



UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
BIBLIOTECA EDUARDO COTE LAMUS



RESUMEN TESIS DE GRADO

**AUTOR (ES):**

**NOMBRE (S):** MANUEL HUMBERTO

**APELLIDOS:** BUITRAGO BONILLA

**NOMBRE (S):** CARLOS ANDREY

**APELLIDOS:** CORZO TORRES

**FACULTAD:** CIENCIAS EMPRESARIALES

**PLAN DE ESTUDIOS:** COMERCIO INTERNACIONAL

**DIRECTOR:**

**NOMBRE (S):** SHEYLA VANESSA

**APELLIDOS:** HERRERA MARTÍNEZ

**TITULO DE LA TESIS:** MICROFRANQUICIAS COMO ALTERNATIVA DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL PARA LAS MIPYMES DEL SECTOR BELLEZA DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

**RESUMEN:**

El presente documento contiene un análisis sobre las características, requerimientos y lineamientos necesarios para desarrollar un modelo de microfranquicias en MIPYMES del sector belleza de la ciudad de Cúcuta con miras a la internacionalización. La idea principal es crear una red de microfranquicias unipersonales soportadas en diversos epicentros o cabezas de red, en donde las microfranquicias unipersonales, estarán dirigidas principalmente a aquellas personas que desarrollan actividades de belleza de manera formal e informal, tales como manicure, pedicura, peluquería, maquillaje, depilación etc. Este proceso dividido en 3 etapas, inicio con un diagnóstico de la situación actual de las unidades empresariales que desarrollaran alguna de las actividades comprendidas en el CIU bajo el código 9602 peluquerías y centros de belleza; este diagnóstico fue aplicado a una muestra de 166 empresas del sector, logrando así, información de fuentes primaria beneficiando la objetividad del diagnóstico. La segunda y tercera etapa correspondieron a la realización integral del documento, pasando por los alcances y limitaciones, características, requerimientos y procesos necesarios para desarrollar el modelo y en donde se estableció un total de diez pasos para tal fin. Por ultimo podemos decir con seguridad que el sector de la belleza a pesar de ser uno de los sectores más antiguos, es en este momento donde existen las mejores oportunidades de crecimiento y desarrollo para el sector en general, apoyados en la coyuntura existente para con la imagen personal y el sentirse bien por una aprobación externa.

Palabras claves: Microfranquicia, internacionalización, sector belleza, MIPYMES.

**CARACTERÍSTICAS:**

**PAGINAS:** 186

**PLANOS:**

**ILUSTRACIONES:**

**CD-ROM:** 1

MICROFRANQUICIAS COMO ALTERNATIVA DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL  
PARA LAS MIPYMES DEL SECTOR BELLEZA DE LA CIUDAD DE CÚCUTA.

MANUEL HUMBERTO BUITRAGO BONILLA

CARLOS ANDREY CORZO TORRES

UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER  
FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES  
PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL  
SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2015

MICROFRANQUICIAS COMO ALTERNATIVA DE EXPANSIÓN INTERNACIONAL  
PARA LAS MIPYMES DEL SECTOR BELLEZA DE LA CIUDAD DE CÚCUTA

MANUEL HUMBERTO BUITRAGO BONILLA

CARLOS ANDREY CORZO TORRES

Trabajo de grado presentado como requisito para optar al título de:

Profesional en Comercio Internacional

Directora:

SHEYLA VANESSA HERRERA MARTÍNEZ

Administradora financiera y de sistemas con

Especialización en Gerencia de Mercadeo

*Docente UFPS*


UNIVERSIDAD FRANCISCO DE PAULA SANTANDER

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

PLAN DE ESTUDIOS DE COMERCIO INTERNACIONAL

SAN JOSÉ DE CÚCUTA

2015

	<b>FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES</b> <b>PROGRAMA DE COMERCIO INTERNACIONAL</b> <b>ACTA DE SUSTENTACIÓN TRABAJO DE GRADO</b>	<b>Versión:</b>	1/2013
		<b>Página</b>	1

SAN JOSÉ DE CÚCUTA, 18 de noviembre de 2014

Acta N° 18

**PLAN DE ESTUDIOS:** Comercio Internacional    **LUGAR:** Laboratorio Empresarial

**TÍTULO DEL PROYECTO:** “Microfranquicias Como Alternativa de Expansión Internacional para las Mipymes del Sector Belleza de La Ciudad de Cúcuta”

