: Municipios Aldana y Carlosama,

Oriente: Municipios Puerres, Córdoba, Potosí y Dpto. del Putumayo”²⁰.

Economía: “Los habitantes del municipio de Ipiales tienen como actividades económicas de importancia: el comercio, la microempresa, el turismo; y en la zona rural: la agricultura, la ganadería, las especies menores. En minerales: el petróleo en la selva del Churuyaco, las canteras de piedra y artesanías en Las Lajas, recebo en Puente Viejo, arcilla en El Tejar. Los recursos naturales son abundantes en todo su territorio.

Ipiales es puerto fronterizo terrestre y aéreo, con intenso comercio internacional y con los pueblos de la ex provincia de Obando y como paso obligado de los viajeros desde países del Pacto Andino, en especial con el Ecuador, es la segunda frontera más importante de Colombia. Existe una amplia legislación para regular el paso de personas y vehículos; con tratados y convenios internacionales

²⁰ PLAN MUNICIPAL DE DESARROLLO “Todos por Ipiales.” p.12

en materia económica y relaciones fronterizas, en todos los aspectos sociales culturales y económicos. “Existe la Comisión de Vecindad e Integración Colombo - Ecuatoriana de 1989, la Zona de Integración Fronteriza de 1993, la ley de Fronteras de 1995. La Zona Económica Especial de Exportación de 2000, para mejorar el desarrollo económico, institucional y social de ésta comarca”²¹.

- Población objetivo

Población objetivo: Para la realización del proyecto se tiene en cuenta como población objetivo a 120 microempresas que serán potencializadas como microfranquicias.

Ubicación: “El territorio del municipio de Ipiales está al suroccidente de Colombia, y del departamento de Nariño. La ciudad se encuentra a 3 km de la frontera colombo-ecuatoriana y a 82 km de Pasto. Se comunica con el interior del país por la carretera Panamericana, la que continúa por la población ecuatoriana de Tulcán, luego de atravesar el puente internacional de Rumichaca, en lengua quechua significa “puente de piedra”, sobre el río Carchi, que en territorio nariñense se denomina Guáy tara (río azul) a 800 metros, desde el mirador de

Ipiales.²²



Fuente: Iesucreip

²¹ BIBLIOTECA VIRTUAL, Economía. Disponible en: <http://conocerinarino.wikispaces.com/Econom%C3%ADa>, Citado el 8 de Enero 2014.

²² ANDRADE T., Mapa del municipio de Ipiales. Personería Municipal de Ipiales, octubre de 1974, archivo personal.

Economía: Los habitantes del Municipio de Ipiales tienen como actividades económicas de mayor importancia la agricultura, la ganadería y el comercio. Los recursos naturales son abundantes y adecuados en todo su territorio. Sin embargo por su condición de Distrito fronterizo en el Casco Urbano el comercio ocupa un lugar de importancia por el intercambio y tránsito de productos y mercancías con otras regiones económicas.

En los primeros días del año 2000 la ciudad de Ipiales, por su condición de Distrito fronterizo, el Gobierno Nacional la declara Zona Económica Espacial de Exportación, con el propósito de mejorar el desarrollo económico, institucional y social de esta región. Entre otros objetivos figuran también el de promover el desarrollo de las manufacturas, impulsar el mejoramiento tecnológico y la industria exportadora, todo con el propósito de acrecentar la generación de empleo y mejorar el nivel de bienestar de la población.

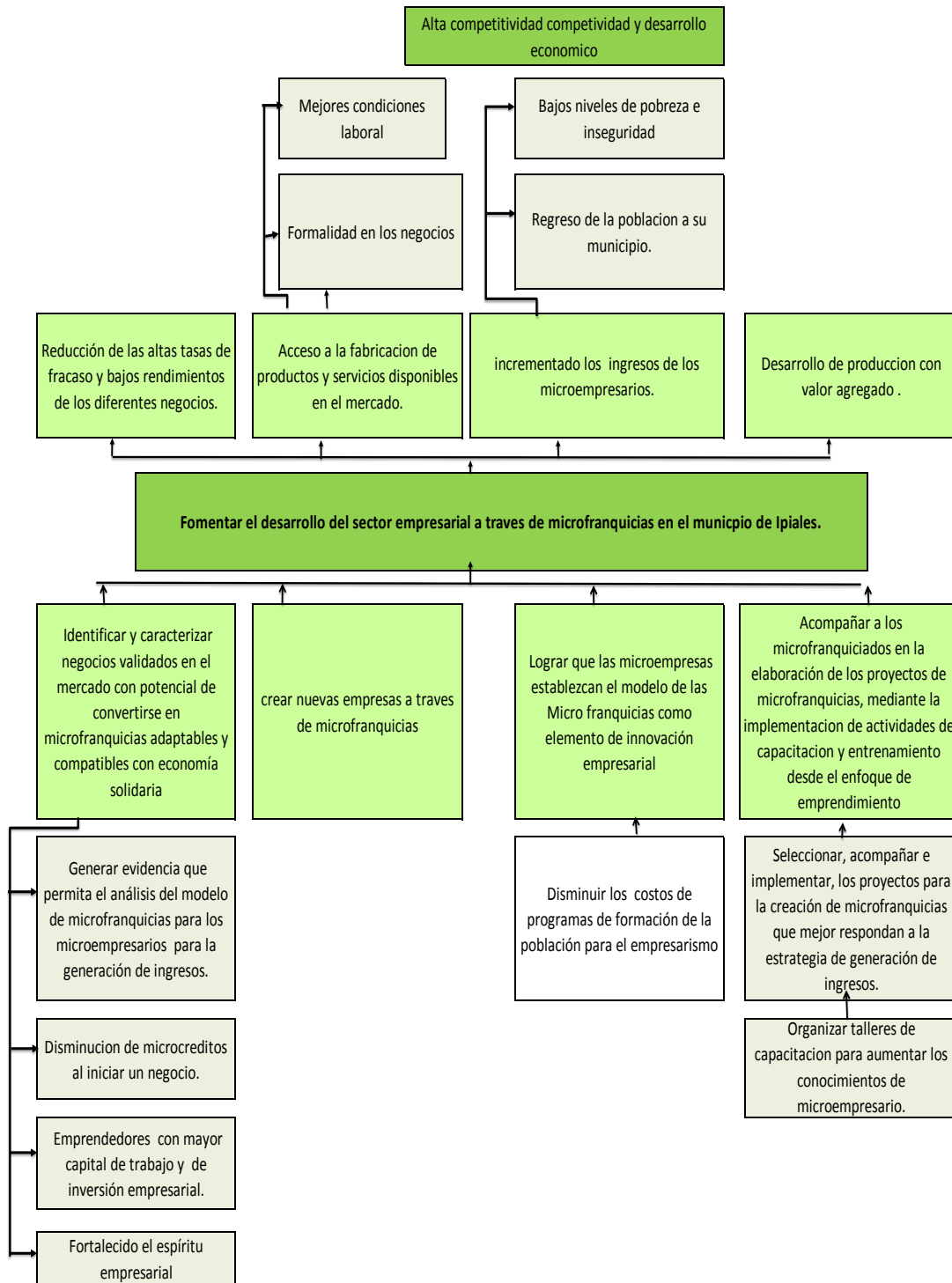
“Como ciudad fronteriza Ipiales registra altos índices de intercambio comercial entre Colombia y el Ecuador convirtiéndola por ello en la segunda frontera más importante para Colombia después de Cúcuta, frontera con Venezuela”²³.

1.4 OBJETIVO

Fomentar el desarrollo del sector empresarial a través de microfranquicias en el municipio de Ipiales... **(Ver gráfico No. 2)**

²³ BIBLIOTECA VIRTUAL, Nuestro municipio. Disponible en: http://www.ipiales-narino.gov.co/informacion_general.shtml, Citado el 8 de Enero 2014

Gráfico 2. Árbol de objetivos



Fuente: este trabajo

Se espera lograr este objetivo a través de los siguientes objetivos específicos:

- **Objetivos específicos**

- Identificar y caracterizar negocios validados en el mercado con potencial de convertirse en microfranquicias.
- Crear nuevas empresas a través de microfranquicias.
- Lograr que las microempresas establezcan el modelo de las Microfranquicias como elemento de innovación empresarial.
- Capacitar a los microempresarios, mediante la implementación de actividades de entrenamiento desde el enfoque de emprendimiento.

- **Indicadores del objetivo general**

- Número de empleos generados.
- Número de empresas consolidadas como micro franquicias

1.5 ALTERNATIVA ESCOGIDA

Para la implementación del proyecto se evaluaron cuatro alternativas posibles de implementar:

- Identificar y caracterizar los negocios en el mercado con potencial de convertirse en microfranquicias.
- Aumentar la innovación de la microempresas existentes
- Facilitar oportunidades para el inicio de un nuevo negocio
- Mejorar las técnicas empresariales para organizar y estructurar su negocio

- **Elección de la alternativa escogida**

Para el análisis de las alternativas se realizó una valoración de cada una de las mismas frente a varios criterios que determinan la viabilidad de la alternativa. En la tabla 1 se presenta la selección de la alternativa.

Tabla 1. Selección de la tabla alternativa

CRITERIOS	FACTO R PONDE RACION	ALTERNATIVA							
		1	2	3	4	5	6	7	8
Recursos a disposición.	0,1	3	0,3	5	0,5	2	0,2	5	0,5
Generar un impacto social en la comunidad	0,2	5	1	5	1	5	1	5	1
Objetivo medible y alcanzable	0,2	3	0,6	4	0,8	3	0,6	4	0,8
Relación Costo Beneficio	0,2	2	0,4	3	0,6	2	0,4	4	0,8
Aceptación social	0,05	5	0,25	3	0,15	5	0,25	3	0,15
Tiempo de consecución	0,1	1	0,1	4	0,4	1	0,1	2	0,2
Aporte en conocimientos y habilidades	0,05	5	0,25	5	0,25	5	0,25	5	0,25
Procesos menos dispendiosos	0,05	2	0,1	5	0,25	1	0,05	3	0,15
Impacto económico	0,05	4	0,2	3	0,15	4	0,2	2	0,1
VALOR DE LA ALTERNATIVA	1		3,2		4,1		3,05		3,95

Fuente: Este trabajo

La alternativa óptima del proyecto es “Crear nuevas empresas a través de microfranquicias”, para el municipio de Ipiales que produzca un impacto social y económico positivo. Para la implementación de esta alternativa se considera conveniente desarrollar las alternativas 2,3 y 4, que son complementarias al proyecto y darían una mayor calificación al aprovechar los recursos a disposición con los que cuenta la alternativa 1.

