

HERRAMIENTA DE VALORACIÓN									
Esta herramienta de valoración permitirá evidenciar el avance realizado en las fases de ideación y validación a través de las metodologías dispuestas en nuestra Ruta de Emprendimiento. Si su puntuación alcanzó el 70% podrá continuar a la fase de formulación, de lo contrario es importante reforzar en las debilidades presentadas para realizar los ajustes respectivos. Los elementos contenidos en esta valoración fueron: 1. Quien es el emprendedor 2. Identificación de problema o necesidad 3. Segmento de mercado 4. Explicación de la solución (Producto Mínimo Viable) 5. Oportunidad comercial 6. Avances a la fecha del proyecto 7. Competencia 8. Canales 9. Proyección Financiera 10. Equipo de trabajo									
ORIENTADOR ASIGNADO	DATOS EMPRENDEDOR	DOCUMENTO DE IDENTIDAD	Numero de Teléfono	Correo Electrónico	PROYECTO	TOTAL	OBSERVACIONES JURADO 1 Derly Parrado	OBSERVACIONES JURADO 2 Cristian Daza	OBSERVACIONES JURADO 3 Johana Sánchez
Diana Salas-320 2837895	jeider johan villa ospina	1054563961	3003382174	jeider-villa360@hotmail.com	de Lechones con doble propo	71,33%	El emprendedor es tecnologo en gestión ambiental, con un emprendimiento de cerdos con 6 meses de antigüedad. El emprendedor ha tenido tracción de 3 cerdos semanales. Ha identificado una problemática o necesidad, pero de forma general o poco estructurada. La solución es clara y bien definida se recomienda evaluar la venta de carne en canal. Define con precisión el valor total del proyecto y su inversión inicial con justificación. Presenta una estimación de ventas detallada	Emprendedor con tecnologo en sistema de gestion ambiental, ya se encuentra realizando comercializacion de sus productos y ha hecho validacion de lo que vende. Debe hacer ajustes relacionados con el plan de inversion, ya que el valor de la nomina es bastante alto y lo de las adecuaciones debe revisar si con el valor que solicita a Fondo Emprender le alcanza para lo que necesita	Enfoca la problematica en la baja oferta de lechones en el sector. Se recomienda revisar el factor de innovacion y la propuesta de valor, ya no es claro cual será el factor diferenciador con respecto a la competencia. Menciona que ha aplicado encuestas, sin embargo no muestra resultados claros de esa actividad de validación, es necesario con cifras mostrar cuales han sido los resultados del trabajo de campo para validar el mercado. Actualmente cuenta con 16 lechones de 7 y 8 arrobas. Vienen comercializando 3 lechones semanales en carnicerías de la zona, de acuerdo lo anterior, cuenta con ventas validadas. Con recursos del Fondo Emprender plantea la adquisición de cerdas de cría y comprar lechones para cebar. Lleva 6 meses desarrollando la actividad economica, es tecnologo en gestion ambiental. Es necesario ajustar el plan de inversion por cuanto esta utilizando el 70% de los recursos del fondo emprender en nomina y no se contemplan los recursos para la compra de cerdas de cría y lechones. Es necesario mostrar con cifras las oportunidades comerciales del sector. Es importante que amplie información y detalle el mercado institucional, pues en la presentación solo habla de características del consumidor final
Johanna Marroquin-3103196910	DAVID FELIPE BARRETO RIVERA	1110544130	3118974169	felipe051993@gmail.com	Laboratorio de café, que permite al caficultor desarrollar diferentes perfiles de café innovadores	81,33%	Emprendedor que plantea el montaje de un laboratorio movil de analisis sensoriales de cafe en el departamento del Tolima. El emprendedor demuestra experiencia y define con precisión el valor total del proyecto y su inversión inicial con justificación. Presenta una estimación de ventas detallada. Hay cierta alineación con su segmento de mercado, pero podría optimizarse.	Ingeniero agroindustrial operando desde hace 2 años con su idea de negocio, en donde esta funcionando mediante la modalidad de arriendo en un local comercial. Cuenta con ventas materializadas y por ende una validación hecha del servicio que ofrece. Se verifica y hace ajustes de su modelo financiero, en donde muestra una TIR y VPN positivos	El emprendedor es ingeniero agroindustrial con certificación en buenas practicas de manufactura, con formación en el área de café. Plantea como problematica la falta de equipos y laboratorio para realizar analisis que permita mejorar la calidad del café. No hay espacios para caficultores pequeños, existe laboratorios pero privados (Federación, Universidad del Tolima) donde se realiza calificación del café mas no se realice un proceso de retroalimentación para el mejoramiento de la tasa, impactando esto en el precio que le pagan al campesino por el café producido. Plantea como segmento de mercado familias caficultoras del departamento del Tolima, cuantifica el segmento de mercado. Plantea como idea de negocio la implementación de un laboratorio de café. Es necesario fortalecer información del analisis de la competencia. Plantea canales de comercialización. La unidad productiva lleva operando 2 años con un equipo de trabajo definido. Cuenta con ventas validadas aproximadamente de \$3 millones de pesos.