**MODALIDAD:** Trabajo de Investigación

**JURADOS:**


Liliana Marcela Bastos Osorio    **ENTIDAD:** Universidad Francisco de Paula Santander

Nelson Emilio García Torres    **ENTIDAD:** Universidad Francisco de Paula Santander

Jorge Enrique Rodríguez Guevara    **ENTIDAD:** Universidad Francisco de Paula Santander

**DIRECTOR:**

Sheyla Vanessa Herrera Martínez

Firma: 

**NOMBRE DEL ESTUDIANTE**

	CODIGO	CALIFICACIÓN		
		LETRA	NÚMERO	A-M-L
<u>Manuel Humberto Buitrago Bonilla</u>	<u>1260108</u>	<u>Tres Punto Nueve</u>	3.9	X
<u>Carlos Andrey Corzo Torres</u>	<u>1260109</u>	<u>Tres Punto Nueve</u>	3.9	X

Liliana Marcela Bastos Osorio  
Liliana Marcela Bastos Osorio

  
Nelson Emilio García Torres

  
Jorge Enrique Rodríguez Guevara

V°B° Johanna Milena Mogrovejo Andrade  
**JOHANNA MILENA MOGROVEJO ANDRADE**  
Coordinadora de Comité Curricular Comercio Internacional

## **Dedicatoria**

“Con todo nuestro cariño y afecto para las personas que hicieron todo en la vida para poder lograr nuestros sueños, por motivarnos y darnos la mano cuando sentíamos que el camino se terminaba, a ustedes por siempre en nuestros corazones y nuestro agradecimiento.”

*Este proyecto de grado está especialmente dedicado a la memoria de Carlos Arturo Corzo*

*que con la fuerza del amor y desde algún lugar en el universo*

*nos cobija con su buena energía.*

## **Agradecimientos**

En primer lugar queremos darle gracias al universo que en su infinito amor, nos brinda la oportunidad de vivir la vida de instante en instante. Así mismo queremos agradecer a todos aquellos familiares y amigos que nos han apoyado y alentado para poder llegar a este punto, un agradecimiento especial a nuestra directora de tesis Sheyla Vanessa Herrera Martínez que nos orientó de la mejor manera para lograr este objetivo. Por último y muy importante, agradecer a la organización FUNDES en México, que gracias a la información que nos proporcionaron logramos la satisfactoria realización de este documento.

A todos infinitas gracias y que el universo sea cómplice de sus sueños y éxitos.

## Contenido

	<b>pág.</b>
Introducción	19
1. Problema de Investigación	21
1.1 Planteamiento del Problema	21
1.2 Formulación del Problema	23
1.3 Sistematización del Problema	23
1.4 Objetivos	24
1.4.1 Objetivo general	24
1.4.2 Objetivo específico	24
1.5 Justificación	24
2. Marco Referencial	28
2.1 Antecedentes	28
2.1.1 El valor de las microfranquicias	30
2.1.2 Franquicia de peluquería y estética (España)	31
2.1.3 La microfranquicia en el mundo	31
2.1.4 La microfranquicia en Latinoamérica	32
2.1.5 Presencia de la microfranquicia en Colombia	32
2.1.6 La microfranquicia en la región	32
2.2 Marco Teórico	35
2.2.1 La Microfranquicia.	35
2.2.2 Teoría de Andy Freire	36
2.2.3 Teoría de la Franquicia	37

2.2.4 Teoría de las cinco fuerzas competitivas de Michael Porter	41
2.2.5 Teoría de la escasez de recursos	44
2.2.6 Teoría de la Internacionalización	45
2.2.7 Teoría de la agencia - Jensen y Meckling, 1976; Fama y Jensen, 1983.	46
2.3 Marco conceptual	47
2.4 Marco Legal	50
2.4.1 Ley 590 de 2000	50
2.4.2 Art. 43. Ley 1450 de 2011	51
2.4.3 Acuerdo N° 065 del 26 de agosto de 1956	51
2.4.4 Estructura de un Contrato de Franquicia	52
2.4.5 Obligaciones del franquiciante	55
2.5 Marco espacial	55
2.6 Marco Temporal	56
3. Diseño Metodológico	57
3.1 Tipo de Investigación	57
3.2 Métodos de Investigación	57
3.3 Tipo de Estudio	58
3.4 Población	58
3.5 Muestra	59
3.6 Sistematización de la Variable	59
3.7 Tratamiento de la Información	60
3.7.1 Técnica para la recolección de la información.	60
3.7.2 Técnica procesamiento de la información.	60
3.7.3 Presentación de la información.	60