- Descripción de la alternativa

El municipio de Ipiales se caracteriza por contar en su mayoría con microempresas, siendo estas dedicadas al sector comercial, sin embargo no tienen las suficientes características para ser sólidas y rentables para la población, siendo una problema económica para el país, sin embargo en la actualidad ya existe una estrategia empresarial que se ha implementado con gran éxito en

diferentes países iniciando por países del norte, esta estrategia consiste en el emprendimiento solidario mediante microfranquicias, la cual busca desde su doble carácter empresarial y social enfocarse de manera estratégica hacia la generación de ingresos permanentes en las poblaciones de base que garanticen sus derechos económicos y la superación de la pobreza desde sus características multidimensionales, posibilitando el mejoramiento progresivo de la calidad de vida.

Para abordar con este modelo de microfranquicias se realizara en primera instancia la clasificación y caracterización de aquellas pequeñas empresas que pueden convertirse en una potencial microfranquicias, el cual abrirá las puertas para expandirse generando una serie de beneficios para los diferentes emprendedores, ya que brinda mayores fuentes de empleo, disminución de pobreza, y mayores conocimientos y habilidades empresariales.

Lo anterior, desarrollando actividades para consolidar relaciones comerciales en el mercado y sociales en las comunidades para disminuir el riesgo de éxito de las microfranquicias y contribuir con soluciones reales a las problemáticas que les impiden a este tipo de microempresarios solidarios superar las condiciones de pobreza. La estrategia implica el diseño de un modelo de negocio con las relaciones productivas y comerciales necesarias para sostenerse en el mercado y estructurado con procesos de proveeduría, producción, comercialización y consumo que permitan proyecciones de integración y crecimiento desde la base de la diferenciación, la generación de valor agregado y la transformación en el entorno competitivo de sus regiones. De otra parte, implica el diseño de un modelo propio de desarrollo humano al interior de los integrantes de las empresas que les permita invertir los excedentes de sus actividades y los aportes de sus asociados para acceder a bienes y servicios orientados a la satisfacción de sus necesidades y la superación de la pobreza desde sus características multidimensionales.

Se busca implementar emprendimientos sostenibles y crear empresas bajo el modelo de microfranquicias para la rápida generación de ingresos y la superación de las condiciones de pobreza. Lo anterior mediante una estrategia de identificación, selección y desarrollo de los mejores modelos de microfranquicias, inclusión y formación de los beneficiarios desde el desarrollo, seguimiento, acompañamiento, entrenamiento permanente en la administración de las microfranquicias y de su red, terminando con una medición de impacto y sostenibilidad de las nuevas microfranquicias. El proyecto se enmarca en la bolsa de generación de ingresos –“fomento de microfranquicias innovadoras dirigidas a los microempresarios del municipio de Ipiales”.

2. CAPITULO II. PREPARACIÓN DEL PROYECTO

El proceso de formulación de proyectos, pretende definir los aspectos en el estudio de mercados, técnicos, logísticos, legales e institucionales para la ejecución del proyecto, con el fin de suministrar información relevante y útil para el proceso de evaluación de la conveniencia o no de invertir en el proyecto.

2.1. ESTUDIO DE MERCADOS

Se realizó el análisis de los microempresarios pertenecientes al municipio de Ipiales con el fin de conocer sus necesidades, la oferta y demanda para las respectivas microfranquicias y el análisis del sector.

Análisis del Consumidor del modelo de Microfranquicias. Los consumidores del modelo de microfranquicias del proyecto serán **los microempresarios** quienes pueden implementarlo en sus pequeños negocios y así generar grandes mejorías no solo a nivel económico sino también a nivel social.

Por lo tanto se da a conocer las principales ventajas de las microfranquicias que permiten satisfacer las necesidades que tienen los microempresarios a nivel social y económico:

- Mejorar sus condiciones de vida.
- Aumentar sus conocimientos, y experiencia
- Mayor prestigio de marca del producto o del negocio.
- Estimula la asociatividad y cooperación
- Mayor seguridad laboral y condiciones laborales.

De igual manera con las microfranquicias se logra cumplir con las expectativas de los microempresarios que son:

- La estandarización el servicio y mejora la capacidad empresarial
- En la Micro franquicia accede a un negocio en forma rápida, invierte más seguro pues minimiza riesgos comerciales y el franquiciante logra expandir su marca sin una inversión sideral que ello implica. Ambos fortalecidos por el crecimiento de una red de negocios bajo una misma marca comercial.
- la mejora en la perspectiva de prolongación de vida de las micro y pequeñas empresas, el establecimiento de redes de comercialización, la generación de valor

agregado, la mejora en la calidad de las propuestas de productos y servicios, el aumento del valor de las marcas.

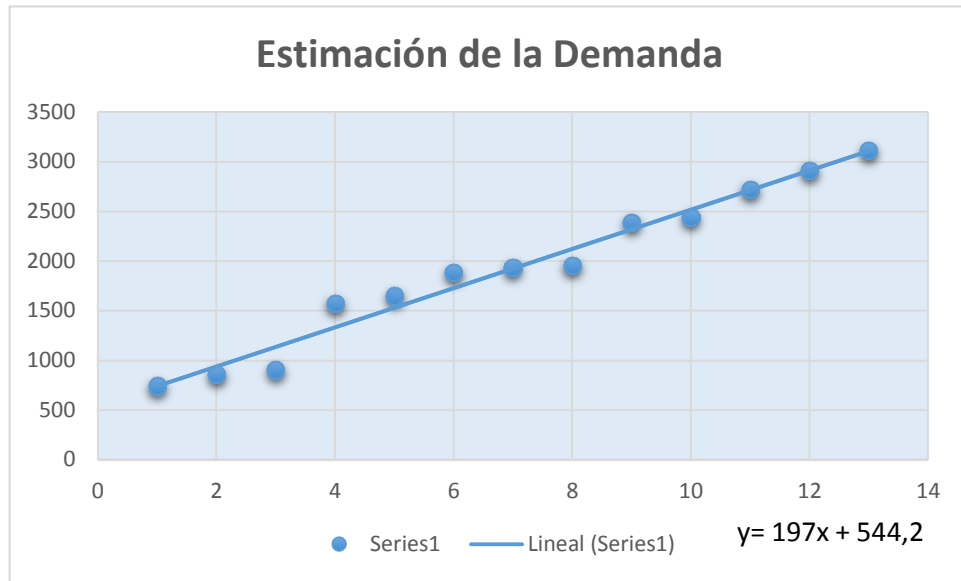
2.1.1. Estimación de la Demanda: Para la determinación de la demanda del modelo de microfranquicias en el municipio de Ipiales se considera necesaria la realización de pronósticos que permitan establecer el número de microempresas que estas dispuestas a convertirse en microfranquicias futuras en el proyecto. Para este fin, se recopilaron los datos históricos de las microempresas registradas en Cámara de comercio de Ipiales en un periodo de 10 años (2003 – 2013). Estos datos son fundamentales para la estimación de las microfranquicias potenciales. Con el fin de pronosticar la demanda del servicio, a partir del año 2014 hasta el año 2016, se recurrió a la realización del modelo de regresión lineal, que permitirán a partir de los datos disponibles, crear ecuaciones para pronosticar a través del tiempo el comportamiento de la creación de microfranquicias.

Tabla 2. Estimación de la Demanda (2014-2016)

	Año	PERIODO	DEMANDA MICROEMPRESAS
Histórico	2004	1	740
	2005	2	858
	2006	3	900
	2007	4	1566
	2008	5	1644
	2009	6	1878
	2010	7	1932
	2011	8	1950
	2012	9	2388
	2013	10	2435
Proyectado	2014	11	2.714
	2015	12	2.911
	2016	13	3.109

Fuente: Este trabajo

Gráfico 3. Estimación de la demanda.