Alexandra Mesa-3144130392	ROBINSON OLARTE ANGEL	93414014	3212185916	robiangel21@gmail.com	PIEDRA VIVA LAVAMANOS EN PIEDRA VOLCANICA RUSTICA	83,33%	Emprendedo con una de negocio asociada a la fabricación de lavamanos en piedra, demandados por personas que buscan decoración rustica/natural. El emprendimiento tiene 3 años en el mercado, tienen canales de venta offline y online, tienen ventas mensuales de aproximadamente 4 millones de pesos, se presentan cifras claras y la TIR Y VPN demuestra que el proyecto es viable financieramente. Se demuestra en la presentación la validación de mercado, se muestra evidencia de ventas y envíos a otras ciudades.	Licenciado en educacion. Cuenta con ventas validadas y hechas, ademas de funcionamiento desde hace tres años. Muestra cifras financieras que demuestra viabilidad de su proyecto con una TIR del 34% y proyeccion de ventas viables	Elaboran lavamanos en piedra rustica. El emprendedor es licenciado en educación. Cuenta con formación complementaria SENA- Cuenta con 3 años de experiencia en la actividad economica. Plantea como problematica la sobre oferta de lavaderos convensionales, y hace relevancia en la producción ecologica de este tipo de elementos decorativos. Plantea como segmento de mercado clientes finales de 25 a 60 años y mercado insticcional como restaurantes, glampins y demás establecimientos. Muestra cifras que evidencian la oportunidad comercial. Presente ventas mensuales promedio de 4 millones de pesos, cuenta con 25 clientes personas naturales y 3 clientes como mercado institucional. Viene funcionando con la unidad productiva hace 3 años y cuenta con clientes no solo locales en Ibagué sino ademas fuera de la ciudad.
Derly Parrado-3185274554	xavier manuel cardenas murillo	1110472471	3112858229	xavi0607@hotmail.com	Eventos y Logística los Girasoles	78,33%	El emprendedor lleva 2 años operando con una casa de eventos, con un promedio actual de ventas de 18 millones con una rentabilidad del 30%. El emprendedor tiene experiencia en logística y su validación de mercados se ha enfocado en eventos de bodas, quince años. Plantea una inversión por parte de Fondo Emprender de 91 millones para dotar su negocio y poder ser competitivo en el mercado. El proyecto demuestra viabilidad comercial puesto que se ha usado el canal digital para dar visibilidad al negocio.	Ingeniero Industrial con unidad productiva funcionando hace dos años como persona natural. Cuenta con ventas generadas hasta la fecha y expone puntos claros en cuanto a su ventaja en relacion con sus competidores. Muestra una viabilidad positiva de su modelo financiero en donde mejora su TIR pasando de 64% a 18%	El emprendedor es ingeniero industrial con experiencia en logística, plantea como idea de negocio la implementación de una casa de eventos. La problematica la enfoca en la insatisfacción del segmento de mercado por incumplimientos, falta de profesionalismo, altos costos por parte de casas de eventos del sector. Enfoca el factor de innovación en una experiencia personalizada y cumplimiento con calidad en el desarrollo de eventos. Plantea como segmento de mercado personas naturales y clientes institucionales que buscan desarrollar eventos de tipo familia, corporativo. Cuantifica el segmento de mercado y realiza caracterización del mismo. Realiza analisis de la competencia analiza ventajas y desventajas. Viene trabajando con la unidad productiva más de 2 años como persona natural, actualmente factura \$18 millones de pesos con 5 eventos promedio. El emprendedor realizo ajustes a las proyecciones financieras y como resultado se tiene una TIR y un VPN ajustado y acorde con la realidad del modelo de negocio. Plantea canales de comercialización y publicidad. Actualmente desarrolla el emprendimiento a traves de redes sociales, sin embargo con Fondo Emprender plantea el montaje de su un local fisico.
