

¹Star+ Propaís

Desarrollo de micro-franquicias en Colombia

María Helena Jaén y Omar Fernando Cifuentes Zapata

Antecedentes:

1. Nacimiento de Propaís

Como menciona su página web, Propaís es una organización mixta compuesta por setenta y seis (76) entidades socias (9 públicas y 67 privadas) y fue creada en el año 1994 en Bogotá (<http://propais.org.co/> - fecha de acceso 15/05/2018). Entre las entidades públicas se encuentran Ministerio de Comercio, Ministerio de Agricultura, Servicio Nacional de Aprendizaje, Departamento Nacional de Planeación, Fondo Nacional de Garantías, Ministerio de Trabajo, Ministerio de Educación, y entre las entidades privadas están Confecámaras, Fundación Carvajal, Fundación Corona, Fundación Santo Domingo, entre otros (<http://propais.org.co/nosotros/socios/> - fecha de acceso 15/05/2018). Así, Propaís es una organización sin ánimo de lucro que es financiada por el sector público y el sector privado.

Según María Lucía Castrillón Simmonds (MLC), gerente de Propaís, “la organización nace como una instancia de concertación público-privada, para desarrollar programas de apoyo al sector empresarial colombiano, se enfoca principalmente en las pequeñas empresas de Colombia”. Propaís tiene tres líneas de trabajo: Evaluación de proyectos (evalúa proyectos de cofinanciación con recursos públicos y privados y es la única organización en Colombia que cuenta con la certificación ISO9000 para tal fin), Fortalecimiento empresarial y regional (estructuración y desarrollo de proyectos de apoyo al desarrollo social, empresarial y económico de las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipyme) de Colombia) y Promoción de mercados (Propaís ha sido la entidad seleccionada por el Ministerio de Comercio, Industria y Turismo como aliada en su programa de promoción del mercado interno, mediante el crecimiento y fortalecimiento de las micro y pequeñas empresas, por ejemplo el programa Compre Colombiano) (<http://propais.org.co/> - fecha de acceso 15/05/2018).

¹ Este trabajo se llevó a cabo gracias a la subvención concedida por el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC), del Fondo Multilateral de Inversiones (FOMIN), parte del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y la Fundación City. Las opiniones aquí expresadas no representan necesariamente a estas instituciones o fundaciones o sus Juntas de Gobernadores. Para más información acerca del proyecto visiten: <https://observatorioscala.uniandes.edu.co/es/>

El proyecto Desarrollo de micro-franquicias en Colombia, en adelante el proyecto, se inserta en la línea de trabajo de Fortalecimiento empresarial y regional. Éste, busca conectar franquiciantes (empresas que deseen expandirse a través de micro-franquicias) y franquiciados (emprendedores que quieran implementar un modelo de negocio probado). En palabras del director del proyecto de micro-franquicias, Luis Martínez (LM), “le ofrecemos al franquiciante: socialización, capacitación, asistencia técnica y acompañamiento comercial para que venda franquicias”. Al franquiciado, agrega,

“le ofrecemos capacitación, socialización, participación en ruedas de negocios, acompañamiento para la compra de la franquicia y para la puesta en marcha de la misma. Este acompañamiento se enfoca en cómo está funcionando la micro franquicia, cómo está la relación con el franquiciante, qué dificultades tiene, cómo está el cumplimiento del contrato, cómo están sus ventas, cómo está su estrategia comercial, cómo están sus números, cómo está la recuperación de su inversión, en todos los aspectos del funcionamiento de la micro franquicia le damos apoyo al franquiciado.

Los franquiciantes se caracterizan por “ser empresas con mínimo dos años de constitución que tienen reconocimiento regional (en la región o departamento donde nació la empresa, por ejemplo Bogotá o Medellín) y cuentan con el registro de su marca (en Colombia) o están en proceso de registrarla, que generan utilidades (lo cual es validado con los estados financieros) y que buscan expandirse comercialmente utilizando el modelo de micro-franquicias. Por su parte los franquiciados, se caracterizan por ver la micro-franquicia como un proyecto de vida y tener parte del capital necesario para comprarla (sin ser excluyente, se recomienda tener el 50% del capital para comprar la micro-franquicia). El precio de una micro-franquicia (incluye el uso de la marca, adecuaciones, primera proveeduría y demás costos necesarios para la apertura, no incluye capital de trabajo), en el proyecto, está entre US\$5.000 y US\$25.000.

2. Objetivo principal de Propaís

El objetivo principal de Propaís es fortalecer el tejido empresarial del país a través del desarrollo de las micro, pequeñas y medianas empresas de Colombia. La misión, como se encuentra en su página web se define como: “Propaís busca el desarrollo de las micro y pequeñas empresas mediante un trabajo estratégico, realizado en conjunto entre actores públicos y privados. Su actuación se centra preferentemente en promover políticas, generar información y el desarrollo de programas pertinentes para este sector” (<http://propais.org.co/nosotros/que-es-propais/mision/> - fecha de acceso 15/05/2018).

De acuerdo al convenio realizado entre el Banco Interamericano de Desarrollo en su división Fondo Multilateral de Inversión (BID-FOMIN), financiador del proyecto, y Propaís: “el objetivo del proyecto Desarrollo de Micro-franquicias en Colombia , en términos de impacto, es contribuir a generar ingresos sostenibles para las poblaciones vulnerables y de bajos ingresos de Colombia, mediante la expansión empresarial impulsada por las micro-franquicias. A nivel de resultados, el objetivo es ayudar a aumentar la escala de operaciones de las micro y pequeñas empresas mediante el diseño y la aplicación de un modelo de micro-franquicia con formato de negocio”. (Convenio Micro-franquicias entre el BID-FOMIN y Propaís, 20 de noviembre de 2014, anexo A, p.13). En resumen, Propaís cumple un rol de facilitador, promotor o articulador para el desarrollo de micro-franquicias en Colombia.

3. Presencia en el mercado de Propaís

Propaís con veintitrés años de existencia, es la única organización en Colombia que impulsa proyectos de micro-franquicias. Según MLC, “el trabajo que hace Propaís no lo hace ninguna otra institución en Colombia”. De hecho, trabajan vinculando otras entidades del sector público y privado para implementar el modelo de micro-franquicias. Actualmente tienen sesenta aliados vinculados al proyecto de micro-franquicias de los veinte que se habían planeado (60/20, en adelante el denominador se refiere a la meta planeada), han dado acompañamiento técnico a 52/20 empresas, han certificado 217/200 emprendedores como potenciales franquiciados, han realizado 11/4 ruedas de negocios que reúnen a franquiciantes y posibles franquiciados y, han establecido 47/200 micro-franquicias (Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias Propaís, abril de 2018, p.2).

Adicionalmente, el proyecto hace presencia en las principales regiones del país y los franquiciantes se encuentran concentrados en los departamentos de Cundinamarca, Valle del Cauca, Antioquia y Atlántico. Véase anexo uno.

Situación:

1. Contexto del proyecto Desarrollo de Micro-franquicias en Colombia

El porcentaje de población colombiana que vivía por debajo de la línea de pobreza entre los años dos mil doce 2012 y dos mil catorce 2014 se encontraba en 34,1% y 30,6% respectivamente. A pesar de la reducción de la pobreza se requerían iniciativas que aceleraran esa tendencia a través de la generación de empleo formal (Dane y Banrepública, 2018). Véase anexos dos y tres.

En el año 2012, Propaís realizó una encuesta en las principales ciudades de Colombia (Bogotá, Cali y Medellín) que arrojó como resultado una clara demanda por modelos de

emprendimiento de bajo riesgo, así como un modelo efectivo de crecimiento para las empresas (Justificación Proyecto Microfranquicias, 2014), el modelo de micro-franquicias respondía a esta demanda. Sin embargo, una gran proporción de los franquiciados falla. Se estima que de las nuevas franquicias creadas en Estados Unidos, el 25% deja de existir en menos de un año y el 40% fracasa dentro del cuarto año. (Shane S., 2005. "From, Ice Cream to the Internet: Using Franchising to Drive the Growth and Profits of Your Company").