Fuente: Este trabajo

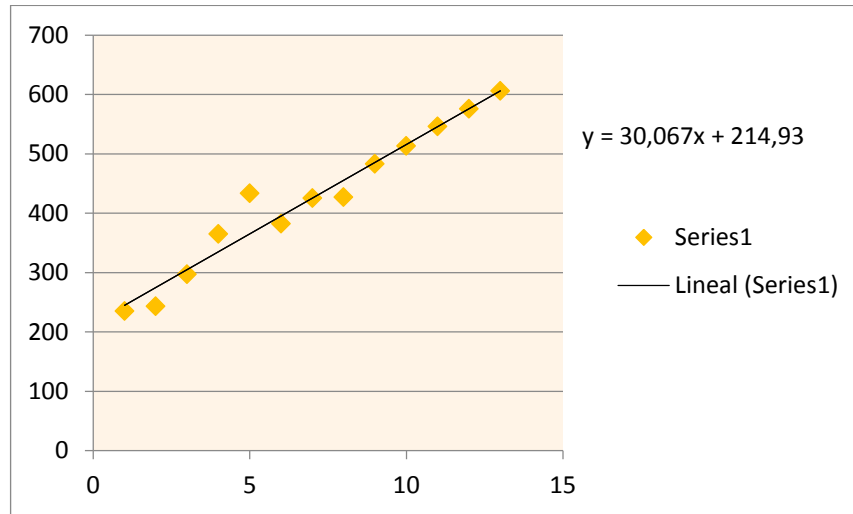
2.1.2. Estimación de la Oferta: La oferta del proyecto será las franquicias que se encuentran funcionando en el mercado y que ofrecen la posibilidad de expandirse a más sectores o territorios de todo el país colombiano, por consiguiente se cuenta con los datos históricos de las franquicias obtenidos de Masfranquicias.com – Informe anual de la franquicia en Colombia, así:

Tabla 3. Estimación de la Oferta (2014-2016)

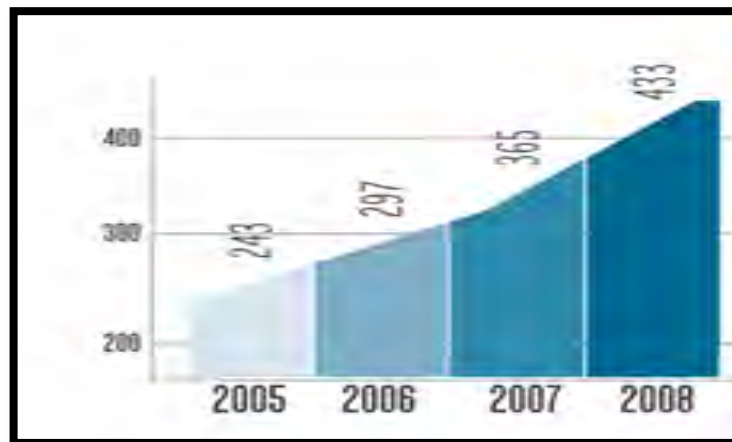
	Año	Nº Año	OFERTA DE FRANQUICIAS EN COLOMBIA
HISTORICO	2004	1	235
	2005	2	243
	2006	3	297
	2007	4	365
	2008	5	433
	2009	6	382
	2010	7	425
	2011	8	427
	2012	9	483
	2013	10	513
DOCCITA PROYE	2014	11	546
	2015	12	576
	2016	13	606

Fuente: Este trabajo

Gráfico 4. Oferta

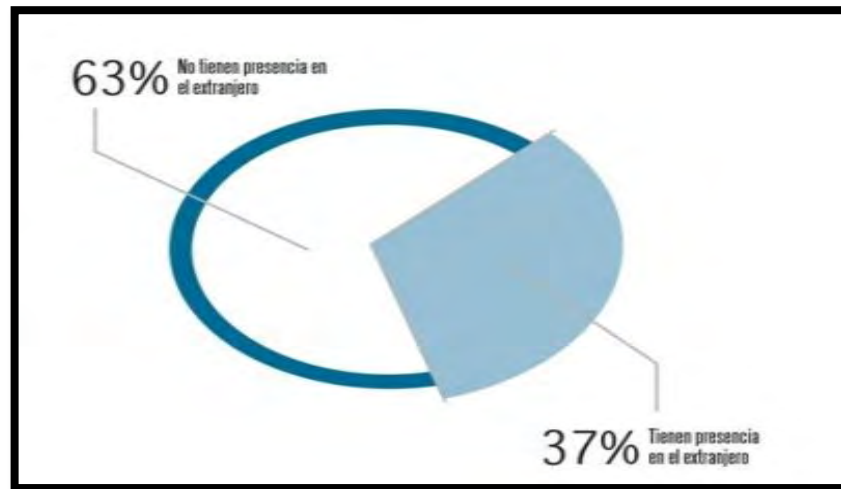


2.1.3. Determinación del Mercado Potencial de las Franquicias. “Durante el último año, el sistema de franquicias en Colombia tuvo un crecimiento del 18.6%. El número de redes pasó de 365 a 433, para el año 2008.



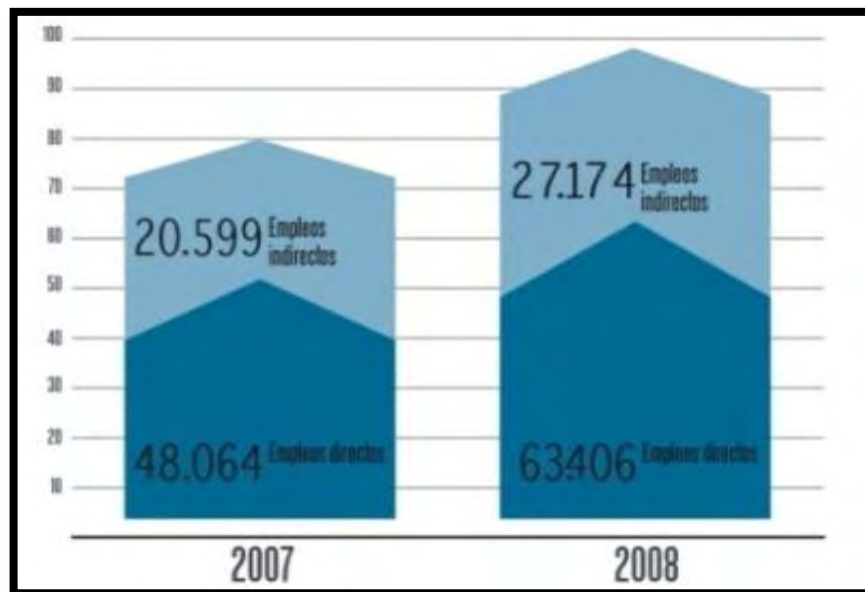
Fuente: Slideshare

Sólo el **37%** de las franquicias colombianas tienen presencia en exterior, esto debido a su interés por consolidarse primero en el mercado local.



Fuente: Slideshare

“Las franquicias en Colombia emplean a más de 90.000 personas. El **80.2%** generan entre 1 y 10 empleos por punto de venta”²⁴



Fuente: Slideshare

²⁴ BIBLIOTECA VIRTUAL, Más franquicias. Disponible en: <http://www.slideshare.net/masfranquicias/cifras-de-la-franquicia-en-colombia-2008>. Citado el 27 de Enero 2014

Podríamos ser optimistas:

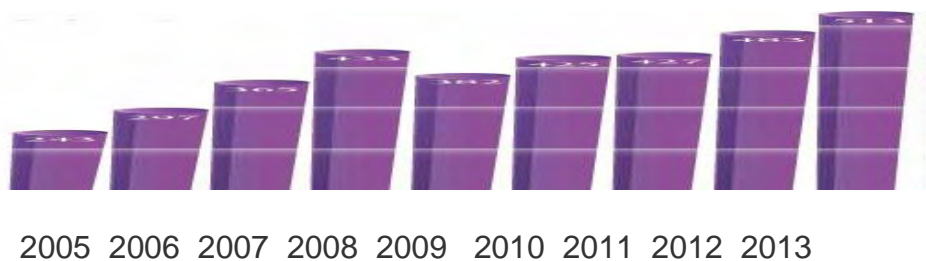
Escenario	Año	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Optimista	Cantidad de franquicias proyectada	433	520	624	748	888	1077
	Crecimiento anual	19%	20%	20%	20%	20%	20%
	Crecimiento en 5 años						149%
Conservador	Cantidad de franquicias proyectada	433	498	598	687	790	909
	Crecimiento anual	19%	15%	20%	15%	15%	15%
	Crecimiento en 5 años						110%
Pesimista	Cantidad de franquicias proyectada	433	498	548	603	663	729
	Crecimiento anual	19%	15%	10%	10%	10%	10%
	Crecimiento en 5 años						68%

Fuente: Slideshare

“Nos encontramos ante una tendencia de crecimiento del sector de la franquicia en Colombia en los últimos dos años, por un lado motiva a los emprendedores a ver el modelo de franquicia como una opción para hacer realidad el sueño de tener su propio negocio, y por el otro lado cuestiona que las empresas nacionales no estén utilizando la franquicia como modelo de expansión o por lo menos en la proporción que se esperaría. El 2012 mostró un crecimiento del 13% frente al año 2011, y al cierre del primer semestre del 2013 ya se evidencia una tasa ascendente del 6%, que hace prever que el segundo semestre se pueda llegar alrededor del 10%, más aún cuando se ha hablado de un freno en el desarrollo comercial e industrial del país en este primer semestre y se espera que el segundo semestre se reactive el comercio, obviamente porque implica entre el 60 al 65% de las ventas del año. Llama la atención como el crecimiento de la franquicia en la actualidad en Colombia, ha sido jalonado por la entrada de franquicias internacionales, que ven al país como una fuente de potenciación de sus modelos de negocios, en unos casos como el europeo -especialmente España- donde Latinoamérica se ha convertido en el salvavidas de la crisis de sus mercados locales, y por el otro, premio a la estabilidad económica y política del país. De todas formas, vale la pena analizar con mayor profundidad la situación de las empresas nacionales que no están utilizando la franquicia ni como fórmula de crecimiento ni como creación de barreras de entrada a las franquicias internacionales o simplemente como opción de obtener mayor competitividad y posicionamiento de marca. Mientras en el 2011 las franquicias nacionales representaban el 51% frente al 49% de

las franquicias internacionales con presencia en el país, para el 2013 la participación ha caído en casi un 9% situándose la participación nacional en un 42,5% frente a un 57,5% de las marcas internacionales. Ahora bien en lo que corresponde a los sectores que franquician en Colombia, el crecimiento y participación del sector de la moda y confección, con un 24,95%, no solo se consolida como principal sector de expansión sino que se aleja ostensiblemente del segundo (11,46%), que para este año las Tiendas especializadas desplaza la participación a las comidas rápidas que tradicionalmente a nivel internacional han sido consideradas como motores de la “industria” de la franquicia y en Colombia se consideraba como la segunda opción en años pasados, pasando hoy a un tercer puesto. Sin embargo, si se consolida la información de comidas rápidas y, restaurantes y bares, representaría un 15,16% volviendo al segundo lugar del ranking de sectores. En conclusión en los últimos 10 años, 2004 al 2013, la franquicia en Colombia ha mostrado una evolución positiva normalmente superior al 10%, a excepción del altibajo dado por la crisis del 2009. La franquicia en Colombia ha mostrado una importante reactivación en los últimos dos años (2012 y 2013) dada principalmente por la llegada de marcas internacional al país.