Andrea Ortiz-3183380604	cesar murillo yañez	93407870	3166532730	cesar_yanez@hotmail.com	FRIOS.CERO	70,00%	El proyecto plantea la distribución de bebidas alcoholicas, agua, gaseosa en la ciudad de Ibagué, con 1 año de funcionamiento como unidad productiva y ventas mensuales de \$3.900.000. El emprendimiento no cuenta con un factor de innovación, por lo cual se considera un emprendimiento de economia popular, se recomienda presentar a estas convocatorias. Hay cierta alineación con su segmento de mercado, pero podría optimizarse. Identifica con claridad a su segmento de mercado y lo describe con características clave. Comprende sus necesidades, hábitos y comportamientos de compra. La solución es clara y bien definida, con un enfoque preciso en el problema identificado. Cuenta con clientes activos y recurrentes. Establece el valor del proyecto y su aporte con cifras claras y bien estructuradas. Contempla algunos cargos para el equipo de trabajo, sin embargo hacen falta actores claves	Suboficial retirado con tecnologo en ciencias militares. Cuenta con una idea de negocio la cual ya tiene en funcionamiento, pero NO es claro el componente innovador de su emprendimiento ya que se basa en compra y comercializacion de productos ya existentes como lo son gaseosas y cervezas. Debe establecer un factor innovador que permita establecer que su unidad productiva genere un impacto en la comunidad. Este proyecto debe enfocarse en una convocatoria de Economia Popular, tomando en cuenta las características del proyecto. Aun así, debe mejorar su innovacion	El emprendedor es Tecnologo en ciencias militares con experiencia en asesor de seguridad y ventas. La problematica debe enfocarla en las necesidad del segmento de mercado, no problemáticas propiamente del emprendimiento. Presenta segmento de mercado, características, Realizar analisis de la competencia planteando ventajas y desventajas. El emprendedor menciona que actualmente cuenta con 4 clientes, y ventas promedio de \$4 millones de pesos mensuales. Plan de negocio que aplica para economia popular. Viene trabajando con la unidad productiva hace 1 año, cuenta con ventas validadas. Plantea la implementación de un punto fisico para la distribuidora, si bien el emprendedor plantea inversion de 90 millones, menciona que podría acogerse a la convocatoria de economia popular. Es necesario mejorar el factor de innovación.
Johanna Marroquin-3103196910	Jhonnatan Stiven Guevara Galindo	1005912583	3016715953	jhonnysg28@gmail.com	El centro de aprendizaje personalizado de inglés "freschool"	77,00%	Buen nivel de conocimiento y experiencia La problemática o necesidad está bien definida y justificada con datos o evidencia. Identifica con claridad a su segmento de mercado y lo describe con características clave. Comprende sus necesidades, hábitos y comportamientos de compra. La solución es clara y bien definida, con un enfoque preciso en el problema identificado. Cuenta con clientes activos y recurrentes. Establece el valor del proyecto y su aporte con cifras claras y bien estructuradas. Contempla algunos cargos para el equipo de trabajo, sin embargo hacen falta actores claves	Profesional en Negocios Internacionales, cuenta con experiencia de 2 años como gerente emprendedor de su idea de negocio. Plantea un arbol de problemas que demuestra que existe una problematica en cuanto al bajo dominio del ingles en Colombia. Tiene perfil para poder presentarse a una convocatoria de Economia Popular, tomando en cuenta el monto de dinero que estaría solicitando y las características del proyecto. Cuenta con punto fisico y ventas validadas	El modelo de negocio se enfoca en la implementacion de un centro de aprendizaje de ingles. Profesional en negocios internacionales. Cuenta con 2 años de experiencia como docente. Formación complementaria en herramientas digitales. Como problematica plantea bajo dominio del ingles en Colombia y la necesidad del uso del idioma en el campo laboral. Como segmento de mercado plantea padres de familia y universitarios con la necesidad de aprender el idioma. Presenta el portafolio de servicios como cursos, preparación para el ICFES, traducciones, refuerzos académicos. Realiza analisis de competencia, se recomienda ampliar y profundizar ventajas, desventajas con el fin de definir puntualmente el factor de innovación del emprendimiento. El emprendimiento podría aplicar para la convocatoria de economia popular, plantea inversion de fondo emprender por \$66 millones de pesos, podría revisar si se puede ajustar al monto entregado por esta convocatoria, Viene trabajando hace un año y medio con la unidad productiva, factura mensualmente promedio de \$3 millones de pesos. Es necesario plantear estrategias de comercializacion puntuales que le permita competir en el mercado, es necesario garantizar incremento en las ventas de la unidad productiva que garanticen la sostenibilidad.