Con el Proceso de Paz en marcha que había iniciado en septiembre del año 2012 y una economía boyante por el boom petrolero, con precios por encima de US\$100/barril, el producto interno bruto de Colombia crecía durante el año 2014 en 4,6% respecto a 2013 y en el cuarto trimestre de 2014 la economía colombiana crecía 3,5% con relación al mismo trimestre de 2013 (https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/boletines/pib/bol_PIB_dem_IVtrime14_2.pdf. - fecha de acceso 11/07/2018). El proyecto de micro-franquicias fue aprobado mediante la firma del convenio entre el BID-FOMIN y Propaís el 20 de noviembre del año 2014.

2. Razón por la cual Propaís empieza a desarrollar una iniciativa considerada RDI.

El proyecto surge en respuesta a la estrategia de Propaís. Según MLC, “[el proyecto] responde a una de las líneas estratégicas de Propaís que es el fortalecimiento institucional y regional” y, en palabras de LM, nuestros clientes franquiciantes son micro, pequeñas o medianas empresas, si nosotros apoyamos para que éstas se expandan comercialmente, utilizando la estrategia de la micro franquicia, estamos apoyando el desarrollo empresarial de Colombia.

Modelo de Negocio Inclusivo

1. El desafío

Como se ha dicho, Propaís busca fortalecer la micro, pequeña y mediana empresa en Colombia. Específicamente, el proyecto de micro-franquicias busca generar ingresos sostenibles para las poblaciones vulnerables y de bajos ingresos de Colombia a través de la expansión comercial impulsada por las micro-franquicias. De esta manera existe una oportunidad de crecimiento para el país, los franquiciantes y los franquiciados, a la vez que se genera valor económico para las partes involucradas (empresas, emprendedores y trabajadores) y se mejoran los ingresos de poblaciones vulnerables y de bajos ingresos.

Para Propaís, el desafío se centra en la falta de regulación, la informalidad y la poca cultura de registro de marca que existe en Colombia. Según LM “la franquicia en Colombia no está regulada, no existe una ley de franquicia”. La mala reputación de las micro-franquicias

mengua la capacidad de la organización para convencer empresas y emprendedores “hay experiencias desafortunadas en el país, con franquiciados que dicen haber comprado una franquicia o micro-franquicia y han resultado estafados”. La informalidad crea una necesidad de preparación de los franquiciantes antes de implementar el modelo de micro-franquicias, Propaís exige la constitución legal de la empresa, mínimo dos años de operación y el registro de su marca. LM agrega: “encontramos empresas que tienen 20 o 30 años y que nunca han registrado su marca y cuando la van a registrar, aparece una empresa que apenas lleva 2 años de funcionamiento pero que ya registró la marca”. En Propaís: “la micro franquicia se caracteriza porque desde el día uno nace formal desde el punto de vista empresarial, laboral y de registro de marca” (1. Entrevista a Luis Martínez abril 23 de 2018, p.6).

Para los franquiciantes, el principal desafío es encontrar emprendedores a los que puedan confiar su marca. Luis Giraldo (LG), gerente de expansión de la empresa Alitas Colombianas y franquiciante del proyecto opina:

“uno de los retos más grandes que tenemos, es encontrar perfiles de potenciales franquiciados adecuados, porque esto no es para todo el mundo, no todo el mundo nació para esto, con el chip o el ADN de crear empresa. Crear empresa es muy difícil, para nosotros son héroes los que crean empresa, son héroes dentro de la sociedad porque generan empleo, pagan impuestos y mejoran las condiciones socioeconómicas de una zona” De cada 30 potenciales entrevistados sólo uno sigue adelante en el proceso porque “no tienen las habilidades, convicciones de vida, de familia, de sociedad ni la red de apoyo para montar un negocio.

El temor a la competencia desleal por parte de los franquiciados es otro de los desafíos que enfrentan los dueños de las marcas. Al respecto, Andrés Méndez (AM) director general de la empresa Saviv comenta:

“hay temores de competencia desleal, estamos entregando un modelo que desarrollamos durante mucho tiempo y, si no lo entregamos a la persona adecuada puede que en un tiempo esa franquicia se convierta en nuestra competencia más fuerte”.

Para los franquiciados, los desafíos medulares son el desconocimiento del mercado, el riesgo de perder el capital invertido, la falta de habilidades administrativas y el tiempo de trabajo que dedican a la micro-franquicia. Para Ángela Velasco (AV), franquiciada de Alitas Colombianas:

“[el reto] indudablemente es el desconocimiento del mercado, del área de alimentos, físicamente también era desgastante, eso fue un reto, porque tengo una hija pequeña,

entonces era no verla varios días”. Además agrega: “yo no soy tan buena para los números”

2. Esquema: pasos a seguir para el desarrollo del proyecto de micro-franquicias

El primer paso fue la formulación y estructuración del proyecto. Para ello, se presentó una propuesta ante el BID-FOMIN con el apoyo de la junta directiva de Propaís. Con el apoyo financiero del BID (US\$ 1.332.000), el proyecto cuya duración es de cuarenta y dos 42 meses inició el 20 de noviembre de 2014 con la firma del convenio entre Propaís y el BID-FOMIN.

La fase de ejecución del proyecto requería la concientización y promoción del concepto de micro-franquicias. Para ello, Propaís realizó eventos de difusión con el objetivo de contribuir a que se comprendiera: (1) qué tipos de procesos y procedimientos eran necesarios para un contrato de franquicia, (2) qué aptitudes debía tener el empresario de micro-franquicia para tener éxito, y (3) qué implicaba una franquicia en la práctica (para los franquiciantes y los franquiciados) (Convenio Microfranquicias entre el BID-FOMIN y Propaís, p.13).

Luego de esta etapa, era necesario fortalecer las capacidades para las micro-franquicias. En ese sentido, se brindó capacitación, acompañamiento técnico y certificación de los actores principales (franquiciantes y franquiciados). A la fecha, 52/20 empresas han recibido acompañamiento técnico por parte de Propaís y se han certificado doscientos diecisiete 217/200 emprendedores.

Finalizada la etapa de capacitación, llegó el momento de reunir a los franquiciantes y los franquiciados con el objetivo de desarrollar un mercado de micro-franquicias. Propaís ha facilitado la interacción y las transacciones de negocio por medio de plataformas virtuales y eventos que conectan franquiciantes con posibles franquiciados. A través de once 11/4 ruedas de negocio se han logrado establecer cuarenta y siete 47 micro-franquicias.

3. Población Involucrada

Además de los aliados, 60/20, (véase anexo 4), el proyecto involucra empresas que buscan expandirse a través de las micro-franquicias (franquiciantes), emprendedores que compran la micro-franquicia (franquiciados), trabajadores contratados por las micro-franquicias para su operación y las familias tanto de los franquiciados como de los franquiciantes que pueden mejorar sus condiciones socioeconómicas. Los franquiciantes y franquiciados, después de

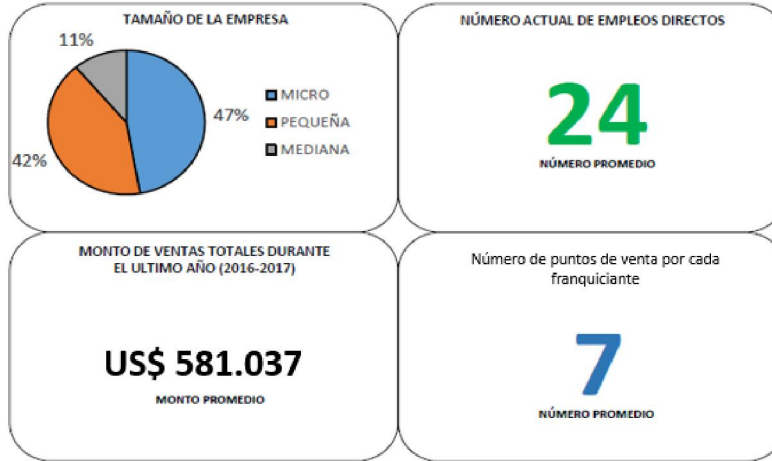
recibir capacitación y acompañamiento técnico, son reunidos por Propaís en ruedas de negocio. Los interesados son contactados a través de eventos de difusión y diferentes canales de comunicación (plataforma web, centros de información regionales con oficinas físicas, entre otros).