“A cierre del primer semestre del año 2013, existen en Colombia 513 franquicias”²⁵.



Fuente: **Masfranquicias**

2.1.4. Análisis Del Sector. Para el municipio de Ipiales se va a implementar las microfranquicias que consiste en elegir los tipos de empresas que se encuentran consolidados y tienen un gran éxito en el país, estos tipos de empresas patrocinadoras pueden ser las franquicias que se encuentran establecidas para Colombia, las cuales tienen la decisión de expandir su empresa si así lo desean en el municipio de Ipiales.

²⁵ BIBLIOTECA VIRTUAL, Cifras de la franquicia en Colombia a Junio 2013, Disponible en: http://www.masfranquicias.com/contenidos/contenido.php?contenido=masfranquicias_presenta_informe_anual_de_la_franquicia_en_colombia:_evolucion_cifras_de_la_franqui. Citado el 28 de Enero 2013

- **Franquicias Internacionales en Colombia**

Uno de los países de América latina que hoy buscan las empresas extranjeras para expandirse es Colombia, y lo están haciendo a través de franquicia. Pero además esa es también la alternativa de la que se están sirviendo las firmas nacionales para crecer afuera. Es más, Colombia es el cuarto mercado de la región con mayor número de franquicias, después de México, Brasil y Argentina y está por encima de Chile y Venezuela. En tres años más podría contar con más de 500 redes de franquicias, según lo explico el director general de Grupo Americano de Franquicias, José Seneor, quien advirtió que tener un dato exacto de cuantas franquicias hay en el país, resulta difícil, pues muchos confunden la franquicias con el modelo de Jointventure, en el que el dueño de la marca comparte el riesgo.²⁶

Franquicias extranjeras.



- **Franquicias Nacionales**

Son empresas que están funcionando en Colombia que brindan las mejores estrategias empresariales para que sean ampliadas por todo el país.

“A continuación se muestra una lista de algunas franquicias que buscan expandirse a mas municipios de Colombia y ofrecen las mejores alternativas para unirse a ellos, estas franquicias pueden ser oportunidades de negocios para los microempresarios del municipio de Ipiales, quienes pueden adoptar el modelo microfranquicia en sus establecimientos generándoles grandes beneficios sociales y económicos.”²⁷

²⁶ BIBLIOTECA VIRTUAL, Portafolio, Disponible en: <http://www.portafolio.co/negocios/colombia-es-el-cuarto-pais-america-latina-franquicia>, Citado el 26 de enero de 2014)

²⁷ PIERRE. Simón “La Franquicia Una Estrategia De Crecimiento Empresarial “Ed. Norma. 280 p

Tabla 4. Franquicias en Colombia.

IMÁGENES DE LA FRANQUICIA	TIPO	DESCRIPCION DEL NEGOCIO	FRANQUICIA
	Comercialización.	<p>La franquicia de DULCERÍAS BULK tiene como especialidad la venta de dulces, frutos secos, frutas deshidratadas y encurtidos a granel. Bulk es la primera tienda 100% colombiana que se dedica a difundir este novedoso concepto. La franquicia Bulk propone a sus futuros Franquiados tres formatos diferentes: Tiendas, Kioscos y Corners que pueden ser adaptados a cualquier superficie.</p>	
	Producción y comercialización de productos naturales	<p>LA TIENDA NATURISTA SOL VERDE es una red de más de 80 tiendas propias ubicadas en las principales ciudades de Colombia que comercializa productos naturales orientados a la salud, vitaminas, minerales y suplementos alimenticios, esencias florales, productos homeopáticos, y cosméticos naturales. Está diseñada para operar con máxima eficacia y un mínimo de personal, espacio e inventarios; gracias a nuestra estrategia de suministro, nuestro KnowHow sobre el mundo naturista y los controles contenidos en nuestro software de gestión punto de venta.</p>	
	Mensajería especializada y transporte de mercancía	<p>De conformidad con nuestra visión y política general de calidad, queremos que SERVIENTREGA S.A. sea un modelo de empresa líder en servicio de logística y comunicación, por seguridad, oportunidad y cubrimiento en América, con presencia a nivel mundial. Igualmente, deseamos lograr la satisfacción permanente de las necesidades y expectativas de los clientes, con objetivos de competitividad, productividad y crecimiento. Para tal fin, se aseguran estándares de calidad en los procesos de logística y comunicación con talento humano comprometido e idóneo.</p>	

(Continuación tabla 4 Franquicias en Colombia).



Elaboración de sándwiches

SANDWICH QBANO, lo invita para que haga parte de la cadena de franquicias de comida rápida más importante de Colombia. Con 30 años de experiencia en el negocio de comidas rápidas, continuamos expandiendo nuestro éxito de la mano de personas visionarias como usted.



Aplicación Móvil – Guía Local de Negocios

MICIUDAD APP es una moderna y completa guía comercial, profesional y de servicios de su ciudad en dispositivos móviles que busca un socio franquiciado en el mercado colombiano. MICIUDAD APP es una solución ideal para emprendedores, que les permite hacer uso de tecnologías de futuro para desarrollar su propio negocio, diseñado para que se pueda gestionar cómodamente sin necesidad de local comercial y utilizando un ordenador con conexión a Internet y un Smartphone (iOS o Android).



Comida rápida de comida oriental

Delicias de la cocina oriental. Fundada en 1987 en Bogotá. El primer establecimiento en Colombia de comida china y oriental en comidas rápidas. Actualmente, cuenta con 19 puntos de venta, de los cuales 15 están en la ciudad de Bogotá, 2 en Medellín y 2 en Cali todos los productos de MISTER LEE son elaborados bajo un estricto control de calidad. No usamos preservativos. Contamos con un número único de domicilios que hace más fácil y ágil el servicio alrededor de la ciudad.



Cirugía refr.

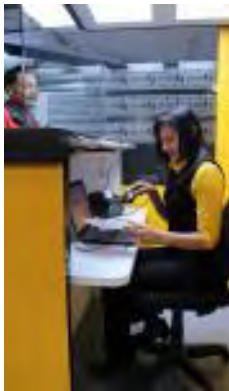
OPTILASER En nuestra experiencia médica hemos participado de la transformación en la vida de miles de personas que han confiado en nosotros, se han practicado la cirugía con rayo láser y han encontrado una mejor forma de ver las cosas. Somos un selecto grupo de optómetras y oftalmólogos que, desde 1996 ha unido esfuerzos para crear el más avanzado Centro de Atención Visual Integral encaminado a mejorar la visión de todas aquellas personas que presentan deficiencias visuales.



(Continuación tabla 4 Franquicias en Colombia).



Servicios móviles ambientales de lavado de vehículos



Especialistas en Recaudos, Pago y Giro de Dinero



Franquicia de enseñanza de inglés para niños de tres meses a 18 años

MAWA LTDA. Es una compañía colombiana que desarrolla un sistema ambiental que preserva el agua y que implementa en un innovador servicio de lavado de vehículos. Este servicio conjuga el trabajo manual y el uso de máquinas móviles funcionales que permiten lavar un vehículo con solo 5 litros de agua, con insumos biodegradables, minimizando los desechos y sin conectarse a alguna fuente hidráulica o eléctrica.

EFACTY es una compañía con más de 17 años de experiencia en el mercado, especializada en Giros Nacionales, Pagos, Recaudos de Facturas, Recargas a celular, Venta de Pines, SOAT y pago de Giros Internacionales Western Unión. Somos la empresa Líder en Colombia en Giros Nacionales, Pagos y Recaudos. Contamos con más de 5.000 Puntos de Atención en el País, especializados en nuestro negocio. Tenemos la mayor cobertura con 900 municipios a nivel nacional.

La franquicia HELEN DORON Early English implanta su sistema de aprendizaje del idioma inglés en Colombia a través de sus centros. Los centros Helen Doron ofrecen clases de inglés para niños desde 3 meses a 18 años con un innovador y propio sistema de aprendizaje (inglés como lengua materna a través de la repetición de escuchas en CD's, canciones, etc....), certificado. El franquiciado tendrá el soporte de una fuerte marca detrás y un mundo globalizado en que el saber inglés a día de hoy es imprescindible.



(Continuación tabla 4 Franquicias en Colombia).



Servicios de internet y creación de páginas webs

GESWEBS busca Franquiciados en el mercado colombiano para desarrollar la franquicia. La franquicia GESWEBS debe su éxito a que toda empresa, con independencia de su tamaño o del sector de actividad, necesita de una página web para tener presencia en Internet y por consiguiente su renovación periódica, así como servicios complementarios que van desde el posicionamiento, el marketing online, Redes Sociales, Videos corporativos y todo lo relacionado con Internet. Posee profesionales altamente capacitados para cubrir las necesidades de cualquier cliente.



Manejo integrado de plagas

FUMIGAX S.A. nació en Colombia el 15 de abril de 1963 como la primera empresa de fumigaciones en el país. En 1965 hace apertura de su primera agencia en Manizales y empieza a expandirse por todo el territorio nacional, hasta alcanzar hoy una red de 22 concesionarios, siendo la única empresa en Colombia capaz de garantizar un excelente servicio de manejo integrado de plagas bajo las normas y estándares de calidad. Desde 1970, FUMIGAX S.A. hace parte de la Nacional Pest Management Asociación, entidad que agremia las empresas controladoras de plagas en el mundo.