Diana Gisselle Rodriguez-3015170145	Ana Maria Cardozo Doncel	65824694	3102717907	anitacar2909@gmail.com	Café Cerezo establecimiento de servicio	77,67%	La emprendedora, egresada del SENA en el programa Técnico en Recursos Humanos, presenta la iniciativa empresarial denominada Tienda de Café Cerezo. Este proyecto se dedica a la elaboración y comercialización de bebidas a base de café, así como a la oferta de productos complementarios (acompañamientos) en el municipio de Melgar, y cuenta con una trayectoria operativa de siete años. Durante la evaluación se evidencia que la unidad productiva se encuentra en funcionamiento, lo cual permite confirmar una validación previa en el mercado. Esto se refleja en la aceptación de sus productos, en el conocimiento de sus procesos productivos, y en la identificación clara de su segmento de clientes. El perfil del cliente está bien definido, lo cual facilita la orientación de las estrategias comerciales y de crecimiento. Asimismo, se verifica que la emprendedora cuenta con activos e infraestructura suficientes para respaldar el 10% del valor del proyecto como aporte propio, en cumplimiento con los requerimientos del Fondo Emprender. De igual forma, identifica con claridad los requerimientos específicos que serán financiados con los recursos del fondo, lo que demuestra una planificación estructurada del uso del capital solicitado. En términos de viabilidad: Técnica: El proyecto cuenta con los equipos necesarios, experiencia en operación y conocimientos del proceso productivo. Financiera: Presenta una estructura de costos razonable, expectativas de ingresos basadas en datos reales del negocio actual, y un equilibrio entre inversión y capacidad operativa. Comercial: Existe una demanda comprobada, estrategias de fidelización de clientes y un producto diferenciado con enfoque local y potencial de escalabilidad.	La emprendedora en técnica en Recurso Humano, el proyecto es una tienda de café, enfocado a preparar y vender productos a base de café de calidad. Reconoce el segmento de mercado al cual se dirige su proyecto, tiene un avance y validación por medio de ventas del producto y servicio ofertado.	La emprendedora, técnica en Recursos Humanos, impulsa un proyecto de tienda especializada en café, centrado en la elaboración y comercialización de productos de alta calidad. Ha definido con precisión su mercado objetivo y ha validado su propuesta a través de la venta efectiva de sus productos y servicios.
Yudy Cardenas-3164157304	Olga Patricia Gomez Botia	35418459	3012882387	elhuertodeno@gmail.com	el huerto de Noe "El Huerto de Noé" consiste en: la producción URBANA de orellanas	70,33%	La emprendedora, tecnóloga en Protección y Recuperación de Ecosistemas Forestales, egresada del IDEAD, presenta una iniciativa orientada a la producción y comercialización de orellanas (setas comestibles), tanto en su presentación en crudo como transformadas en subproductos como antipastos. Cuenta con formación específica en producción de hongos, lo cual respalda técnicamente su propuesta. El proyecto se viene desarrollando desde hace un año en Gualanday, en una zona de clima frío (promedio 23 °C), donde ha logrado generar un microclima propicio para el cultivo de hongos. Actualmente, opera con 60 tubulares y produce entre 4 y 5 kilos al mes. Con el apoyo del Fondo Emprender, proyecta escalar su producción hasta alcanzar una tonelada mensual, ampliando tanto la capacidad como la diversificación del portafolio de productos. Fortalezas identificadas: Ha sido beneficiaria de capital semilla por parte de la Alcaldía de Ibagué, lo que valida la propuesta a nivel local. Cuenta con tres puntos de venta activos: un supermercado en Picafeña y alianzas con fundaciones. Dispone de un catálogo de productos y ha participado en ferias empresariales, lo cual fortalece su posicionamiento comercial. El predio de operación es propio, lo que disminuye riesgos financieros relacionados con arriendos. Actualmente genera ingresos mensuales de aproximadamente \$2.000.000. Observaciones clave para evaluación: Producción: Se sugiere realizar una evaluación técnica detallada del sistema productivo actual y del escalamiento propuesto, para garantizar la viabilidad del aumento de capacidad sin afectar la calidad ni los costos operativos. Lugar de operación: Aunque se ha logrado adaptar el entorno a las condiciones del hongo, es necesario monitorear el impacto del clima frío sobre la producción a gran escala, dado que no es el clima óptimo tradicional para esta especie. Validación de mercado: Dado que las orellanas no hacen parte del consumo habitual en muchos hogares ibaguereños, se recomienda realizar una validación comercial específica en Ibagué para conocer con mayor precisión la frecuencia de consumo, nivel de aceptación y potencial real de crecimiento, especialmente para los subproductos como antipastos. Se recomienda presentarla a una convocatoria de economía popular o campesina.	La emprendedora es tecnóloga en protección y recuperación de ecosistemas forestales, el proyecto es la producción de orellana. Se identifica el segmento de mercado de manera general, aunque hace un análisis de la competencia se recomienda fortalecer este punto ya que debe identificar en donde compran los clientes, lo que hace que se pueda tener competidores de todo el país que tenga avellanas de calidad. Actualmente produce un total de 5 kilos, con unas ventas de alrededor de 2 millones de pesos. Se recomienda revisar el proceso de producción y la capacidad debido a que este producto es generalmente de clima fresco, por lo que se identifica un riesgo asociado con los costos de mantener un microclima que permita su producción adecuadamente, debido a que el predio donde se produce se encuentra en Gualanday, clima caliente. Finalmente, se identifica que la emprendedora conoce el producto ha validado el mismo por medio de ventas y reconoce en que se van a utilizar los recursos de Fondo emprender.	La emprendedora, tecnóloga en Protección y Recuperación de Ecosistemas Forestales, desarrolla un proyecto de producción y comercialización de orellanas en Gualanday. Con formación especializada, ha logrado establecer un microclima óptimo para el cultivo, operando con 60 tubulares y produciendo entre 4 y 5 kilos mensuales. Con apoyo del Fondo Emprender, busca escalar su producción a una tonelada mensual, diversificando su oferta. Para fortalecer la producción y comercialización de orellanas, es clave ampliar el análisis de demanda más allá del consumo vegano, generando datos concretos mediante estudios y encuestas. También es recomendable establecer alianzas estratégicas con restaurantes y mercados orgánicos, diversificar la oferta con subproductos como salsas y deshidratados, y potenciar la estrategia educativa y promocional para aumentar su conocimiento y demanda en el mercado.