El perfil ideal de franquiciante es una empresa que haya sido constituida legalmente con dos años o más de antigüedad, que esté generando utilidades, que tenga su marca registrada y que quiera expandirse utilizando la estrategia de micro-franquicias. Por otra parte, el franquiciado ideal es aquel para quien la micro-franquicia es un proyecto de vida. Esto es, que se dedique a trabajar en la micro-franquicia, que sea una parte importante de sus ingresos y que no la entregue a un administrador. Al respecto LM opina:

“no tenemos preferencias de género, no tenemos preferencias de edad, no tenemos preferencias de estrato, pero sí es muy importante que se identifique plenamente con la marca que quiere comprar. Buscamos un franquiciado que quiera entregarse por completo, que tenga como proyecto de vida dedicarse a la franquicia, que sea mucho más que una inversión económica, que sea mucho más que un proyecto financiero, que sea un proyecto de vida. Que tenga sino todos los recursos al menos una parte de ellos para comprar la (micro) franquicia, que no necesite endeudarse por el total de la (micro) franquicia” (1. Entrevista a Luis Martínez abril 23 de 2018, p.5).

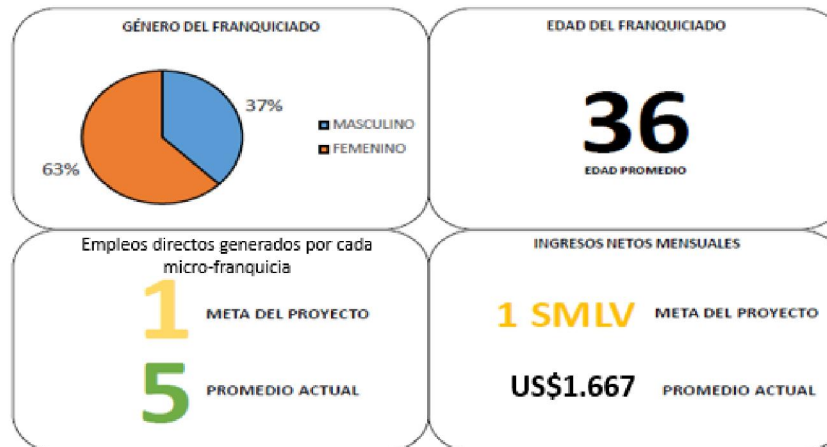
Los gráficos presentados a continuación presentan información de los franquiciantes, los franquiciados y el personal contratado para la operación de las micro-franquicias.

Línea Base de Franquiciantes



Fuente: Propaís, Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias Propaís, abril de 2018

Línea Base de Franquiciados



Fuente: Propaís, Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias Propaís, abril de 2018

Características de los empleos generados por las micro-franquicias



Fuente: Propaís, Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias Propaís, abril de 2018

Cabe destacar que el promedio del salario pagado a los empleados de las micro-franquicias es superior al salario mínimo en Colombia para el año 2018, US\$332 vs US\$260 (<http://www.salariominimocolombia.net/> - fecha de consulta 23 de mayo de 2018).

Ángela Velasco (AV), franquiciada de la empresa Alitas Colombianas, tiene 36 años, es enfermera especialista en seguridad y salud en el trabajo, vive en un sector de estrato tres y como ella dice “desde hace muchos años, tenía la perspectiva y la meta de tener un negocio propio”. Ángela se asoció con dos familiares para reunir el capital necesario para la compra y puesta en marcha de la micro-franquicia, utilizaron los ahorros de su vida laboral. El ingreso mensual del hogar compuesto por Ángela y su esposo se encontraba, antes de crear la micro-franquicia, entre US\$ 1000-1300. Es la primera vez que emprenden y esperan que el período de repago de la inversión esté entre el tercer y cuarto año (4. Entrevista a Ángela Velasco Alitas Colombianas, p.11).

Esta franquicia de Alitas Colombianas cuenta con un administrador, un jefe de cocina y tres auxiliares de cocina. El administrador tiene un salario de \$1.230.000 más un auxilio extralegal de \$425.000 y las tres auxiliares ganan el salario mínimo legal vigente (\$781.242). Si las auxiliares no trabajaran en este proyecto, probablemente estarían dedicadas a labores del hogar sin percibir un ingreso estable ni cotizar a los sistemas de pensiones y salud. El jefe de cocina es contratado por el franquiciante y puesto en sitio (4. Entrevista a Ángela Velasco Alitas Colombianas, p.9).

4. Entidades Involucradas

Dentro de la lista de entidades involucradas, que Propaís llama “aliados del proyecto”, se destacan las cámaras de comercio regionales, las organizaciones sin ánimo de lucro que buscan fomentar la creación y fortalecimiento de empresas en Colombia, y las entidades financiadoras como Bancamía y Banco Mundo Mujer S.A. Propaís está compuesto por setenta y seis (76) entidades socias (9 públicas y 67 privadas) (<http://propais.org.co/nosotros/socios>). Específicamente, en el proyecto hay sesenta aliados. Véase anexo 4. Adicionalmente, como se mencionó con anterioridad, el BID-FOMIN es el financiador del proyecto.

5. Inversión

La inversión total es de US\$ 2.540.150, de los cuales US\$ 1.332.000 corresponden a aportes del BID-FOMIN y US\$ 1.208.150 corresponden a la contrapartida aportada por el Proyecto de Micro-franquicias ejecutado por Propaís (Convenio Microfranquicias entre el BID-FOMIN y Propaís, p.19).

Estructurar una micro-franquicia cuesta en promedio veinte ocho millones de pesos \$28.000.000 (US\$10.000). Esto incluye el acompañamiento técnico, un diagnóstico de la empresa franquiciante y el desarrollo de un plan de establecimiento de la micro-franquicia que abarca las etapas estratégica, financiera, operativa, legal y comercial. El Proyecto de Micro-franquicias ejecutado por Propaís asume el 50% de este valor y el franquiciante el 50% restante.

Adicionalmente, abrir una nueva micro-franquicia depende del canon de entrada y de la inversión en activos fijos y capital de trabajo. Estas inversiones se explican más adelante.

Logros y Resultados

Para el país

Colombia ha obtenido 47 nuevas empresas, 47 nuevos empresarios y 235 trabajos directos generados. Más allá de estos números, el país ha avanzado en la formalización del empleo. En palabras de LM: “la micro-franquicia nace formal”.

Para los franquiciados

“Más de la mitad de los franquiciados que hasta el momento están en el proyecto han alcanzado el punto de equilibrio desde el primer mes de funcionamiento” (1. Entrevista a Luis

Martínez abril 23 de 2018, p.10). Esto es sinónimo de cómo el proyecto de micro-franquicias reduce el riesgo financiero de un nuevo negocio al replicar un modelo probado.

La distribución geográfica (anexo 5) permite inferir que el proyecto ha alcanzado la mayoría de regiones del país. Además la meta de mil emprendedores sensibilizados se logró en un 347% aproximadamente, con un total de 3466 emprendedores. Estos números reflejan resultados alcanzados en el corto plazo.

Las 47 micro-franquicias establecidas en el marco del proyecto (mayo de 2018) han vendido un total de \$1.743.110.873 equivalentes a US\$ 581.000 (Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias Propaís, abril de 2018). En el anexo 8 se presenta una descripción de cada empresa.

Para los franquiciantes

Los franquiciantes cobran un canon de entrada a los franquiciados por derecho de uso de marca y transmisión de conocimiento (entre US\$0 y US\$10.000) y una comisión por ventas que es de 5% en promedio, esto equivale a \$87.155.544 de las ventas totales a la fecha, equivalentes a US\$29.000. Otro logro para los franquiciantes es la expansión de las 47 empresas que transfirieron su modelo a los franquiciados.

Para Propaís

Faltando un año para la terminación del proyecto (mayo de 2019), Propaís ha logrado exceder la mayoría de los indicadores del proyecto a excepción de las micro-franquicias establecidas (47/200). A continuación se presenta un resumen con los principales indicadores del proyecto.

Propaís ha vinculado 60/20 aliados al proyecto (véase anexo 4). Propaís ha capacitado a los aliados acerca de cómo replicar el proyecto de micro-franquicias. Al finalizar el proyecto, Propaís espera que los aliados continúen con la iniciativa de apoyo a franquiciantes y franquiciados, y de esta continúe la expansión empresarial a través de las micro-franquicias.