Comercialización y producción de prendas de marca internacional

Pepe Jeans London. Una marca con estilo. PEPE JEANS LONDON, marca Inglesa que nació en 1973 y a partir de ese momento se consolidó como una de las marcas más innovadoras en el mercado jeanswear Europeo. Actualmente está entre las marcas más prestigiosas del mercado, con un crecimiento en los últimos años de más de un 40%. PEPE JEANS LONDON actualmente posee 158 tiendas a nivel mundial, situadas en más de 60 países y planea seguir expandiéndose en Latinoamérica. A partir del año 2007 la marca en Colombia es otorgada a la empresa Interdenim S.A. que trabajará para posicionarla en Colombia y algunos países vecinos.



(Continuación tabla 4 Franquicias en Colombia).



Alquiler y venta de trajes de etiqueta

Una década de recorrido en el gremio de los eventos ha hecho de CASA SOLÓRZANO la empresa líder en Medellín y Bogotá especializada en el alquiler y venta de trajes de etiqueta para eventos sociales.

Contamos con una sede en Bogotá ubicada en la zona rosa del comercio y dos amplias y modernas sedes en Medellín, ubicadas en Laureles y El Poblado, sectores estratégicos de la ciudad, cubriendo así un amplio nicho de nuestro mercado.

En este proceso de crecimiento y mejora continua, ofrecemos un amplio portafolio de servicios, satisfaciendo las necesidades de nuestros clientes a través un servicio integral, con productos de excelente calidad y asesoría personalizada.



Servicio integral de café. Office coffee server

SuperCoffee S.A. es una compañía colombiana que tiene como objetivo principal el desarrollo de un novedoso concepto comercial que mediante el sistema de franquicia le permite ofrecer al mercado institucional café tinto de altísima calidad perfectamente estandarizado, utilizando sencillos, pero revolucionarios, equipos europeos y café liofilizado 100% colombiano marca SUPER COFFEE.

Todos los cafés liofilizados son solubles, pero no todos los cafés solubles son liofilizados.

Este esquema ha sido exitoso en otros países del mundo, y se introdujo en Colombia al amparo de la representación exclusiva de los fabricantes de los equipos y una alianza estratégica con la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia, para el suministro del café.



Comercialización y fabricación de bisutería, accesorios, calzado y bolsos

Arte – Moda - Color, es la tendencia que define la cadena de almacenes LORENZO LORENS.

Somos el número uno en calidad, diseño, variedad e innovación; fabricamos y comercializamos tres líneas: bisutería, calzado y bolsos.

LORENZO LORENS es una empresa que trabaja junto a más de 80 artesanos de accesorios y fabricantes de calzado. Promoviendo nuestro diseño y estilo colombiano estamos a la vanguardia en cuanto a la moda actual y en la recuperación de nuestra cultura artesanal.



2.1.5. Categoría de Las Microfranquicias. Existen dos grandes categorías de micro franquicias;

- **Microfranquicias de distribuciones productos.** Se venden los productos del franquiciante y sus relaciones son. proveedor-distribuidor. El franquiciante otorga licencia de su marca y logotipo a las microfranquicias pero habitualmente no les proporciona un sistema completo que le permita operar su negocio.

- **Microfranquicias con formato de negocio:** Utilizan el producto, el servicio, la marca registrada y el método completo de un franquiciante para llevar a cabo el negocio como; el plan de comercialización o mercadeo, la asistencia para elegir el sitio, la capacitación integral y los manuales de operación. Las franquicias con formato de negocio son el tipo de franquicia más común.

2.1.6. Determinación del Mercado Meta De Las Microfranquicias.

“En principio el éxito general de las microfranquicias depende que se cuente con un alto nivel de estandarización. No obstante es necesario que las modificaciones del mercado aprovechen los matices locales y llegue a nuevas regiones y que estas evolucionen con el tiempo.”²⁸

Para el caso del Municipio de Ipiales se puede considerar las microfranquicias de tipo:

➤ **Agroindustrial o Industrial** que fabrican y distribuyen productos, a manera de ejemplo en los subsectores: Alimentos, Textil, Marroquinería, Aseo y Cosméticos, Metal mecánica en otros.

➤ **Micro franquicias de Distribución:** Representar, distribuir productos o servicios. Sistema de jointventure, a través de una alianza estratégica se reparten los mercados, propiedad intelectual, activos, del conocimiento y por su puesto los beneficios.

²⁸ BIBLIOTECA VIRTUAL, Publicaciones, Disponible en: <http://www.fundes.org/uploaded/content/publicacione/1353715694.pdf>, Citado el 26 de Enero de 2013

- **Micro franquicias de Servicios:** oferta de servicios finales: ejemplo hotelería, peluquería, sistemas educativos, software, entre otros.
- **Micro franquicias** referentes a la **transformación productiva** y cultura competitiva es el del emprendimiento y empresario.

2.2. BENEFICIOS Y RIESGOS DEL PROYECTO

2.2.1. Beneficios. Los beneficios específicos para las empresas que apliquen el modelo de microfranquicias serían los siguientes.

- Reducir la pobreza
- Generar empleo
- Generar valor agregado al producto o servicio.
- Un ajuste de procesos internos, de sus prácticas comerciales, condición tributaria y de su situación legal, es decir mejoras significativas en aspectos legales, imagen, estrategia de negocios, de expansión y logística interna.
- Facilita acceso a economías de escala
- Aumenta el valor de su marca
- optimiza el uso de herramientas de gerenciamiento estadístico;
- obtiene fuentes adicionales de ingresos.
- Acceder en forma inmediata a una marca reconocida;
- Obtiene asistencia técnica constante del franquiciante;
- Mantiene la propiedad del negocio
- Reduce costos de instalación y funcionamiento
- La colaboración entre empresarios emprendedores es quizá uno de los hechos que identifica en forma más clara el verdadero espíritu de la Micro franquicia, pues es necesario un trabajo mancomunado e interactivo para lograr los resultados esperados.
- Formalizar el trabajo ya que muchos negocios se mantienen en la informalidad por falta de condiciones socioeconómicas que limitan su crecimiento empresarial.
- General alternativas de empleo.
- EL Apoyo al desarrollo comercial y acceso a mercados
- Una mejor capacidad de negociación con los proveedores y lograr economías de escala en otras áreas como el diseño del producto, la utilización y el desarrollo de nuevas tecnologías y el desarrollo de la cadena de suministro.
- Contar con mejores herramientas para centrarse en la comercialización, el crecimiento y la introducción de nuevos productos, por otra parte, las innovaciones desarrolladas por un microfranquiciante pueden implementarse rápidamente. En toda la red de los microfranquiciatarios.

2.2.2 Beneficiarios. Los beneficiarios directos del proyecto (microfranquiados) serán 120 microempresarios, quienes tendrán la oportunidad de reestructurar su propio negocio e incrementar sus ingresos a través de la operación de una microfranquicia. Estos 120 microempresarios son las personas naturales y jurídicas que se encuentran actualizadas y renovadas en cámara de comercio para los años de 2013 – 2014.

Los beneficiarios indirectos serán los 2435 microempresarios totales registrados en cámara de comercio.

2.2.3 Riesgos. Para fomentar el modelo de la microfranquicias en el municipio de Ipiales se presentaron los siguientes riesgos:

RIESGO	MEDIDA DE MITIGACION
- Falta de habilidades de los microfranquiados para manejar un negocio.	- La capacitación y asistencia técnica continúa a los microfranquiados para fortalecer sus capacidades empresariales.
- Limitada existencia de empresas con capacidad e interés en convertirse en microfranquiadores.	- Se les dará a conocer a las empresas las ventajas y potencial de las microfranquicias como una herramienta que puede acercar sus productos y/o servicios a las comunidades, y se les brindará asistencia técnica en los procesos de gestión de una microfranquicia.
- Las nuevas microfranquicias no tengan el éxito esperado en implementar la metodología	- Para mitigar este riesgo, se contará con un comité de selección de las empresas que además de integrar a los promotores principales, también incluirá a dos especialistas en franquicias que aportarán su experiencia y conocimiento técnico para elegir las mejores propuestas.
- Los proveedores existentes de franquicias y los consultores formados en la metodología no sean capaces de colaborar y de atender a los microempresarios con niveles adecuados de calidad y profesionalidad.	- Si la calidad de los servicios no es satisfactoria, existen actividades de evaluación y retroalimentación del proyecto para ajustar los criterios de selección de los consultores y los cursos de formación. La red de consultores también podrá servir para detectar y poder solventar los problemas que vayan surgiendo relativos a la coordinación de actividades de consultoría.
- Los participantes no contarán con recursos propios o de terceros para financiar los planes de estructuración en franquicias e inversiones adicionales.	- Para mitigar este riesgo se incluyen acciones de sensibilización para vincular a entidades financieras que tienen productos específicos de apoyo al sector para que sirvan a los beneficiarios meta.

2.3 ESTUDIO TECNICO DEL PROYECTO

2.3.1. Estimación del Tamaño del Proyecto: Teniendo en cuenta que se cuenta con 4.179 microempresas se toma como tamaño del proyecto 120 microempresas que tendrán el perfil adecuado y se constituirán como microfranquicias.

2.3.2 Localización del proyecto.

- **Generalidades**

El estudio de localización, es una de las decisiones más importantes que influyen en el éxito o fracaso de un proyecto, y con el cual se busca determinar la localización que maximice la rentabilidad del proyecto.

La localización, es una decisión que influye sobre diferentes variables (tecnología, costos de inversión, operación, medio ambiente) y a su vez, está determinada por diversos factores subjetivos y objetivos dependiendo del caso, como económicos, sociales, técnicos, legales y tributarios. Teniendo en cuenta las empresas del municipio de Ipiales y son quienes implementaran la microfranquicia, la ubicación de la oficina para la realización del proyectos será en la carrera 6ta del municipio de Ipiales.



Fuente: lesucreip

2.3.3 Aspectos administrativos y legales

- Situación actual

La informalidad del sector empresarial, nace, crece y se va reproduciendo rápidamente al no tener mejores oportunidades las personas buscan el ingreso para el sostenimiento de sus familias, esto es preocupante y genera conflictos sociales que a lo largo hacen que la población no pueda progresar y se quede estancada, el reflejo de ello es el bajo desarrollo del municipio, aún falta mucho para que se genere un verdadero desarrollo donde no se vea invisible a este importante lugar fronterizo.

