



Coordinación Nacional de Emprendimiento, Dirección de Empleo y Trabajo (2025)

INICIATIVA PRODUCTIVA, UNIDAD PRODUCTIVA, UNIDAD ECONÓMICA, MODELO O PLAN DE NEGOCIO A CREAR

NOMBRES Y APELLIDOS DEL LÍDER O REPRESENTANTE DE LA INICIATIVA	TIPO DE DOCUMENTO	NÚMERO
Junior Humberto Montes Banda	CC	1.032.443.197
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Fermento	Tolima	Ibagué

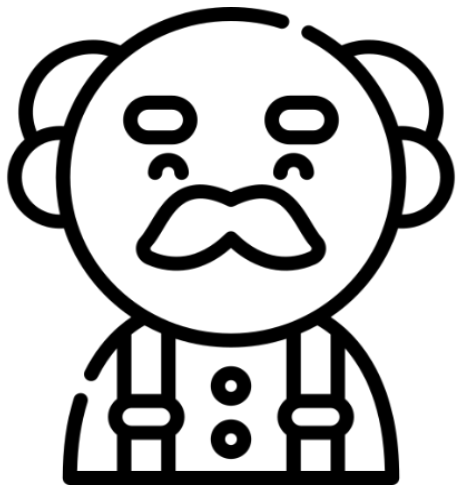
Si elige la categoría **CAMPESINOS** desplegará **únicamente los sectores y** las actividades permitidas para la Economía Campesina de acuerdo a los indicado en los términos de referencia de cada convocatoria
Si elige la categoría **TODOS LOS SECTORES** desplegará **todos los sectores y actividades** económicas vigentes, las cuales también aplican para **Economía Popular**.
La elección de la categoría dependerá del autorreconocimiento o caracterización del representante o grupo asociativo y de la focalización que disponga la Convocatoria a la que desee postularse, **en sus términos de referencia en la sección 2.4.**

CATEGORÍA DEL SECTOR ECONÓMICO DE LA INICIATIVA	SECTOR	ACTIVIDAD ECONÓMICA
TODOS_LOS_SECTORES	INDUSTRIAS_MANUFACTURERAS	1102 Elaboración de bebidas fermentadas no destiladas

¿Es un proyecto asociativo?	NO	¿Cuántas personas hacen parte del grupo asociativo?	N/A
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI		

Para desarrollar su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio debe contar con un lugar de operaciones. Si llega a ser beneficiario de los recursos del Fondo Emprender, en el momento de la suscripción del contrato de cooperación empresarial, se debe evidenciar la gestión del sitio de operaciones; para este caso, se solicita que, se presente uso de suelos donde se tiene planeado realizar la actividad económica y el certificado de tradición donde se demuestre la sana posesión del inmueble o certificación de la sana posesión(Alcaldía). Si el predio está en sucesión se recomienda haber iniciado el proceso o iniciarlo y que se cuente con la autorización de todos los involucrados.
El plazo máximo será no mayor a un mes de la suscripción del acta de inicio del contrato de cooperación empresarial para estos documentos. En caso de superar este plazo, el contrato de cooperación empresarial se terminará unilateralmente, por lo que es fundamental prever el lugar de operaciones de su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio desde este momento, la formulación.

Al tomar la decisión de desarrollar una iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio es importante tener clara la información de ¿Qué queremos hacer? ¿Cómo lo vamos a hacer? ¿Que vamos a vender? ¿Quien nos va a comprar? entre otros. Con el acompañamiento del SENA, vamos a orientarlo para que construya su iniciativa productiva.



Usted podrá exponer acá su proyecto, iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio, siga atentamente las indicaciones en cada elemento.
DILIGENCIE ÚNICAMENTE LAS CELDAS SOMBRÉADAS EN GRIS.
Solo se considerará la información que se pueda visualizar en cada celda, SER CONCRETOS CON LA INFORMACIÓN.

INSTRUCCIONES GENERALES:

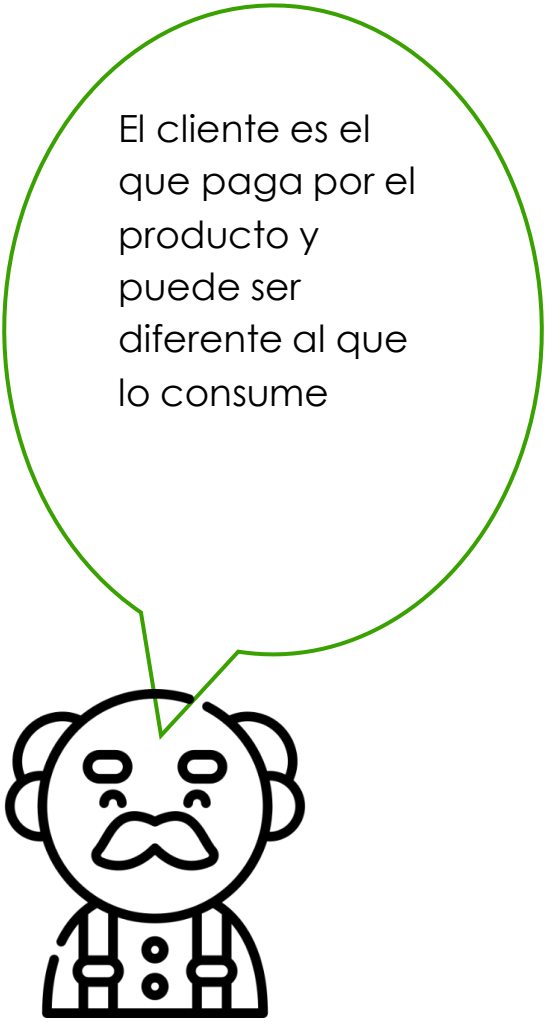
Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde el equipo de profesionales realizará unos talleres para guiarlo en la construcción del proyecto y el diligenciamiento de esta herramienta. **Diligenciar solamente las celdas sombreadas en gris. Se solicita mantener la**

el diligenciamiento de esta herramienta. **Diligenciar solamente las celdas sombreadas en gris. Se solicita mantener la estructura original de la herramienta, sin realizar cambios en las columnas, pestañas, fórmulas, formatos de celdas o cualquier otro elemento que afecte su integridad.**

1.¿QUIEN ES EL CLIENTE DE SU INICIATIVA? (Quien compra mis productos o servicios)

En este espacio debe identificar claramente a su cliente, es decir, la persona o grupo que le va a comprar los productos o servicios. Escríbalo con el mayor detalle posible: quién es, cómo vive, qué edad tiene, qué gustos o necesidades tiene y por qué le compraría. La idea es que lo describa como si estuviera hablando de un hijo o de un familiar muy cercano, conociendo sus costumbres, lo que le gusta y lo que necesita.