Propaís ha brindado asistencia técnica a 52/20 empresas franquiciantes. Las empresas franquiciantes son las que entregan el modelo de negocio a los franquiciados, pero antes de hacerlo requieren de una preparación. Ésta, es la fase correspondiente a la ruta de empresarios franquiciantes donde se estructura el modelo de expansión comercial de la empresa seleccionada a través del sistema de micro-franquicias. Esta etapa debe entregarse de acuerdo con los protocolos mínimos para una franquicia, los cuales se basan en cuatro (4) módulos: Comercial, Operativo, Financiero y Jurídico.

Adicionalmente, el proyecto dispone de firmas consultoras avaladas que serán las encargadas de llevar adelante el proceso de estructuración de franquicia. Los empresarios seleccionados por el proyecto tendrán la posibilidad de recibir al menos 3 propuestas por parte de las firmas de consultoría, estas propuestas a su vez serán revisadas por el equipo de micro-franquicias de Propaís para garantizar el objetivo de la asistencia técnica, costos y entregables de la propuesta seleccionada. Finalmente, durante el tiempo de la asistencia técnica (4 a 6 meses), los coordinadores regionales estarán a cargo del seguimiento permanente de cada consultoría para velar por su correcta ejecución.

Propaís ha certificado a 217/200 emprendedores como potenciales franquiciados. Un emprendedor potencial es entendido como aquel individuo con potencialidad de adquirir una micro-franquicia (potencial franquiciado). Para que este logre una certificación, debió haber asistido al menos a 3 jornadas de capacitación en los módulos Comercial, Operativo, Financiero o Jurídico, así como también a los talleres de habilidades comerciales.

Propaís ha realizado 11/4 ruedas de negocio. Éstas, se entienden como el espacio donde se encuentran la oferta y la demanda, empresarios que realizaron la ruta de potenciales franquiciados y ya son franquiciantes con emprendedores interesados en adquirir una micro-franquicia que han cursado las capacitaciones del proyecto. El objetivo principal es acercar modelos de negocio altamente potenciales con emprendedores que tiene un perfil de franquiciantes, así como también posicionar el proyecto en el mercado como referente de emprendimiento franquiciado y alternativas de expansión comercial para empresarios colombianos.

Estos eventos se llevan a cabo en media jornada, con al menos 10 empresarios y un rango de visitantes entre 100 y 500 personas. Además, es indispensable contar con la asistencia de entidades aliadas que puedan ofertar servicios complementarios para los emprendedores y empresarios, tales como inmobiliarias, prensa, crédito y microcréditos, entre otros.

Por último, por medio del proyecto, Propaís ha logrado que se establezcan 47/200 micro-franquicias. Una micro-franquicia se considera establecida cuando abre sus puertas al público.

Aprendizajes:

1. Factores de éxito

El primer factor clave de éxito es la estrategia de comunicación. Para establecer 47 micro-franquicias fue necesario sensibilizar a 3466 emprendedores y certificar a 217 de ellos. Dentro de la estrategia de comunicación de Propaís el sitio web, los eventos de difusión y la red de aliados jugaron un papel fundamental. Esta fue la manera de atraer franquiciantes y franquiciados al proyecto.

Convocar empresas que quisieran expandirse a través de la estrategia de micro-franquicias no era suficiente. Por ello Propaís capacitó a ambas partes, franquiciante y franquiciado, preparándolos para establecer una micro-franquicia. Como se mencionó anteriormente, Propaís brindó asistencia técnica (véase anexo 8) a los franquiciantes y certificó (véase anexo 8) a los emprendedores como potenciales franquiciados. La capacitación es el segundo factor clave de éxito.

En último lugar, se considera como factor de éxito los espacios que generó Propaís para conectar a las empresas franquiciantes con los potenciales franquiciados. Las ruedas de negocio (véase anexo 8) fueron clave para el establecimiento de nuevas micro-franquicias. En ellas se cerraban los negocios entre los franquiciantes y franquiciados. Si Propaís no hubiera realizado ruedas de negocio para conectar a franquiciantes con franquiciados hubiera sido más difícil establecer nuevas micro-franquicias.

2. Dificultades o Barreras

La primera dificultad que ha tenido Propaís ha sido la informalidad que rodea el emprendimiento en Colombia. Según LM: “la informalidad empresarial, la informalidad laboral y la informalidad de marca en los franquiciantes en general en Colombia, hace que el camino de preparación sea más largo”. Propaís ha encontrado empresas que no tienen registrada la marca y que al momento de registrarla, descubren que otra empresa ya la registró. También ha encontrado empresas que no cumplen con los requisitos legales de pago a los empleados. Como las micro-franquicias nacen formales, se necesita preparar a las empresas franquiciantes para que cumplan los requisitos legales (marca registrada, pago legal a empleados, inscripción de la empresa en las cámaras de comercio, entre otros). Este proceso de preparación ralentiza la creación de nuevas micro-franquicias. Si las empresas estuvieran preparadas, sólo faltaría encontrar los franquiciados para crear la micro-franquicias, con lo cual se evitaría una etapa del proceso.

En segundo lugar, la falta de regulación en el tema de micro-franquicias constituye otra dificultad para el proyecto. Al respecto LM opina: “[uno de los principales retos que hemos encontrado] es el hecho de que la franquicia en Colombia no está regulada”. La falta de regulación deja vacíos o zonas grises que dificultan la creación de micro-franquicias y disminuyen la credibilidad en el proyecto. Las empresas temen que les roben el *know-how* y los franquiciados temen que los estafen, es por esto que la falta de regulación representa una barrera o dificultad. Las estafas a emprendedores en el país a través de “micro-franquicias” han reducido la credibilidad del proyecto en la comunidad y ello ralentiza el establecimiento de nuevas franquicias.

Por último, la financiación de la iniciativa a largo plazo representa una dificultad. La financiación otorgada por el BID-FOMIN termina en mayo de 2019, en este momento el proyecto finaliza pero la continuación del modelo no. Con financiación adicional se podría continuar estableciendo micro-franquicias pero Propaís no dispone de estos recursos. Para deponer esta dificultad, Propaís ha capacitado a los aliados del proyecto (véase anexo 4) para que continúen con la iniciativa. Propaís espera que sus aliados continúen facilitando la creación de micro-franquicias. Aunque transmitir el modelo a los aliados del proyecto es un paso hacia la continuidad de la iniciativa, no garantiza la misma.

3. A futuro: las expectativas de Propaís y la sostenibilidad de la iniciativa

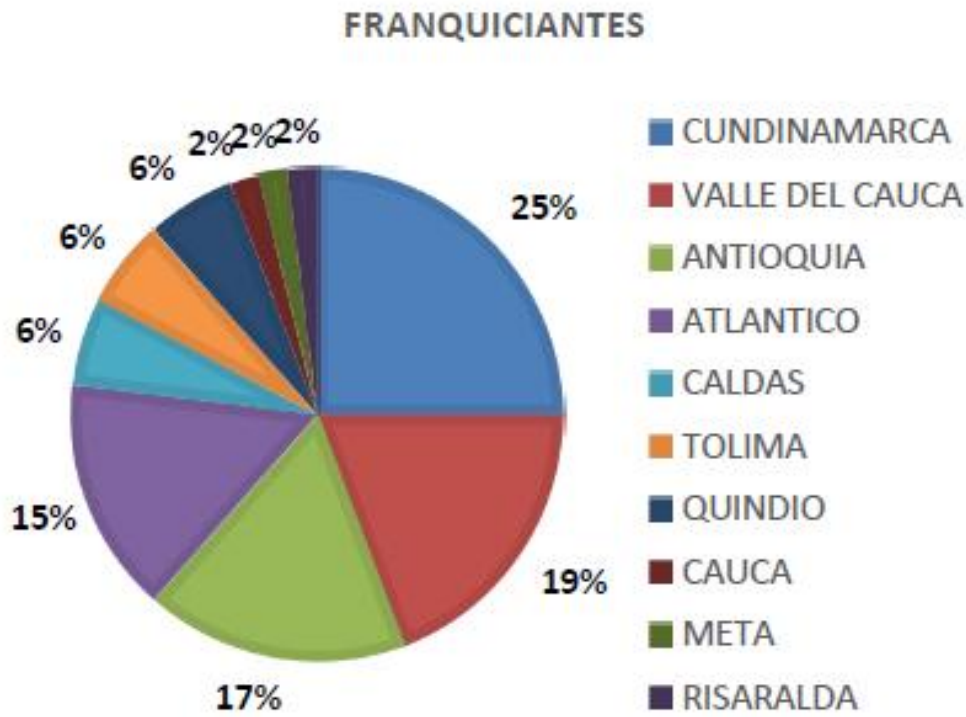
La mitad de las micro-franquicias establecidas han alcanzado punto de equilibrio en el primer mes de operación. Esto ha permitido que más empresas se sumen al proyecto atraídas por la buena imagen que representan los casos de éxito. Adicionalmente, Propaís al ser una entidad que recomienda políticas, espera que este proyecto sienta las bases para crear la regulación alrededor del tema de franquicias en Colombia.