Actualmente en el municipio de Ipiales se cuenta con 4.179 empresas registradas en cámara de comercio de las cuales existe 1 franquicia que es la de SERVIENTREGA, por lo cual encontramos que el tema de franquicia y microfranquicia no se ejecuta en nuestra región, ya sea por desconocimiento o por falta de capital para invertir en esta oportunidad de negocios.

- Situación futura

La asociatividad tiene como objetivo crear empresas más fortalecidas, para adoptar la microfranquicia y así obtener mayores utilidades, menos competencia e incrementar la innovación. Realizar alianzas para implementar una red de consultores, que garantice el buen funcionamiento del negocio, esta red contará con profesionales en todos los campos quienes orientarán a los empresarios y a su equipo de trabajo para obtener mejores resultados e incrementar la competitividad, se tendrá en cuenta los éxitos de los negocios y se replicarán las ideas para motivar al empresario a seguir adelante y prosperar en el mercado.

La creación de microfranquicias tiene un proceso que todo empresario debe conocer.

A continuación se describen las operaciones realizadas para el desarrollo de una microfranquicia.

➤ Identificar la red de microempresas de un mismo rubro o nuevo concepto de negocio.

- Establecer contactos y relaciones con instituciones financieras de crédito, micro finanzas, ONGs, inversores Ángeles, socios estratégicos o red de Partners.
- Capturar y recolectar la experiencia y KnowHow necesario para operar el negocio.
- Apertura de la empresa piloto como incubadora para luego replicar la red de micro franquicias
- Empaquetar la empresa o microempresa piloto con una micro franquicia, con su respectivo programa de capacitación, manuales y procedimientos, financiamiento y marketing
- Establecimiento de la base operativa y de supervisión (manuales operativos)
- Operaciones continuas de revisión, comunicación y de mejora continua.

Pasos para Franquiciar Las Microempresas

- Registra tu marca, logotipo y slogan en Cámara de Comercio o Súper Intendencia de Industria y Comercio.
- Tener definido y por escrito el concepto visual de la marca (logo) gráfico y decoración del negocio para poder replicarlo.
- Escribir los pasos que se tienen que desarrollar para abrir un negocio: trámites, bienes, capital invertido, contrato de franquicia.
- Documentar todos los procesos administrativos.
- Llevar una lista con datos de todos los proveedores.
- Llevar un organigrama con funciones de cada puesto de trabajo o venta
- Documentar la forma como capacitar al personal.

Administración y Gestión Para La Microfranquicia

- El diseñar una plataforma para desarrollar las microfranquicias en Nariño, iniciando con un plan piloto para la ciudad de Pasto, requieren de una alianza estratégica con instituciones públicas y privadas, Acopi y las Pymes que se vinculen a esta oportunidad de expansión del mercado.
- Partiendo del principio que cada empresa debe nacer organizada en todos sus aspectos, tanto legales como estratégicos, que debe dividir el mercado total, elegir los mejores segmentos y diseñar estrategias para comunicarse y atender con rentabilidad y mejor que la competencia su mercado meta sus clientes actuales y potenciales.
- Dentro de la planeación estratégica se requiere contratar los servicios de una empresa consultora para que dé el apoyo estratégico, orientado hacia los puntos específicos que requieran atención inmediata dentro de la planeación.

2.3.4 Ingeniería del proyecto. A continuación se dan a conocer los requisitos o **productos** que son necesarios para el fomento de las microfranquicias con los microempresarios pertenecientes al municipio de Ipiales:

PRODUCTO	CONDICIONES DE ENTREGA DEL PRODUCTO
1. Plan de acción	Debe incluir productos y resultados conforme al cronograma de trabajo definido en el proyecto.
2. Metodología para la identificación, caracterización y selección de negocios validados.	Incluye los mecanismos, estrategias y actividades para la identificación, caracterización y selección de negocios validados en el mercado con potencial de convertirse en microfranquicias adaptables a la región para la cual se presentó el proyecto. Incluye además la estrategia metodológica para establecer selección de capacidades de oferta regional. Los negocios pueden estar en cualquier parte del mundo, pero debe implementarse en las regiones focalizadas.
3. Metodología para la identificación, caracterización y selección de beneficiarios.	Incluye: i) mecanismos, estrategias y actividades para la definición de perfiles de los candidatos potenciales para la conformación de microfranquicias solidarias, considerándola vocación económica y productiva de la región para cual se presenta el proyecto; ii) identificación y selección de beneficiarios, (fuentes, procesos y procedimientos para la individualización); iii) mecanismos de coordinación con beneficiarios, entidades públicas.
4. Plan de comunicaciones	Que contiene: estrategias, medios, periodicidad, contenidos y piezas de comunicación propuestas, además de la estrategia de articulación con los sistemas y medios de comunicación (públicos y privados) de la región donde se ejecuta el proyecto; debe involucrar a todos los actores (microfranquiciantes, microfranquiciados, miembros del equipo que desarrolla el proyecto y entorno), durante la duración del proyecto. Este producto debe incluir en el documento final aciertos y oportunidades de mejora, así como recomendaciones para futuras estrategias similares.
5. Plan de capacitación y entrenamiento	Dirigido a los beneficiarios que incluye: i) fortalecimiento de habilidades personales y sociales, liderazgo, trabajo en equipo, emprendimiento y construcción del proyecto de vida a partir de modelos de microfranquicias; ii) fase de entrenamiento en requerimientos técnicos del proyecto. Deben incluir desarrollo de contenidos, alcance, número de talleres, batería de indicadores, resultados, cronograma de ejecución y resultados de los entrenamientos.
6. Propuestas de Microfranquicias en funcionamiento.	Consolidadas en el curso de la ejecución del proyecto, que consideren las fases de formulación, implementación y seguimiento
7. Estrategia de Acompañamiento, seguimiento y Evaluación.	Incluye medición mediante indicadores cualitativos y cuantitativos. Incluye además un sistema de información para el monitoreo, seguimiento y evaluación de las microfranquicias, con los indicadores de resultado definidos para el proyecto.
8. Documento de Sistematización e informe final	Que contenga la gestión de conocimiento del proyecto y la narrativa de las distintas fases realizadas, dando cuenta del componente científico - técnico y de innovación social, como eje articulador del proyecto. Dicho informe debe contar con un desarrollo conceptual del proceso, medición de impacto y sus indicadores, lecciones aprendidas, y debe proponer elementos para el seguimiento y evaluación de las acciones aprendidas.

3. CAPITULO III EVALUACION EX - ANTE DEL PROYECTO

Este capítulo se lo denominara Evaluación Ex – ante, ya que se realiza un análisis antes de emprender la inversión, este análisis previo consiste en comparar los costos del proyecto con los beneficios que éste genera, para luego decidir sobre la conveniencia de su realización.

A continuación se dará a conocer los dos estudios que hacen parte de este análisis que son la evaluación financiera (a precios de mercado) y evaluación económica (a precios cuenta), los cuales revisa la viabilidad del proyecto y los impactos que generan al entorno, es decir si es viable que las microempresas del municipio de Ipiales inviertan en el modelo de microfranquicias como medio para la innovación empresarial.

Así:

3.1 EVALUACION FINANCIERA

3.1.1 Flujo de caja.

Flujo de Caja				
	Descripción	Año 0 - 2014	Año 1 - 2015	Año 2 - 2016
	Ingresos y beneficios	\$443.520.000,00	\$465.696.000,00	\$491.775.000,00
	Créditos	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Costos de Preinversión	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Costos de Inversión	\$683.303.310,60	\$227.385.240,00	\$415.490.232,00
	Costos de Operación	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Amortización créditos	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Intereses créditos	\$0,00	\$0,00	\$0,00
	Valor de salvamento	\$0,00	\$0,00	\$61.338.666,67
▶	Flujo Neto de Caja	-\$239.783.310,60	\$238.310.760,00	\$137.623.434,67

Fuente: este trabajo.

El proyecto tendrá una duración de tres años, de los cuales en el primer año tenemos como resultado una pérdida de -\$329.783.310, ya que los beneficios son menores a los costos de inversión, mientras que en los años 2.015 y 2.016, cubro los costos y obtengo una ganancia de \$238.310.760 y \$137.623.434, respectivamente

3.2 Evaluación ECONÓMICA

3.2.1 Flujo de fondos económico

Descripción	RPC	Año 0 - 2014	Año 1 - 2015	Año 2 - 2016
Ingresos y ben...				
Incrementar l...	0,80	\$354.816.000,00	\$372.556.800,00	\$393.420.000,00
Créditos				
Costos de Prei...				
Costos de Inv...				
1.1. Mano Ob...	1,00	\$82.189.440,00	\$71.850.240,00	\$62.979.840,00
3.1. Materiales	0,79	\$3.372.905,00	\$3.033.600,00	\$4.076.400,00
4.2. Otros Ser...	0,71	\$32.376.000,00	\$86.222.400,00	\$134.956.800,00
5.1. Terrenos	1,00	\$8.000.000,00	\$0,00	\$0,00
5.2. Edificios	0,80	\$44.000.000,00	\$0,00	\$0,00
5.3. Maq. y E...	0,77	\$5.099.710,00	\$0,00	\$1.000.230,00
6.1. Otros Ga...	0,80	\$385.297.096,48	\$22.704.000,00	\$117.176.000,00
2.0 Transporte	0,80	\$0,00	\$1.500.000,00	\$7.601.113,60
Costos de Op...				
Amortización c...				
Intereses crédi...				
Valor de salva...				
Construccion...	0,81	\$0,00	\$0,00	\$42.768.000,00
Computador...	0,86	\$0,00	\$0,00	\$4.468.273,34
Cámara	0,86	\$0,00	\$0,00	\$343.140,00
Video Beam	0,86	\$0,00	\$0,00	\$670.284,00
Impresora	0,86	\$0,00	\$0,00	\$196.940,00
Escritorios	0,78	\$0,00	\$0,00	\$686.088,00
sillas	0,78	\$0,00	\$0,00	\$823.680,00
Flujo Económi...		-\$205.519.151,48	\$187.246.560,00	\$115.586.021,74

3.2.2 Resultados indicadores económicos

Resumen Evaluación Financiera y Económica o Social						
Alternativa	Valor Presente Neto - Económico	Tasa Interna de Retorno - Económico	Relación Beneficio Costo - Económico	Costo Por Capacidad - Económico	Costo Por Beneficiario - Económico	
▶ Crear nueva...	53.809.745,95	33,30	1,05	8.945.298,13	8.945.298,13	

Valor presente Neto social VPNs Al realizar los indicadores de rentabilidad encontramos que el valor presente neto es de 53.809.745,95 siendo este valor mayor a cero, lo que significa que el proyecto es rentable ya que me genera beneficios.