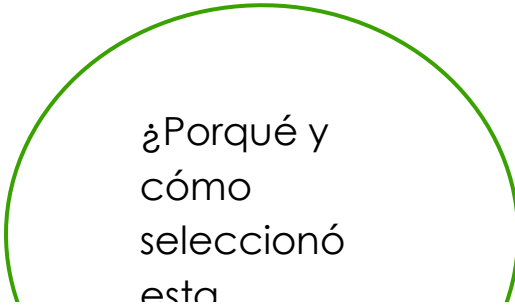
CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR	CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR
En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (vereda, municipio o ciudad), su estrato, edad y género. Explique su capacidad de compra, es decir, si tiene los ingresos suficientes y la frecuencia para poder pagar por el producto o servicio. Señale si trabaja y en qué, si tiene hijos y si vive en casa propia o en arriendo. También describa sus hábitos de consumo, como cada cuánto compra, qué cantidad consume y qué prefiere al momento de elegir. Incluya cifras o estadísticas que ayuden a mostrar mejor este perfil.	En este espacio debe describir con detalle cómo es su cliente en cuanto a gustos y preferencias. Mencione qué cosas le gustan, qué le da miedo, qué lo hace feliz y cuáles son sus valores. También puede contar qué le gusta comer, si disfruta viajar u otras actividades que hagan parte de su vida. La idea es conocer al cliente como a un familiar cercano, entendiendo sus costumbres, motivaciones y forma de vivir, para saber mejor cómo ofrecerle el producto o servicio.
CLIENTE	
1. Empresas (personas jurídicas y naturales comerciantes): Corresponde a pequeñas, medianas y grandes empresas, principalmente supermercados de grandes superficies que cuentan con líneas de alimentos saludables. También incluye tiendas naturistas, cafeterías wellness, restaurantes con enfoque saludable y supermercados especializados, ubicados principalmente en zonas urbanas de estratos 3, 4 y 5 en ciudades como Ibagué, Bogotá, Medellín y Cali. Aunque este segmento representa solo entre el 3 % y el 8 % del total de empresas , se contempla trabajar igualmente con supermercados locales que han incorporado secciones de alimentos naturales —como Superinter y Mercacento en Ibagué—, así como con pequeñas tiendas que evidencian una tendencia creciente hacia la oferta de productos funcionales y diferenciados. Estos clientes valoran la sostenibilidad, los sellos de autenticidad y la innovación en el portafolio, buscando proveedores locales que ofrezcan bebidas artesanales con beneficios funcionales certificados.	1. Empresas (personas jurídicas y naturales comerciantes): Los negocios como cafeterías, tiendas naturistas, restaurantes saludables y supermercados especializados muestran un comportamiento de consumo enfocado en la coherencia con sus valores de sostenibilidad, autenticidad e innovación. Prefieren proveedores que ofrezcan productos frescos, naturales y diferenciados, libres de aditivos y con beneficios funcionales comprobables. Les atraen especialmente aquellos que transmiten confianza y respaldo científico, pero también que tengan un componente artesanal y local, capaz de generar cercanía con sus clientes finales. Además, valoran la diversidad de presentaciones, la innovación en sabores y la posibilidad de integrar productos que combinen tradición y modernidad dentro de sus portafolios. Evitan alianzas con productos excesivamente procesados .
2. Consumidores individuales: son hombres y mujeres de entre 25 y 55 años de estrato medio y medio-alto (3, 4 y 5). Muchos son profesionales activos con ingresos estables, padres y madres de familia con hijos en edad escolar, que buscan incluir opciones saludables en la lonchera de sus hijos, así como adultos jóvenes y adultos mayores preocupados por su salud digestiva, inmunológica y emocional. Viven mayoritariamente en arriendo o en vivienda propia financiada, destinan parte de su presupuesto a alimentos naturales y compran de forma semanal o quincenal productos como el kéfir. Prefieren bebidas bajas en azúcar, sin aditivos, con sabores atractivos y de fácil acceso en restaurantes, cafeterías o supermercados.	2. Consumidores individuales: Son hombres y mujeres motivados por un estilo de vida saludable y consciente, que encuentran en la alimentación una forma de cuidar su digestión, inmunidad y salud emocional. Disfrutan probar alimentos frescos, naturales y poco azucarados, con sabores auténticos y frutales, así como opciones infusionadas que les permitan personalizar su experiencia de consumo. Su comportamiento de compra refleja afinidad por marcas que cuentan historias auténticas y locales, y que transmiten confianza mediante la calidad y la evidencia de beneficios funcionales. Se sienten felices al cuidar de sí mismos y de sus familias con hábitos sencillos, como compartir comidas sanas o explorar nuevas propuestas artesanales. Entre sus temores se encuentran los productos ultraprocesados o artificiales.
CONSUMIDOR	
El consumidor final de Fermento comparte varias características con los clientes descritos anteriormente, pero con un enfoque en sus hábitos y decisiones de compra personales. Se trata principalmente de hombres y mujeres entre 25 y 55 años, residentes en zonas urbanas de ciudades como Ibagué, Bogotá, Medellín y Cali, pertenecientes a estratos socioeconómicos 3, 4 y 5. Cuentan con un nivel educativo medio o superior, lo que les facilita comprender y valorar los beneficios de los alimentos funcionales. Tienen ingresos medios y altos que les permiten destinar parte de su presupuesto a productos saludables y diferenciados.	El consumidor de Fermento se caracteriza por tener gustos ligados a la alimentación saludable y natural, prefiriendo productos frescos, poco azucarados y libres de aditivos artificiales. Les gusta probar sabores auténticos, frutales o infusionados con hierbas, y disfrutan encontrar opciones que puedan incorporar fácilmente a su vida diaria, tanto en el hogar como en momentos de socialización.
Estos consumidores finales muestran comportamientos específicos: realizan compras semanales o quincenales de presentaciones entre 250 ml y 1 litro, según sea para consumo personal o familiar. Prefieren productos accesibles en precio, pero con atributos funcionales comprobables y sabores auténticos que les generen confianza y fidelidad. Muchos son jefes de hogar o profesionales activos en sectores como servicios, educación y salud, lo que influye en su interés por ofrecer a sus familias opciones más nutritivas y naturales.	Su mayor miedo es depender de alimentos altamente procesados que comprometan su salud a largo plazo o la de su familia. En contraste, lo que más los hace felices es sentirse bien física y emocionalmente, mantener un equilibrio en su digestión y fortalecer sus defensas con opciones naturales que transmitan confianza y respaldo científico.
En conclusión, aunque coinciden en su perfil con los clientes institucionales o comerciales que distribuyen el producto (tiendas naturistas, restaurantes y supermercados especializados), el consumidor final se distingue porque es quien experimenta directamente los beneficios del kéfir en su salud y bienestar cotidiano, lo que lo convierte en el centro de la propuesta de valor de Fermento.	Estos consumidores valoran la coherencia y sostenibilidad, se preocupan por el medio ambiente y por apoyar marcas locales con historias auténticas. Además, disfrutan actividades que complementan su estilo de vida consciente, como viajar, descubrir nuevas propuestas gastronómicas, practicar ejercicio ligero o compartir en familia.
	Según la Oficina de Suplementos Dietéticos de los NIH (EE. UU.), los probióticos consumidos en cantidades adecuadas ayudan a mejorar la digestión y la función intestinal, lo cual coincide con la motivación principal de estos clientes: elegir productos que contribuyan a la prevención de enfermedades crónicas y a un bienestar integral que combine salud, sabor y valores personales.