La continuidad del modelo a futuro dependerá de los aliados del proyecto porque Propaís no tiene financiación adicional para continuar. En este sentido, Propaís ha capacitado a sus aliados (véase anexo 4) para continuar impulsando el modelo de micro-franquicias. Una vez se cumpla el plazo del proyecto (mayo de 2019), el BID-FOMIN no continuará financiando esta iniciativa. Se espera que los sesenta aliados que tiene el proyecto puedan replicar el modelo. Esto es, que continúen preparando y conectando empresa franquiciantes y potenciales franquiciados con el objetivo de establecer nuevas micro-franquicias.

ANEXOS

Anexo 1

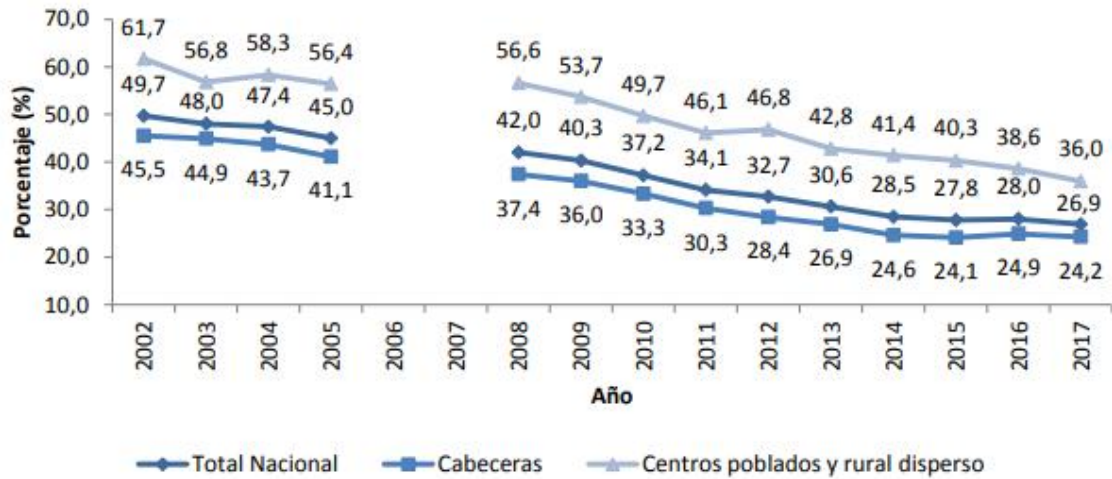
Distribución de franquiciantes por regiones



Fuente: Propaís, Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias, abril de 2018

Anexo 2

Pobreza monetaria en Bogotá y Colombia entre los años 2002 y 2017

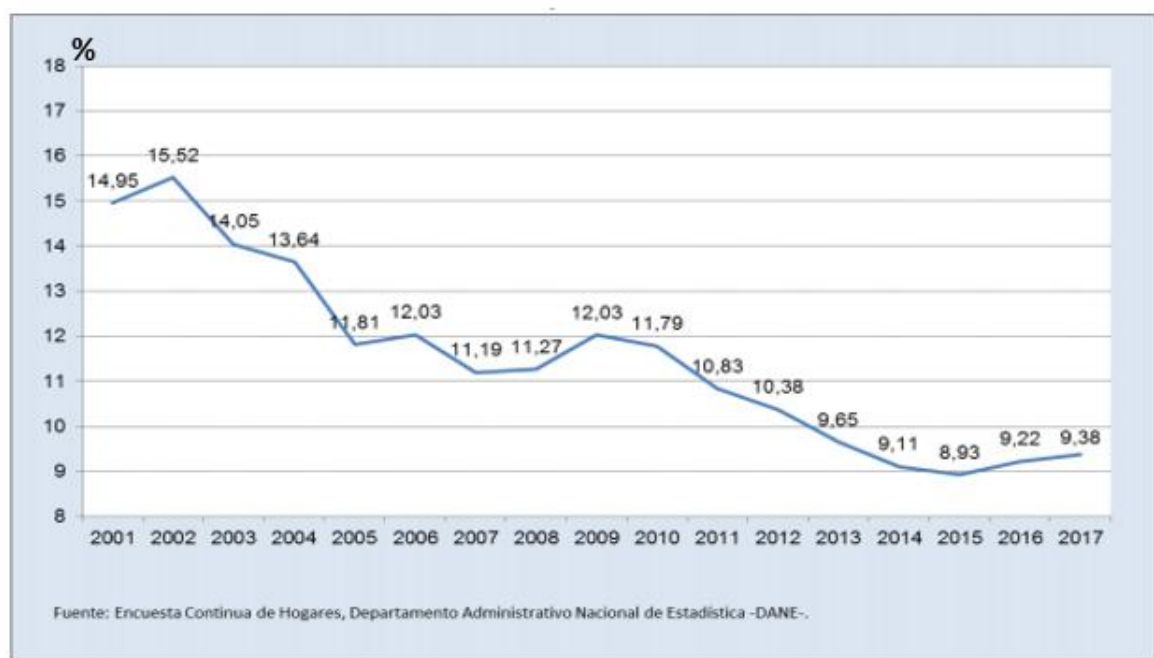


Fuente: DANE,

https://www.dane.gov.co/files/investigaciones/condiciones_vida/pobreza/cp_pobreza_monetaria_17.pdf – fecha de consulta 1 de agosto de 2018

Anexo 3

Tasa de desempleo en Colombia entre los años 2001 y 2017



Fuente: DANE, <http://www.banrep.gov.co/economia/pli/bie.pdf> – fecha de consulta 23 de mayo de 2018

Anexo 4

Aliados del proyecto

#	ENTIDAD
1	CÁMARA DE COMERCIO DE MEDELLÍN
2	MICROEMPRESAS DE COLOMBIA
3	FUNDACIÓN COOMEVA
4	ACOPI SECCIONAL ATLÁNTICO
5	FUNDACIÓN MARIO SANTODOMINGO
6	MUNICIPIO DE ENVIGADO
7	POSTOBÓN
8	EMPRETEC CAFAM
9	CÁMARA DE COMERCIO ABURRÁ SUR
10	CORPORACIÓN INTERACTUAR
11	CORPORACIÓN MUNDIAL DE LA MUJER
12	CÁMARA DE COMERCIO DE IBAGUE
13	FONDO DE GARANTIAS DEL CARIBE
14	GOBERNACIÓN DEL ATLÁNTICO
15	CÁMARA DE COMERCIO DE BARRANQUILLA
16	FUNDACIÓN PUERTO COLOMBIA
17	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE
18	CECARIBE
19	COOPERTEC
20	ACTUAR FAMIEMPRESAS
21	ASOCAMARAS
22	UNIVERSIDAD SIMÓN BOLIVAR
23	FUNDACIÓN AMANECER
24	GOBERNACIÓN DEL ATLANTICO SECRETARIA DE DESARROLLO ECONÓMICO
25	GOBERNACIÓN DEL ATLANTICO SECRETARIA DE LA MUJER Y EQUIDAD DE GENERO
26	MINISTERIO DE COMERCIO, INDUSTRIA Y TURISMO
27	FEDECARIBE
28	ALCALDÍA DE CALI
29	CAMARA DE COMERCIO DE SINCELEJO
30	PROBOLIVAR
31	GOBERNACIÓN DEL CAUCA
32	ASOAPOYAR
33	BANCAMIA
34	CONAMIC