Diana Gisselle Rodriguez-3015170145	yuli tatiana zufiga plazas	1106713744	3188379697	yuli-tatis@hotmail.com	Tamatín Estudio Creativo	71,33%	La emprendedora es profesional en Psicología, auxiliar de enfermería y cuenta con una certificación en competencias laborales en tejido con aguja. Presenta un proyecto que se enfoca en el diseño, elaboración y comercialización de personajes tejidos con aguja, una actividad que ha desarrollado de manera continua durante los últimos tres años. Actualmente, los productos se encuentran validados en el mercado, con evidencia de aceptación por parte de los clientes, lo cual demuestra una propuesta de valor creativa y con demanda. El emprendimiento cuenta con varias líneas de ingresos: Talleres virtuales dirigidos a personas interesadas en aprender la técnica. Venta de kits de tejido, que incluyen materiales e instrucciones. Proyección de impresión 3D como nueva línea para ampliar capacidades de diseño y producción. El equipo de trabajo está conformado por la emprendedora y su esposo. Las ventas mensuales oscilan entre dos y cuatro millones de pesos, y actualmente realiza su gestión comercial principalmente a través de Instagram, donde promociona sus productos y servicios. Fortalezas: Producto validado con trayectoria de tres años en el mercado. Diversificación de líneas de ingreso que combina formación, venta de insumos y manufactura. Estructura básica de producción y ventas activas. Intención de incorporar tecnologías (impresión 3D) para escalar capacidades. Recomendaciones: Ampliar canales comerciales más allá de redes sociales, como participación en plataformas de comercio electrónico, ferias especializadas o convenios con tiendas de manualidades, para fortalecer la visibilidad y las ventas. Reforzar el componente de innovación, especialmente en el diseño de personajes exclusivos y en la integración de tecnología	La emprendedora es profesional en Psicología, tiene cursos de tejeduría con el sena, tiene experienciadesde hace dos años y se dedica a la producción y comercialización de Kits para tejeduría procesados por medio de la impresión 3D, cuenta con ventas de entre 2 a 4 millones de pesos que en unidades son alrededor de 150 herramientas. El proyecto también presta servicios de talleres de tejeduría, lo que permite también la comercialización de los Kits. La emprendedora manifiesta que su canal de comercialización son las redes sociales, pero se recomienda ampliar los canales de comercialización utilizados, identificar la capacidad de producción debido a que se recomienda se presente este proyecto para las convocatorias de economía popular	La emprendedora es profesional, tiene la unidad productiva para la comercialización y capacitación en crochet, por el bajo nivel de innovación se recomienda para una convocatoria popular

Cristhian Daza-3138058714	jouliana prado vela	1234638119	3025351447	jouliana.pradovela7@gmail.com	Broaster lover restaurante de comida rapida	72,00%	La emprendedora es Técnica en Cocina del SENA, y su perfil profesional está directamente relacionado con la naturaleza del proyecto, lo que representa una fortaleza clave en la ejecución de la iniciativa. El proyecto consiste en la creación de un restaurante de comida rápida en el que el producto principal es el pollo broaster, acompañado de hamburguesas y otras preparaciones similares. El enfoque está dirigido a personas con restricciones o preferencias alimenticias, así como al público general de la ciudad de Ibagué. La propuesta de valor se basa en ofrecer opciones de comida rápida con ingredientes más saludables, lo cual representa un intento de innovación dentro de un mercado saturado. Avances y capacidades actuales: Operación en formato de cocina oculta ubicada en el barrio Las Brisas, lo que reduce costos fijos. Ventas mensuales cercanas a \$3.500.000, con un canal comercial activo en Instagram. Cuentan con los equipos de cocina necesarios y recetas estandarizadas, lo cual garantiza consistencia en la calidad del producto. Servicio de domicilios propio, que mejora el control y la experiencia del cliente. Validación de producto a través de la aceptación del mercado y ventas constantes. Recomendación principal: Revisar y fortalecer el componente de innovación: Si bien la propuesta incluye el uso de ingredientes más saludables, es importante precisar y profundizar en qué consiste esa mejora (por ejemplo: uso de harinas integrales, aceites menos procesados, técnicas de cocción alternativas, inclusión de opciones veganas o sin gluten, etc.), para diferenciarse efectivamente de otras ofertas similares en el mercado.	