Tasa interna de retorno social TIRs: La tasa interna de retorno de 33,30%, mayor que la TSD que es de un 12% para proyectos sociales, con lo cual podemos decir que es rentable invertir en la realización del proyecto.

Relación beneficio costo. La relación beneficio costo, es de 1,05 siendo esta mayor a 1, por lo cual se puede invertir en el proyecto, ya que cubro los costos de inversión y obtener beneficios.

CONCLUSIONES

- ✓ El proyecto ha contribuido de manera importante a identificar aquellos problemas o necesidades que requiere una cierta comunidad para así generar alternativas de solución y poder implementar una de ellas, que ayude a solventar aquel problema identificado.

- ✓ La realización del proyecto se hizo con el fin de conocer el funcionamiento de una de las metodologías requeridas para presentar proyectos de inversión pública el Departamento Nacional de Planeación, es decir para conocer la aplicación de la Metodología General Ajustada MGA.

- ✓ El proyecto de microfranquicia constituye uno de los pilares fundamentales del crecimiento económico. Las expectativas a futuro son mayores por las múltiples oportunidades que ofrece, ya sea en el campo de la distribución de los productos y de los servicios.

- ✓ Este proyecto no genera un impacto fuerte sobre el medio ambiente al contrario beneficia a la sociedad al generar plazas de empleo y ofrecer productos de alta calidad.

RECOMENDACIONES

- ✓ Las microfranquicias tienen la capacidad de globalizar el negocio y así mismo constituye un seguro contra los ataques de la competencia. Pero existen obstáculos prácticos porque el empresario no dispone de los recursos técnicos, estratégicos, legales y comerciales para su desarrollo eficiente. Para ello se debe proporcionar la capacitación adecuada a través de seminarios, conferencias a los empresarios Ipiales de los beneficios que ofrecen la microfranquicias, motivándolos así a invertir en este tipo de negocios.

- ✓ Es importante crear lazos de asociatividad donde los microempresarios pueden emerger aún más y puedan alcanzar mucho más logros y hagan crecer sus negocios y así mismo inviertan en microfranquicias que generen ventajas competitivas.

- ✓ Mirar la globalización como una oportunidad, donde se rompen fronteras y los microempresarios puedan invertir en microfranquicias internacionales, aprovechando la frontera existente en nuestro departamento.

- ✓ Involucrar a entidades financieras que puedan brindar mayor facilidad en créditos empresariales, para que los microempresarios puedan realizar mayores inversiones y aumentar su desarrollo.

- ✓ Motivar y apoyar a los microempresarios en la realización de proyectos, para la solución de problemáticas existentes en el sector.

- ✓ Generar valor agregado en las microempresas como medio de innovación empresarial para llegar a ser sostenibles en el tiempo.

BIBLIOGRAFÍA

Las microfranquicias como herramienta de generación de ingresos en comunidades rurales pobres de Guatemala.

Microfranquicias la solución a la pobreza mundial.

Plan nacional “Prosperidad para Todos”

Plan departamental “Nariño Mejor”

Plan Municipal de desarrollo “Todos por Ipiales”

Plan local de empleo Ipiales

[/www.masfranquicias.com/contenidos/contenido.php?contenido=masfranquicias_presenta_informe_anual_de_la_franquicia_en_colombia:_evolucion_cifras_de_la_franqui](http://www.masfranquicias.com/contenidos/contenido.php?contenido=masfranquicias_presenta_informe_anual_de_la_franquicia_en_colombia:_evolucion_cifras_de_la_franqui)

www.slideshare.net/masfranquicias/cifras-de-la-franquicia-en-colombia-2008

ANEXOS

Anexo A. Matriz de participación

CARACTERÍSTICAS DE LOS ACTORES	BENEFICIARIOS		COOPERANTES				
	DIRECTOS	INDIRECTOS	GOBERNACION DEL DEPARTAMENTO DE NARIÑO	MINISTERIO DE INDUSTRIA COMERCIO Y TURISMO	ALCALDIA DE IPIALES	CAMARA DE COMERCIO DE IPIALES	SENA
	120 microempresas registrados en la cámara de comercio de Ipiales	2435 microempresarios del municipio de Ipiales					
INTERESES	Crear vínculos de desarrollo empresarial	Facilita el diseño de escenarios de desarrollo para los microempresarios.	Incrementar la competitividad del sector empresarial	apoyar la actividad empresarial	Promover espacios para que los empresarios participen activa y corresponsablemente en la construcción del desarrollo empresarial	Promover programas, actividades y obras en favor de los sectores productivos de las regiones en que les corresponde actuar, así.	Apoyar los proyectos a favor del emprendimiento y proyectos productivos.
MOTIVOS	Transformación social	Generar las condiciones adecuadas para los microempresarios tenga las posibilidades de desarrollo y generación de ingresos.	Ampliar las oportunidades de trabajo.	incrementar el posicionamiento del sector empresarial	Incrementar la participación de los microempresarios en procesos de desarrollo	participar en actividades que tiendan al fortalecimiento del sector empresarial, siempre y cuando se pueda demostrar que el proyecto representa un avance tecnológico o suple necesidades o implica el desarrollo para la región	Fortalecer los procesos de formación integral que contribuyan al desarrollo comunitario a nivel urbano y rural
NECESIDADES	Bajos niveles de ingresos de los microempresarios que no permite la creación de empresas basadas en microfranquicias con un enfoque de innovación social.	Crear varios proyectos para la participación en microfranquicias enfocado a los diferentes sectores del departamento nariñense para tener apoyo político y económico.	crear alianzas estratégicas para apoyar procesos y programas que permitan la generación de ingresos	contribuir con la sostenibilidad del sector empresarial	Baja generación de oportunidades de empleo e ingresos que afecta el bienestar de la población.	Participar y colaborar en la consecución y fomento de nuevas empresas que ayuden al desarrollo económico de la región.	Asesorar en la realización de investigaciones sobre emprendimiento y en la elaboración y permanente actualización de la clasificación nacional de ocupaciones
EXPECTATIVAS	generar asociatividad en el sector empresarial	Generar acciones que permitan posibles escenarios de participación del departamento.	Contribuir con el desarrollo de la región, en la generación de empleos directos e indirectos.	minimizar índices de desempleo	hacer llamativo el sector empresarial a realizar inversión	Contribuir a la creación de nuevas empresas fomentando la innovación y desarrollo de la región.	Contribuir al desarrollo y crecimiento económico del departamento a través de generación de proyectos en beneficio de nuevas empresas.
ACTITUDES	Proactiva propositiva, participativa	participativa, asociativa, colaborativa	propositiva, activa, colaboradora	crítico, colaborador, propositivo	participativa, proactiva y disponibilidad	Colaborador, participativo, asociativo.	participativa, asociativa, colaborativa
APTITUDES	Técnico, física e intelectual	técnica, física, intelectual	Técnico, intelectual	Técnico e intelectual	técnica física e intelectual	Física, Intelectual.	técnica, física, intelectual
ACTOR CLAVE	empresario líder	Representantes de las entidades territoriales	Gobernador de Nariño	ministro de trabajo	secretaría de planeación	director ejecutivo de la cámara de comercio	Director Regional Sena
POTENCIALIDADES	altos niveles de productividad	Alcanzar mayor participación en el sector productivo de la región.	Incrementar el espíritu empresarial	Fortalecimiento del enganche laboral y emprendimiento	incrementar el formalismo empresarial	Realizar aportes y contribuciones a toda clase de programas y proyectos de desarrollo económico, social y cultural en que la Nación o los entes territoriales	Participar en actividades de investigación y desarrollo tecnológico, ocupacional y social, que contribuyan a la actualización y mejoramiento de la formación integral.
LIMITACIONES	bajo espíritu empresarial	Escasos recursos, falta de apoyo administrativo.	Política presupuestal	procesos dispendiosos	Individualismo del empresario	procesos dispendiosos	procesos dispendiosos

Anexo B. Matriz marco lógico de fomento de las microfranquicias dirigidas a los microempresarios del municipio de Ipiales