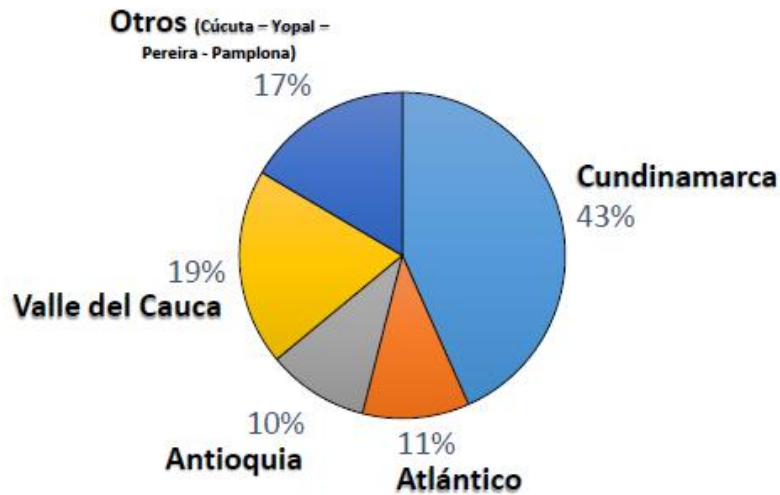
35	CORPORACIÓN MUNDIAL DE LA MUJER
36	CORPORACIÓN NUEVO ARCO IRIS
37	EMPRETEC CAFAM
38	FUNDACIÓN COOMEVA
39	FUNDACIÓN ORESTE SINDICI
40	MPRENDE
41	COPORACIÓN EMPRENDEDORES COLOMBIA
42	WOCCU
43	TUCOACH COLOMBIA
44	CDP DE CUERO
45	FUNDACIÓN NUEVO ÉXITO
46	ACOPI SECCIONAL VALLE
47	ALCALDÍA DE CALI
48	PONTIFICIA UNIVERSIDAD JAVERIANA
49	UNIVERSIDAD ICESI
50	CAMARA DE COMERCIO DEL CAUCA
51	BANCO MUNDO MUJER S.A
52	FUNDACIÓN PROGRESAMOS
53	COLFRANQUICIAS
54	ACOPI SECCIONAL SANTANDER
55	FUNDACIÓN AMANECER
56	FUNDESCAT
57	CÁMARA DE COMERCIO DE CASANARE

Fuente: Elaboración de los autores

Anexo 5

Sensibilización de Franquiciados

Actividad	Meta	Meta alcanzada a la fecha	%
	- indicador a cumplir según marco lógico		
Sensibilización para potencial franquiciados	1.000 potenciales franquiciados	3.466	346,6%
		Emprendedores sensibilizados	



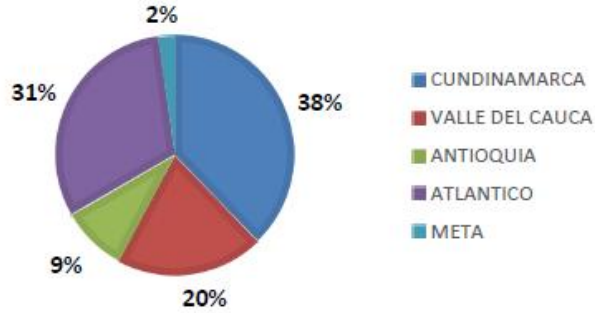
Nota: sensibilizar a un potencial franquiciado se refiere a presentarle el proyecto a los potenciales emprendedores a través de una presentación llevada a cabo por Propaís.

Fuente: Propaís, Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias, abril de 2018

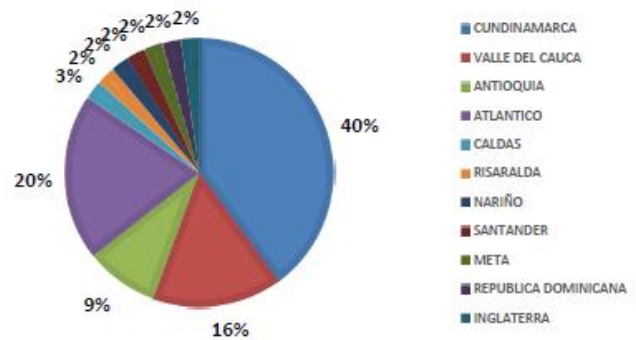
Anexo 6

Franquiciados según lugar de origen y funcionamiento

FRANQUICIADOS SEGÚN LUGAR DE ORIGEN DE LA FRANQUICIA



FRANQUICIADOS SEGÚN LUGAR DE FUNCIONAMIENTO



Fuente: Propaís, Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias, abril de 2018

Anexo 7

Nuevas empresas vinculadas al proyecto en proceso de asistencia técnica



Fuente: Presentación Avances del Proyecto Micro-franquicias Propaís, abril de 2018

Anexo 8

Descripción de las empresas franquiciantes

En la ciudad de BARRANQUILLA

- Picaditas: Empresa barranquillera que nació en el año 1995, cuenta con seis puntos de venta directa y distribución de productos. Ofrece meriendas, picadas, refrigerios, pasabocas y loncheras empacadas como una experiencia para compartir y celebrar momentos inolvidables. <http://picaditas.com.co/web/>
- Scatola Di Pasta: Un nuevo concepto de pasta rápida completamente autoservicio; dispone de diferentes ingredientes italianos para crear una deliciosa pasta en poco tiempo (pasta, salsa y adiciones). <http://www.scatoladipasta.com/>. Cuenta con un punto de venta, y una franquicia. Genera trece (8) empleos directos y tres (3) indirectos.
- Cevichitos: Transforma el modelo tradicional de la comida caribe combinando la calidad de sus productos con un precio asequible a todo el público. Además, cuenta con el desarrollo gastronómico de nuevos platos que no se encuentran en otro lugar de la costa caribe. El concepto de la empresa está enfocado en promover y rescatar los sabores e ingredientes culturales, desafiando un poco el convencionalismo de restaurantes de su tipo.
- Bendito arroz: Con una variedad única de 14 sabores, entre los que se encuentran el de chocolate y el tradicional, este lugar ofrece un concepto de arroz con leche innovador; un postre cremoso a base de, como su nombre lo dice, arroz y leche. Su popularidad hizo que sus creadores, durante dos años, idearan sabores para hacer un negocio llamativo, que desde mayo de 2015 está abierto al público. Con varios tamaños y muchos toppings, Bendito Arroz es la repostería en que la convencional receta de una abuela cobra vida en el mercado gastronómico barranquillero.
- Savarese: De Italia para Colombia, la empresa ofrece una experiencia gastronómica italiana única en el departamento del Atlántico. Brindan una exquisita variedad de pastas, pizzas, postres y pan casero artesanales elaborados por los hermanos Savarese en el sector turístico de Pradomar en Puerto Colombia, a 20 minutos de Barranquilla.
- SnackFitMe: Cualquier Momento es Perfecto para un Snack Saludable. Los cambios en los gustos de los consumidores y la preocupación por cuidar la salud ha llevado a que surjan nuevos conceptos. Snack Fit Me ofrece a sus clientes fast-good, combinando una atención rápida con comida sana y nutritiva. Su carta contiene más de 60 productos funcionales entre snacks y bebidas de gran calidad para

personas de todas las edades. Cuando la carga de trabajo te impida salir a comer, la mejor opción en Barranquilla es Snack Fit Me

- Burger Me: Un nuevo concepto de hamburguesas en Barranquilla al estilo Fast Casual Food. Una combinación exquisita de sabores y sensaciones en un Hamburguesa comercial. Sin embargo cuentan con una opción saludable y deliciosa hamburguesa veggie a base de quínoa y lentejas. Además es un negocio con sentido social y respeto hacia el medio ambiente.
- Wetsundays: Es un bar que a pesar de haber abierto sus puertas hace poco menos de un año, ya ha logrado incursionar con fuerza en el mercado de bebidas, con una propuesta comercial diferente que parece encantarles a los barranquilleros. La especialidad son los cocteles granizados, diferentes a los tradicionales, porque no son preparados al gusto de un barman, sino por máquinas granizadoras especiales con recetas estandarizadas. Los cocteles son servidos en vasos de plástico resistente y transparente para que los clientes puedan ver los diferentes colores y combinaciones de sus más de 34 sabores, y son perfectos si se quieren pedir para llevar o para consumir en el mismo bar. Todos los cocteles son granizados, con nombres y recetas totalmente originales. Por su propuesta innovadora, Wetsunday ya se ha convertido en uno de los destinos recomendados para pasar un rato agradable con amigos, en un buen ambiente y con un menú variado, donde además de cocteles, se ofrecen cervezas, licores nacionales e importados y picadas para compartir.
- Branding CO: es una agencia de marketing y publicidad (Brandingco) ubicada en la ciudad de Barranquilla, desde allí he logrado brindar apoyo y asesoría a muchas empresas de la región por medio de la prestación de servicios integrales en comunicación publicitaria y mercadeo.