La emprendedora es tecnóloga en Cocinadel Sena, el modelo de negocio planteado es un restaurante de varias líneas de producto, basado en el pollo Broaster. Ha validado el producto por medio del servicio de cocina oculta, se identifica validación ya que manifiesta que tiene ventas promedio de 3 a 3,5 millones de pesos, cuenta con los equipos básicos y demuestra conocimiento técnico y comercial de la idea de negocio planteada. Debido a la gran competencia, se recomienda fortalecer este análisis, además de identificar de mejor manera las propuestas de valor que lo diferencian de la competencia y la innovación que tiene el proyecto en cuanto al concepto de negocio, proceso de producción y prestación del servicio e innovación del producto.	La emprendedora tiene perfil de cocina con formaciones adicionales, tiene una unidad productiva de cocina oculta, se recomienda fortalecer los canales de comercialización y gestionar un mercado más amplio.
Andres Gonzalez-3167645600	Duván Immer Urrea Lozano	1110470747	3167247091	duvan747@gmail.com	Cedrus Music Market.	72,00%	El emprendedor es maestro musical egresado del Conservatorio del Tolima, con sólida trayectoria en docencia y ejecución musical, lo cual respalda técnicamente la propuesta. El proyecto consiste en establecer un punto de venta físico y una tienda en línea especializada en instrumentos musicales nuevos (con variedad de marcas), venta de instrumentos usados y clases virtuales de música dictadas por docentes calificados. El enfoque combina productos físicos y servicios educativos para atender a un público diverso, desde músicos aficionados hasta estudiantes formales. Avances y validación: El proyecto ya cuenta con un prototipo funcional de la página web, un equipo de trabajo operativo y ventas mensuales promedio de \$1.800.000 entre enero y junio, lo que demuestra una validación preliminar en el mercado. Las ventas actuales se han logrado a través de canales digitales, con énfasis en la tienda en línea. Innovación: La propuesta de valor se basa en la variedad del portafolio, aunque este factor por sí solo no representa una innovación relevante en el mercado actual.	El emprendedor es profesional en música, el modelo de negocio busca desarrollar una plataforma virtual que ofrezca venta de instrumentos musicales nuevos, clases virtuales personalizadas y venta de instrumentos musicales usados. La plataforma virtual está en funcionamiento actualmente como: https://www.cedrusmusicmarket.com. Se identifica validación de un producto Mínimo Viable pero manifiesta que desde febrero de este año tiene aproximadamente 1.800.000 en este tiempo. Esto debido a que el desarrollo de la plataforma se estaba validando. Se recomienda fortalecer los canales de comercialización para mejorar las ventas mensuales de la empresa, a pensar de contar con una plataforma funcional, es posible que no logre una rentabilidad. Por esto, uno de los canales que puede mejorar esto es tener un punto físico donde se logren prestar los servicios que ofrece el modelo de negocio.	El emprendedor, maestro musical egresado del Conservatorio del Tolima, ha desarrollado un proyecto que combina la venta de instrumentos musicales nuevos y usados con clases virtuales impartidas por docentes calificados, consolidando una presencia en el mercado con un prototipo funcional de su página web y ventas digitales que promedian \$1.800.000 mensuales entre enero y junio. Para fortalecer su propuesta, se recomienda potenciar la innovación con estrategias como clases personalizadas, membresías exclusivas, venta de partituras digitales y alianzas con escuelas de música, además de optimizar el modelo de negocio mediante el análisis del comportamiento del cliente, incluir accesorios de alta rotación para mejorar el flujo de caja y diversificar los canales de comercialización a través de marketplaces, ferias culturales y convenios institucionales.