4. Situación Actual de las Mipymes del Sector Belleza de Cúcuta y su Presencia en el Mercado Internacional	61
4.1 Introducción	61
4.2 Información General e Histórica	62
4.3 Características del Sector	66
4.4 Recopilación y Análisis de la Información	68
4.5 Resultados	68
4.6 Análisis de las cinco fuerzas de Michael Porter	82
4.7 Presencia Internacional del Sector Belleza	84
5. Características Requeridas en las Mipymes del Sector Belleza de la Ciudad de Cúcuta Para la Aplicación De modelos de Microfranquicia Internacional	86
5.1 Introducción	86
5.2 Información general e histórica	86
5.3 Organismos de apoyo a las Microfranquicias	90
5.3.1 Banco Interamericano de desarrollo	91
5.3.2 Fondo Multilateral de Inversión	92
5.3.3 Fundación para el Desarrollo Sostenible	93
5.3.4 Asociación Nacional de Empresarios de Colombia	94
5.3.5 Asociación de Fundaciones Empresariales	95
5.3.6 Cámara Colombiana de Franquicias	96
5.3.7 Ministerio de Comercio, Industria y Turismo	97
5.3.8 Propais	98
5.4 Características de un Sistema de Microfranquicias en MIPYMES	99
5.4.1 Definición del mercado objetivo	99

5.4.2 Propuesta de Valor	100
5.4.3 Modelo de Ingresos	100
5.4.4 Modelo de Egresos	101
5.4.5 Cadena de Valor	101
5.4.6 Arquitectura social	102
5.4.7 Recursos y capacidades	103
5.5 Pasos para establecer un Sistema de Microfranquicias en MIPYMES	109
5.5.1 Paso 1: Identificación del concepto y del mercado objetivo	110
5.5.2 Paso II: Análisis de negocio y desarrollo del modelo financiero	117
5.5.3 Paso III: Partes involucradas y sus relaciones	125
5.5.4 Paso IV: Estructuración de la compañía	130
5.5.5 Paso V: Selección de microfranquiciados	134
5.5.6 Paso VI: Consideraciones para el financiamiento de los microfranquiciados	137
5.5.7 Paso VII: Establecimiento de los manuales de operación	141
5.5.8 Paso VIII: Lanzamiento del programa piloto	145
5.5.9 Paso IX: Plan de Desarrollo	148
5.5.10 Paso X: Proceso de planeación y revisión permanente	150
6. Alcances y las Limitaciones del Modelo de Microfranquicias Cucuteñas para Procesos de Internacionalización	153
6.1 Introducción	153
6.2 Limitaciones	153
6.2.1 Falta de difusión y conocimiento empresarial.	154
6.3 Alcances	160
6.3.1 Crecimiento económico regional y nacional.	160

6.2.2 Reducción de los costos de expansión para las MIPYMES del sector belleza	161
6.3.3 Nueva alternativa de crecimiento y expansión para las MIPYMES del sector belleza	162
6.3.4 Expansión y mayor reconocimiento de la marca regional en el exterior.	162
6.3.5 Genera empleos formales en la región	162
6.3.6 Reducir el riesgo y la incertidumbre para las MIPYMES del sector belleza en la región.	163
7 Desarrollando la Microfranquicia	164
7.1 Introducción	164
7.2 Perfil del Microfranquiciante	165
7.3 Perfil del Microfranquiciado	166
7.4 Desarrollando la Microfranquicia	167
7.4.1 Perfil de la empresa a microfranquiciar	168
7.4.2 Fases en el desarrollo de la microfranquicia	170
7.4.3 Asegurando la cadena de suministro.	172
7.4.4 Conocimientos del sector.	172
7.4.5 Estudiando el desarrollo de la unidad de negocio	173
7.4.6 Desarrollo del modelo de negocio	173
7.4.7 Aspectos a tener en cuenta en el contrato de microfranquicia	174
8. Conclusiones	176
9. Recomendaciones	180
Bibliografía	182
Anexos	184