En la ciudad de **BOGOTÁ**

- Bici Café: formato de venta de café en estaciones móviles. Venta de café 100% orgánico, cultivado en la Sierra Nevada de Santa Marta por 52 familias Arhuacas. Cuenta con cuatro (4) puntos fijos, también mediante estaciones itinerantes, que se desplazan en una creativa bicicleta adaptada para preparar un excelente café, los clientes reciben la oferta cerca a su lugar de trabajo o dónde la necesiten. Presencia en eventos.
- Helados de Paila de mi pueblo: helados de paila con sabores característicos de diferentes sabores de Colombia. Genera dos empleos directos y 10 indirectos. <http://www.heladosdepailadmp.com/>.
- Saviv Publicidad: con el slogan *¡Hacemos mucho por su marca!*, esta empresa fundada hace 25 años, se dedica a la fabricación y comercialización de avisos, señalización, material POP, diseño, producción y mantenimiento de mobiliario en

general. Cuenta con una planta de 5,000 mts cuadrados y genera más de 100 empleos. <http://saviv.net/>.

- Alitas Colombianas: Nace en el 2015, con la venta de alitas en formatos pequeños, con sabores innovadores y excelente precio. Cuenta con cuatro (4) puntos de venta en la capital, genera 19 empleos directos y 29 indirectos. <http://www.alitascolombianas.com.co/>.
- Cabellos Sanos: La Organización Cabellos Sanos SAS cuenta con productos y servicios no tóxicos, innovadores, exclusivos, seguros y efectivos para eliminar la pediculosis, posicionándose como líder en el tratamiento integral y siendo reconocida por revistas especializadas, pediatras, dermatólogos, prensa virtual y escrita, como la única clínica de piojos en Colombia atendiendo miles de niños y niñas totalmente satisfechos gracias al perfeccionamiento de los procedimientos y a la investigación y desarrollo de nuestros productos.
- Kangoo Club: KangooClubColombia es un centro de acondicionamiento físico especializado en unos zapatos de rebote llamados KangooJumps, que tienen más de 33 beneficios pero los más importantes es que te amortiguan el 80% del impacto para no dañar las articulaciones y quemas entre 30 y 40% más de calorías que con unos zapatos normales. Busca brindarle a sus clientes un ejercicio diferente a lo tradicional, mezclando la diversión y el baile, para llegar a sus resultados más rápidamente.
- La Licorera.com: Lalicorera.com es un e-commerce enfocado en la distribución de licores nacionales e internacionales a la puerta de su casa o negocio; además de suministrar las recetas e ingredientes para preparar los cocteles mas famosos del mundo. Contamos con mas de 600 referencias de licores nacionales e internacionales, los cuales pueden ser adquiridos con un solo click o llamando a nuestras líneas de atención al cliente. El usuario además de adquirir su licor de preferencia, puede aprender sobre reseñas y características de los productos que le interesan; y aprender de recetas de cocteles y la facilidad de adquirir los ingredientes e insumos para su elaboración.
- Art Té: presenta una propuesta de tradición y calidad en la selección y preparación del mejor té.

Tés y accesorios de altísima calidad, seguros que a través del conocimiento y la degustación, más colombianos se volverán amantes de ésta bebida milenaria. Es por esto que ArtTé ofrece una gran variedad de té extraordinarios y todos los demás accesorios que puedas necesitar para que la experiencia de beber una taza de té sea inolvidable. El servicio único de Catas de té dónde podrás degustar y asombrarte con los distintos tipos de té y aprender todo aquello que desconocía sobre las características y beneficios de éstos. Descubre las maravillas que tiene para ofrecerte esta bebida y piérdete en un sin fin de texturas, sabores y colores; desde las sutilezas

del té blanco, su frescura y textura efímera, hasta el pu-erh, robusto, con un cuerpo inigualable y un color rubí hipnótico.

- Café Mundano: Café Mundano es una propuesta de tienda de Café en Bogotá, que surge como un espacio para vivir una experiencia alrededor de una taza de café de calidad, enfocado en la comercialización de micro lotes de café de diferentes regiones de Colombia, garantizando a los campesinos un precio justo y a nuestros clientes un producto procesado con prácticas responsables.
- Summer Ice: es una marca de origen Colombiano que nace como respuesta a la necesidad de retomar bebidas tradicionales e introducir al mercado procesos innovadores con productos de alta calidad ofreciendo a nuestros clientes una alternativa de alta con habilidad en el consumo de productos como : los raspados de hielo, los frulados (también llamados Cholados), Luladas en diferentes presentaciones, smoothies (batidos) con objetivos nutricionales, también tenemos una línea de batidos preparados con una sola fruta que tienen una gran similitud con los jugos pero con textura diferente, adicionalmente es política de nuestra organización tener una línea abierta para el desarrollo de nuevos productos, la cual se nutre de la información y productos propios de cada región incluyendo los productos extranjeros .
- Pet Gourmet: Pet Gourmet nació en Bogotá como idea en 2009. La primera gran receta fueron las tortas de cumpleaños que promocionamos a través de un modesto blog en internet y también entre conocidos y amigos. Poco a poco los fans fueron aumentando, lo que los motivó a conocer más de la gastronomía canina, viajar, investigar, probar y validar nuevas recetas. En 2011 lanzaron la página oficial con 10 deliciosos hallazgos que de inmediato tuvieron la aceptación de la comunidad peluda local. Finalmente en agosto de 2012 tuvieron la fortuna de abrir su primer local y desde entonces las buenas noticias no se han detenido gracias a que cada vez más amos se convencen de que la alimentación de su mascota merece una alternativa diferente, natural y saludable.
- Productos Ramo: Productos Ramo es una compañía colombiana de alimentos, especializada en productos de panadería.¹ Es conocida por sus ponqués, nombre que se da en el país a diversos bizcochos. Hacia 1964 Rafael Molano comienza en la Carrera 33 con Calle 6 del municipio de Palmira la producción industrial a gran escala con la colaboración técnica de Álvaro Iregui, gerente del laboratorio y uno de los primeros técnicos alimentarios titulado del país.³ Sus primeros productos fueron el Ponqué Ramito y posteriormente, la línea Gala.⁴ En la actualidad, la compañía tiene varias fábricas en el país, y se autoabastece de varios ingredientes, entre ellos, la harina y los huevos

- **Frutilandia:** Es una empresa familiar. Fundada en 1982 en los llanos orientales, dedicados a la elaboración y venta de ensaladas de frutas, jugos naturales, salpicones y helados. Están ubicados en Villavicencio pero harán parte de la región Cundinamarca.
- **Vereda Central:** Empresa dedicada a la producción y tostión de cafés especializados, se encargan de entregarle un café de calidad superior, de la mano de un servicio personalizado en donde capacitan a sus empleados para que sus clientes siempre disfruten un producto de excelente calidad. Actualmente cuentan con tres puntos de venta en Bogotá y más de 7 años en Bogotá.