Antonio Alvira-3103206263	CRISTHIAN FELIPE BURBANO VARGAS	1110477752	3248901640	industriasoinks@gmail.com	Industrias OINK	78,33%	El emprendedor es contador público con más de cuatro años de experiencia en el sector agropecuario, específicamente en la cría de cerdos. Esta combinación de formación administrativa y experiencia práctica resulta favorable para el desarrollo y sostenibilidad del proyecto. Descripción del proyecto: La iniciativa consiste en la cría y comercialización en pie de lechones desde los 8 días de nacidos. Maneja cuatro razas con enfoque genético mejorado (Large White, Landrace, entre otras), lo cual constituye su principal propuesta de valor. El predio se encuentra ubicado en la vereda La Esperanza (Ibagué), en arriendo a 10 años, con uso de suelo aprobado y chapeteo del ICA, cumpliendo con los requisitos normativos para la actividad pecuaria. Actualmente cuenta con 15 cerdas maternas en producción y un macho reproductor activo, lo que le permite mantener una operación continua con camadas periódicas. Avances: Lleva más de 4 años y medio de operación estable. Se comercializan entre 30 y 40 lechones por camada activa. Tiene una base de 20 clientes y canales de venta definidos: venta directa en finca, referidos y participación en ferias agropecuarias. Reporta ingresos anuales aproximados de \$125 millones, lo cual evidencia validación comercial. Innovación: La innovación se centra en el manejo de razas con genética mejorada. No obstante, esta diferenciación debe fortalecerse con información técnica y comparativa que demuestre ventajas competitivas (mayor rendimiento, mejor conversión alimenticia, mayor resistencia, etc.). El proyecto tiene viabilidad técnica, financiera y comercial. Presenta una base operativa consolidada, experiencia y cumplimiento normativo.	El emprendedor es contador público, el proyecto se enfoca en la producción de lechones de cerdo. Su propuesta de valor está enfocada en el mejoramiento genético, ya que cuenta con el lugar donde realiza la producción con uso de suelos y contrato de arriendo por 10 años. Vende aproximadamente alrededor de 10 millones mensuales, lo que demuestra la validación de mercado del proyecto. Cuenta con la infraestructura, tiene alrededor de 15 hembras y un macho reproductor de la raza mejorada. Venta mensual de 10 millones. Comercializaciones de lechones destetos de 28 días. Se recomienda fortalecer el aspecto normativo en cuanto a al cumplimiento en los requerimientos solicitados por el ICA, aunque el emprendedor manifiesta que está a la espera para realizar el proceso con la empresa que se constituye con los recursos de Fondo Emprender, es necesario reconocer cuáles son los requisitos para dar cumplimiento a los mismos.	El negocio, que opera desde hace más de cuatro años y medio, ha logrado consolidar una cartera de 20 clientes a través de canales de venta directos y participación en ferias agropecuarias, comercializando entre 30 y 40 lechones por camada y generando ingresos anuales de aproximadamente \$125 millones. Su diferencial radica en la genética mejorada de las razas, aunque se recomienda reforzar esta ventaja con información técnica comparativa que evidencie mejoras en rendimiento y resistencia. Con una estructura operativa consolidada y el cumplimiento normativo garantizado, el proyecto demuestra viabilidad técnica, financiera y comercial. El emprendedor, contador público con más de cuatro años de experiencia en el sector agropecuario, ha combinado su formación administrativa con conocimientos prácticos en la cría de cerdos, lo que fortalece la viabilidad y sostenibilidad de su proyecto. Su iniciativa se basa en la cría y comercialización de lechones desde los 8 días de nacidos, manejando cuatro razas con mejoras genéticas, como Large White y Landrace, para optimizar su rendimiento. La operación se desarrolla en la vereda La Esperanza (Ibagué), en un predio arrendado por 10 años con los permisos correspondientes, y actualmente cuenta con una estructura de producción estable, compuesta por 15 cerdas maternas y un macho reproductor, asegurando una oferta continua mediante camadas periódicas.