	Lógica de Intervención	Indicadores Verificables Objetivamente	Fuentes y medios de verificación	Hipótesis
Objetivo	FOMENTAR EL DESARROLLO DEL SECTOR EMPRESARIAL A TRAVES DE MICROFRANQUICIA EN EL MUNICIPIO DE IPIALES.	30% de aumento en las ventas de los productos de las microfranquicias.	Evaluación de impacto Visitas y entrevistas a microempresarios. Informe y balance financieros	Los microempresarios están conformes y han aumentado sus ingresos con base en el modelo de microfranquicias adaptado.
Objetivos específicos	¿Qué objetivos específicos debe lograr la investigación como contribución al objetivo general?	Indicadores Verificables Objetivamente	Fuentes y medios de verificación	Supuestos
A	Identificar y caracterizar negocios validados en el mercado con potencial de convertirse en microfranquicias adaptables y compatibles con economía solidaria.	Al finalizar el proyecto se habrá realizado el informe de identificación y caracterización de las microempresas con potencial de convertirse en microfranquicias.	Registros de cámara de comercio. Registros fotográficos, realización de estudios y diagnósticos.	Información confiable.
B	crear nuevas empresas de economía a través de microfranquicias	al finalizar el proyecto se habrán registrado en cámara de comercio al menos 52 microfranquicias	Registros de cámara de comercio, documentación y trámites de constitución como microfranquicias. Base de datos de las microfranquicias.	Compromiso de empresas en desarrollo del proyecto por un plazo de 2 años.
C	Lograr que las microempresas establezcan el modelo de las Micro franquicias como elemento de innovación empresarial	Al finalizar el proyecto, 49 microempresas cumplen con el modelo de microfranquicias	Documentos de evaluación a las microfranquicias. Avances semestrales del desarrollo del modelo.	La economía se mantiene estable
D	capacitar a los microempresarios , mediante la implementación de actividades de entrenamiento desde el enfoque de emprendimiento	al finalizar el proyecto habrán capacitado 108 microempresarios	Registros de asistencia, fotográfico y fílmico.	Los empresarios se mantienen motivados y capacitados para la elaboración y consecución de proyectos de microfranquicias.
Resultados esperados	Los resultados son los logros que permiten alcanzar el objetivo específico ¿Cuáles son los resultados esperados?	Indicadores Verificables Objetivamente	Medios de Verificación	Supuestos
A1	Informe de la identificación de las posibles microempresas con potencial a convertirse en microfranquicias.	7 meses después de haberse aprobado el proyecto se tendrá que al menos el 60% de las microempresas de Ipiales pueden convertirse en ideas de negocios factibles para ser microfranquicias en el sector comercial social y de producción.	Documento del estudio de mercado. Carta de expresión de interés de potenciales microfranquiadores.	Existe interés de las empresas, consultores, entidades financieras, universidades, gremios en ser sensibilizados y posteriormente vincularse al proyecto.
B1	120 empresas consolidadas como microfranquicias.	11 meses con tres semanas después de haberse aprobado el proyecto se tendrá al menos un 45% de las microempresas registradas en cámara de comercio en Ipiales estarán constituidas y estructuradas como microfranquicias.	Actas y registros de la calificación para la selección de microfranquicias potenciales. Base de datos de las microempresas seleccionadas y admitidas como microfranquicias. 54 convenios con microfranquiadores firmados.	Las condiciones económicas permiten desarrollar los modelos de microfranquicias, así como los modelos de financiamiento al sector. Es factible combinar los intereses de microfranquiadores y microfranquiados
C1	Empresas con el modelo de microfranquicias en operación	6 meses y una semana de haberse aprobado el proyecto se espera que al menos el 90% de las microfranquicias registradas en cámara de comercio operen con el modelo de microfranquicia	Registros en cámara de comercio. Empresas con marcas reconocidas	empresarios con nuevos ingresos por la venta de artículos y/o servicios
D1	Empresarios capacitados con nuevos conocimientos listos para seguir avanzando en sus microfranquicias.	11 meses después de haberse aprobado el proyecto se espera que el 90% de los microempresarios asistan y apliquen los conocimientos suministrados en los sistemas de apoyo, y cuenten con bases sólidas para el buen funcionamiento de las microfranquicias.	Planes de capacitación y entrenamiento dirigido a los beneficiarios o microempresarios. Plan de comunicación de la campaña y medios publicitarios. Informe de registros de asistencias a de los diferentes talleres y capacitaciones. Informe de resultados de las capacitaciones.	El modelo de microfranquicias ha demostrado ser financiera y empresarialmente sostenible con el fin de lanzar un mensaje positivo a la comunidad.

Anexo C. Actividades

Actividades (Organizadas cronológicamente)	¿Cuáles son las actividades clave que deben realizarse, y en qué orden, para conseguir los resultados esperados? (Agrúpense las actividades por resultados)
A.1.1	construcción oficina
A.1.2	Realización del informe para identificar y caracterizar las oportunidades de negocios en el mercado con potencial de convertirse en microfranquicias.
A.1.3	Caracterización de los perfiles de los beneficiarios
A.1.4	Convocatoria de las empresas que desean ser microfranquiciantes.
A.1.5	Inscripción de las microfranquicias
B.1.1	Selección y validación de las microempresas que trabajaran con el modelo de microfranquicias.
B.1.2	Establecimiento de alianzas con micro financieras
B.1.3	Realización de convenios con franquicias nacionales.
B.1.4	Informes de evaluación, priorización, del microfranquiciante y Microfranquiciado desde su rol como empresarios y emprendedores.
B.1.5	Generación de Talleres formativos en la implementación de Microfranquicias a través de los diferentes elementos conceptuales: Conceptual, Operativo, de Mercado, Legal, Administrativo y financiero.
B.1.6	Taller formativo 5p (plaza, persona, promoción, publicidad, precio)
B.1.7	Taller formativo TICS como herramientas para las empresas
B.1.8	Taller formativo "como incrementar sus habilidades gerenciales"

INSUMOS											
MANO DE OBRA CALIFICADA	M.O NO CALIFICADA	TRANSPORTE	MATERIALES	SERV. DOMICILIARIOS	OTROS SERVICIOS	TERRENOS	EDIFICIOS	MAQUINARIA Y EQUIPO	MANTENIMIENTO	OTROS GASTOS	TOTAL INVERSIÓN
17.879.040	0	0	0	0	0	8.000.000	55.000.000	0	0	0	80.879.040
23.950.080	0	0	3.219.500	0	0			6.623.000	0	0	33.792.580
3.548.160	0	0	300.000	0	0	0	0	0	0	0	3.848.160
1.774.080	0	0	0	0	2.400.000	0	0	0	0	0	4.174.080
443.520	0	0	100.000	0	0	0	0	0	0	0	543.520
2.217.600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.217.600
2.217.600	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2.217.600
7.096.320	0	0	0	0	0	0	0	0	0	27.750.000	34.846.320
8.870.400	0	0	200.000	0	0	0	0	0	0	0	9.070.400
14.192.640	0	0	450.000	0	43.200.000	0	0	0	0	0	57.842.640
10.644.480	0	625.000	840.000	0	31.680.000	0	0	0	0	9.010.000	52.799.480
8.870.400	0	625.000	840.000	0	26.400.000	0	0	0	0	7.960.000	44.695.400
14.192.640	0	625.000	840.000	0	42.240.000	0	0	0	0	11.410.000	69.307.640

(Continuación Anexo C. Actividades)

B.1.9	Empresas formalizadas en cámara de comercio y solicitud de control de legalidad ante Superintendencia de Economía Solidaria.
B.1.10	Empaquetamiento documentado de la microfranquicia de acuerdo al origen.
C.1.1	Capacitación y entrenamiento documentado de los microfranquiados por parte de los microfranquiciantes.
C.1.2	Se constituye el Manual de identidad corporativa (logo, uniforme, papelería, etc.)
C.1.3	Se realiza el Informe de viabilidad de la microfranquicia a implementar para la autorización y entrega de capital de trabajo para su puesta en marcha.
C.1.4	Constitución del Modelo de organización (estatutos, reglamentos, programas, procesos de administración democrática)
C.1.5	Se entrega el Manual de operación (mecanismos jurídicos contractuales, ética, etc.) entre microfranquiciante y Micro franquiciado.
C.1.6	Estrategia de comunicaciones de la microfranquicia (pautas, materiales, medios de comunicación, etc.).
D.1.1	Talleres sobre emprendimiento empresarial
D.1.2	Capacitación en mercadeo "los nuevos mercados de hoy"
D.1.3	Capacitación en aspectos financieros "Conozca su empresa financieramente"
D.1.4	capacitación en administración "La importancia de la planeación organizacional"
D.1.5	capacitación en aspectos legales "legislación laboral como herramienta de seguridad para el microempresario"
D.1.6	Capacitación en actualización tributaria 2014
D.1.7	Capacitación Creación de sitios web.
D.1.8	Participación de eventos a ferias internacionales.
D.1.13	Gastos administrativos
D.1.14	Interventoría

3.548.160	0	0	100.000	0	0	0	0	0	0	0	3.648.160
7.096.320	0	0	100.000	0	0	0	0	0	0	0	7.196.320
5.322.240	0	0	500.000	0	21.120.000	0	0	0	0	0	26.942.240
3.548.160	0	0	150.000	0	0	0	0	0	0	0	3.698.160
3.548.160	0	0	150.000	0	0	0	0	0	0	0	3.698.160
10.644.480	0	0	200.000	0	0	0	0	0	0	0	10.844.480
4.435.200	0	0	120.000	0	0	0	0	0	0	0	4.555.200
3.548.160	0	0	120.000	0	0	0	0	0	0	0	3.668.160
8.870.400	0	625.000	840.000	0	26.400.000	0	0	1.299.000	0	6.910.000	44.944.400
8.870.400	0	625.000	840.000	0	26.400.000	0	0	0	0	7.960.000	44.695.400
7.096.320	0	625.000	840.000	0	21.120.000	0	0	0	0	6.910.000	36.591.320
7.096.320	0	625.000	840.000	0	21.120.000	0	0	0	0	6.910.000	36.591.320
8.870.400	0	625.000	840.000	0	26.400.000	0	0	0	0	7.960.000	44.695.400
14.192.640	0	625.000	840.000	0	42.240.000	0	0	0	0	11.410.000	69.307.640
4.435.200	0	0	840.000	0	26.400.000	0	0	0	0	2.410.000	34.085.200
0	0	4.911.392	0	0	0	0	0	0	0	96.000.000	100.911.392
										410256000,00	410.256.000
										43615370,60	43.615.371
										TOTAL	1.326.178.783