En la ciudad de CALI

- **El Arca de Pascual:** comida fusión colombiana. Plátano en todas sus manifestaciones: verde, maduro y pintón. Cada plato se elabora encima del plátano seleccionado (salvo los pintones que se rellenan) y se le puede poner los ingredientes deseados sobre una base de queso. Este modelo de negocio mezcla colores, sabores, olores, texturas y sonidos, donde se busca estimular cada uno de los sentidos. Genera 32 empleos directos, 22 indirectos y cuenta con un punto de venta.
- **Pinturas Ecolor SAS:** comercialización de pinturas ecológicas. Empresa dedicada a la fabricación y comercialización de vinilos, esmaltes y estucos arquitectónicos para el acabado de obra blanca, utilización de materia prima especializada. Genera 11 empleos directos, 5 directos y un punto de venta. <http://www.pinturasecolor.com/>.
- **Cero Azúcar:** Empresa del sector de repostería, dedicada a brindar experiencias únicas a los clientes con productos de alta calidad sin azúcar, contribuyendo a la promoción de hábitos saludables en la sociedad colombiana.
- **Senthia:** Empresa que permite al consumidor crear sus propios aromas, con asesores capacitados que orientan en las correctas combinaciones. Cuenta actualmente con 80 puntos propios y 113 franquicias, que incluyen el mercado internacional.
- **Witpick:** Empresa de educación, que capacita a au pairs para que obtengan las mejores calificaciones otorgadas por los sponsors en Europa, así como el manejo de todo el proceso administrativo para el viaje. Actualmente tiene siete puntos propios en varias ciudades del país.
- **Flying Dogs:** Empresa que vende perros calientes que permite al consumidor tener una experiencia del Hot Dog original de Nueva York, pero que además vincula ingredientes tradicionales. Actualmente tiene 7 franquicias y trece puntos propios.
- **Campai express:** Empresa que se ha enfocado en comida asiática para todo público, con excelente calidad del producto. Actualmente cuenta con un local en la ciudad de Cali, que genera cuatro empleos directos.

- Cosette: es una empresa que, con integridad y profesionalidad presta servicios de la más alta calidad en arreglos, confección, transformación en prendas de vestir, bordado, planchado, lavandería y tintorería, con la clara idea de generar satisfacción a todos y cada uno sus clientes.
- Telogy: es un restaurante ubicado en el Barrio Granada en Cali, que se especializa en ofrecer una experiencia diferente en las diferentes clases de te e infusiones de todo el mundo, con la correspondiente asesoría de un personal con amplio conocimiento en el tema, así como una amplia oferta de comida, todo en un ambiente agradable y acogedor. Actualmente tienen una sucursal en Venezuela. <http://www.telogy.net>.

En la ciudad de MEDELLÍN

- Café Arangos: Tiendas exclusivas de venta de café y productos a base de café, fundada en 1999. Genera trece empleos directos y siete indirectos. Cuenta con dos puntos de venta propios, dos microfranquicias y participación en eventos. <http://www.cafearangos.com/> Fb: [cafearangos](#) Instagram: [cafearangos](#)
- Mandar y Servir: Empresa especializada en el servicio de recogida, transporte, distribución y despacho de mercancías, con cobertura en todos los municipios de Antioquia, Córdoba y Sucre, también atendemos las ciudades de Bogotá, Cali, Manizales, Quibdó, Pereira, Valledupar y otros destinos. Experiencia de 17 años, genera más de 230 empleos entre directos e indirectos. <http://www.mandaryservir.com>. Fb: [@MandaryServir](#)
- Caseros a su gusto: Inició su operación en Envigado, Antioquia en el 2011, con la misión de alimentar, contribuir al bienestar, la salud y la nutrición de sus clientes, brindando, mediante el formato de buffet, almuerzos y desayunos caseros, típicos y tradicionales, a un precio justo y en el menor tiempo posible. Cuenta con cuatro establecimientos propios y genera empleo directo para 30 personas. <http://www.caserosasugusto.com> Fb: [@Caserosasugusto](#)
- Biok: Máquinas *vending* de café y snacks, actualmente operan más de 60 en Medellín y el área metropolitana. Ofrecen bebidas y alimentos de alta calidad con máquinas propias administradas con un excelente equipo humano. Fácil de ubicar y de bajo costo. <http://www.biok.co>; Fb: [@Biok.co](#), Instagram: [@Biok.co](#)
- Biofrut: Venta de ensaladas de frutas con acompañantes saludables como almendras, nueces, yogur, helados light, cereales, granolas, pasas, maní, frutos secos, entre otros. Además, jugos, limonadas de sabores, batidos frutales, parfait. Cuenta con un punto de venta fijo y tres carros barras ensaladeras. Genera cinco empleos directos y cuatro indirectos para madres cabeza de familia y personas con discapacidad física. Su misión es promover una cultura de alimentación sana, a través de las frutas y

diferentes acompañantes saludables. Fb: Biofrut ensaladas de frutas Instagram: @Biofrut

- SurdoZ: Centro de estimulación infantil, fisioterapia infantil, fonoaudiología infantil, terapia miofuncional e integración neurosensorial, guiado por un grupo de especialistas en la rama de la salud. Cuenta con un punto de atención en el Municipio de Envigado y además presta servicios en diferentes guarderías, colegios y fondos de empleados. Genera 2 empleos directos y 5 indirectos. Sitio web: <http://www.surdoz.com> Facebook: centro de estimulacion infantil surdoz Instagram: @estimulacionsurdoz
- Ochua: Venta de jugos naturales, batidos medicinales, frutas y super alimentos antioxidantes (Moringa, Curcuma, Jengibre, Quinoa, Chia, Amaranto, Açaí, Espirulina, Maca, Gingseng, Guarana, entre otros). Contamos con un punto de venta fijo y 10 formatos móviles que acompañan reuniones empresariales, fiestas privadas y demás eventos. Generamos 12 empleos directos y 6 indirectos para madres cabeza de familia y personas víctima del conflicto. Nuestra esencia se centra en TU SALUD creando conciencia de la importancia de alimentarnos bien consumiendo frutas y antioxidantes naturales. Sitio Web www.ochua.com.co Facebook: ochua100 Instagram: @ochua100.

Fuente: Propaís, Bullets. 2018

Anexo 9

Conceptos

Asistencia Técnica en micro-franquicias:

- Fase correspondiente a la ruta de empresarios franquiciantes donde se estructura el modelo de expansión comercial de la empresa seleccionada a través del sistema de micro-franquicias. Esta etapa debe entregarse de acuerdo con los protocolos mínimos para una franquicia, los cuales se basan en cuatro (4) módulos: Comercial, Operativo, Financiero y Jurídico.
 - Adicionalmente, el proyecto dispone de firmas consultoras avaladas que serán las encargadas de llevar adelante el proceso de estructuración de franquicia. Los empresarios seleccionados por el proyecto tendrán la posibilidad de recibir al menos 3 propuestas por parte de las firmas de consultoría, estas propuestas a su vez serán revisadas por el equipo de micro-franquicias de Propaís para garantizar el objetivo de la asistencia técnica, costos y entregables de la propuesta seleccionada. Finalmente, durante el tiempo de la asistencia técnica (4 a 6 meses), los coordinadores regionales estarán a cargo del seguimiento permanente de cada consultoría para velar por su correcta ejecución.

Certificación de un Emprendedor Potencial

- Un emprendedor potencial es entendido como aquel individuo con potencialidad de adquirir una micro-franquicia (potencial franquiciado). Para que este logre una certificación, debió haber asistido al menos a 3 jornadas de capacitación en los módulos Comercial, Operativo, Financiero o Jurídico, así como también a los talleres de habilidades comerciales.

Rueda de Negocio

- Se entiende como el espacio donde se encuentran la oferta y la demanda, empresarios que realizaron la ruta de potenciales franquiciados y ya son franquiciantes con emprendedores interesados en adquirir una micro-franquicia que han cursado las capacitaciones del proyecto. El objetivo principal es acercar modelos de negocio altamente potenciales con emprendedores que tiene un perfil de franquiciantes, así como también posicionar el proyecto en el mercado como referente de emprendimiento franquiciado y alternativas de expansión comercial para empresarios colombianos.

- Estos eventos se llevan a cabo en media jornada, con al menos 10 empresarios y un rango de visitantes entre 100 y 500 personas. Además, es indispensable contar con la asistencia de entidades aliadas que puedan ofertar servicios complementarios para los emprendedores y empresarios, tales como inmobiliarias, prensa, crédito y microcréditos, entre otros.

Fuente: Propaís, Conceptos. 2018