Carolina Otalora-3107916276	laura tatiana nuñez trujillo	1.110.483.355	313 3364631	anacletapedaleaibg@gmail.com	Anacleta	71,33%	La emprendedora es profesional en diseño gráfico, ilustradora y ciclista apasionada, lo que le permite conectar directamente con el segmento de mercado al que se dirige, integrando su formación, habilidades creativas y conocimiento del usuario final. Descripción del proyecto: La iniciativa se enfoca en el diseño, confección y comercialización de prendas y accesorios deportivos, especialmente orientados al sector del ciclismo. Actualmente cuenta con una línea de siete productos: buff, gorras de ciclismo, mangas deportivas, camisetas, chalecos, cortavientos y jerseys. La producción se realiza en su taller ubicado en el barrio Jordán. Innovación: El principal factor diferenciador radica en el diseño personalizado de los productos, desarrollados con identidad visual propia, dirigidos a un público deportivo exigente que valora la estética y la funcionalidad. Avances: Cuenta con maquinaria propia para la elaboración de las prendas. Registra ventas promedio de \$2.500.000 mensuales. Ha desarrollado canales de comercialización que incluyen tienda virtual, WhatsApp Business y un punto de venta físico en Interlaken, lo que demuestra una estructura comercial activa y multicanal. Recursos solicitados al Fondo Emprender: \$91.000.000 Recomendaciones: Ampliar el enfoque de innovación, incorporando elementos técnicos en las prendas (tejidos inteligentes, protección UV, secado rápido, etc.) que aporten diferenciación real frente a la competencia. Estructurar un plan comercial sólido para escalar las ventas, fortaleciendo la presencia en línea mediante estrategias de marketing digital, pauta segmentada y alianzas con tiendas especializadas en ciclismo o eventos deportivos. Explorar convenios o ventas corporativas, por ejemplo, a clubes deportivos, equipos de ciclismo o instituciones que promuevan la actividad física. Garantizar la proyección del flujo de caja en relación con la inversión solicitada, asegurando que la operación pueda responder a un crecimiento escalonado de la producción y comercialización.	La emprendedora es diseñadora gráfica, Anacleta es un proyecto dedicado a producción y comercialización de prendas de vestir para bicicleta. Tiene maquinaria y equipos para realizar la producción, con ventas mensuales de 2.500.000. Comercializa su producto por redes sociales, distribuidores de ventas para bicicletas y el punto de producción, además de participar en ferias, punto de venta móvil con bicicletas, entre otros.	La emprendedora ha desarrollado un modelo de negocio estructurado, dirigido a un segmento de mercado específico, respaldado por su formación profesional y experiencia. Su propuesta cuenta con una base clara, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas. Sin embargo, para potenciar su crecimiento y consolidar su posicionamiento, es fundamental fortalecer el proceso productivo y la estrategia comercial.

Raul Sanchez-3175767133	Junior Humberto Montes Banda	1.032.443.197	3057717917	montes_72@hotmail.com	Fermento: bebidas probioticas	74,00%	diferenciada en el sector de bebidas saludables, lo que demuestra iniciativa y capacidad de gestión para ingresar a un mercado especializado. Descripción del proyecto: La iniciativa se basa en la elaboración y comercialización de una bebida fermentada con probióticos, disponible en diferentes sabores. Se enfoca en ofrecer una alternativa funcional y saludable dentro del segmento de alimentos fermentados. Avances: • Ha logrado validar las fórmulas del producto con el apoyo de TecnoParque, lo que le da respaldo técnico a la propuesta. • Tiene presencia comercial en restaurantes de la ciudad, su principal canal de distribución hasta el momento. • Reporta ventas mensuales aproximadas de \$1.500.000. • Cuenta con redes sociales activas como parte de su estrategia de posicionamiento. Canales de comercialización: Venta directa a restaurantes. Recursos solicitados al Fondo Emprender: \$60.000.000 Recomendaciones: • Fortalecer el componente técnico del proyecto, incorporando aliados estratégicos con formación en alimentos o microbiología que respalden la escalabilidad del producto y garanticen el cumplimiento de normativas sanitarias. • Diversificar los canales de comercialización, incluyendo venta directa al consumidor final a través de mercados saludables, tiendas naturistas, ferias, e-commerce o suscripciones. • Ampliar el portafolio de presentación del producto, incluyendo tamaños o formatos más comerciales que aumenten el volumen de venta y mejoren el flujo de caja. • Reforzar la estrategia de marketing digital con contenidos educativos sobre los beneficios probióticos del producto, lo cual puede generar mayor conexión con el público objetivo.	El emprendedor es abogado, con cursos de cocina internacional y manejo de insumos en entornos alimenticios. Actualmente tiene ventar de alrededor1.5 millones de pesos. El proyecto se enfoca a la producción de Kefir con sabores diferenciales, produce y coemercializa alrededor de 40 botellas mensuales, principalmente a restaurantes. Identifica el segmento de mercado. Esta en acompañamiento con tecno parte para tner todo lo requerido para tramitar el Invima y requiere la inversió en un porcentaje para cumplir esos requisitos.	El emprendedor, abogado de profesión, ha incursionado en el sector de bebidas saludables con una propuesta diferenciada: una bebida fermentada con probióticos en varios sabores, validada técnicamente con el apoyo de TecnoParque. Actualmente, comercializa el producto en restaurantes, logrando ventas mensuales de aproximadamente \$1.500.000 y fortaleciendo su posicionamiento a través de redes sociales. Solicita \$60.000.000 al Fondo Emprender para ampliar su alcance, consolidar el respaldo técnico con aliados expertos en alimentos y microbiología, diversificar sus canales de comercialización hacia mercados saludables y tiendas naturistas, y optimizar su estrategia digital con contenidos educativos sobre los beneficios probióticos. También se recomienda ampliar su portafolio con presentaciones más comerciales para mejorar flujo de caja y crecimiento sostenible
-------------------------	------------------------------	---------------	------------	-----------------------	-------------------------------	--------	---	---	--