2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR

En este espacio se responde a la pregunta ¿Cuál es el problema o necesidad que se pretende solucionar? ¿Cómo le estoy ayudando al cliente? Ojo! No es su problema personal o del grupo asociativo, sino el problema o necesidad del posible cliente del punto anterior.

El mercado colombiano de bebidas está dominado por productos ultraprocesados, altos en azúcares y aditivos, los cuales han sido señalados como factores de riesgo en el aumento de obesidad, diabetes y enfermedades cardiovasculares (MinSalud, 2021; OMS, 2015). Esta situación refleja una necesidad urgente de contar con alternativas naturales, funcionales y seguras que aporten beneficios reales a la salud de los consumidores.



Beneficios reales a la salud de los consumidores.

A esta problemática se suman otras necesidades relevantes: mejorar la salud digestiva en un país con alta prevalencia de gastritis y deficiencias nutricionales, prevenir enfermedades crónicas y responder al interés creciente por la salud mental. Diversas investigaciones han demostrado que los probióticos no solo fortalecen la microbiota intestinal, sino que también impactan positivamente el estado de ánimo y el bienestar psicológico. De manera destacada, la psiquiatra nutricional Uma Naidoo, investigadora de la Escuela de Medicina de Harvard, expone en su libro This Is Your Brain on Food (2020) la relación directa entre la alimentación y la salud mental, mostrando cómo el consumo de alimentos ricos en probióticos favorece el equilibrio emocional y la salud integral. Estos hallazgos amplían el valor de las bebidas fermentadas más allá del cuidado físico, resaltando su potencial en la prevención y el bienestar psicológico.

En este contexto, Fermento ofrece una solución integral mediante el kéfir de agua y el kéfir de leche, dos bebidas probióticas, artesanales y libres de aditivos, que fortalecen el sistema digestivo, mejoran la absorción de nutrientes y apoyan el equilibrio emocional. Fermento brinda una opción accesible, sostenible y coherente con los valores de salud y consumo consciente que



3. LA COMPETENCIA (Quien más lo hace?)

Siempre hay competencia, hay que reconocerlo y son esos que hacen lo mismo que queremos hacer, o los que con su producto o servicio reemplazan lo que queremos hacer, describa tres (3) competidores y en qué se diferencia de ellos.

Nombre del competidor	Localización geográfica (Departamento, Municipio)	Producto o Servicio	Precio (Solo colocar valor \$)	Ventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula	Desventajas del competidor comparado con la iniciativa que se postula
Viva kefir – Ofrece fermentados (leche, coco, agua, almendra) y lleva años en el mercado. Tiene registros sanitarios.	Calle 73 No. 9 – 17, Bogotá, con acceso directo a público urbano, aunque se concentra en un círculo competitivo limitado en la capital.	Kefir de leche y agua	\$ 9.000	Especialización en probióticos como el kéfir, reforzando identidad de marca. Cercanía a público urbano en Bogotá. Experiencia en sensibilizar sobre beneficios.	El kéfir de agua presenta baja gasificación y sabores menos intensos frente a Fermento, lo que sugiere un menor contenido probiótico y, por tanto, beneficios reducidos.
Dejamu – Produce kéfir y fermentados, yogures con ingredientes naturales y sin aditivos, con presencia en supermercados y tiendas.	Calle 26 # 106-66, Bogotá. Tiene sello artesanal, pero su cercanía la asocia con un mercado centralizado, sin aprovechar ciudades intermedias.	Kefir de leche	\$ 12.900	Marca artesanal con presencia en supermercados y tiendas, cercana a un mercado amplio en Bogotá.	Presencia limitada y centralizada en Cundinamarca. Menor capacidad de expansión nacional frente a grandes industrias. No aprovecha mercados intermedios como Ibagué. No tiene Kefir de agua.
Alpina – Gran empresa láctea con el producto Kéfir Plus, enriquecido con fibra GOS. Está entrando fuerte al mercado.	Carrera 4 Bis 9 24 Sopó, con ubicación estratégica hacia Bogotá y el mercado nacional, reforzando su carácter industrial y alejado de lo artesanal.	Kefir de agua y leche	\$ 10.000	Amplia capacidad de producción e infraestructura nacional. Reconocimiento de marca consolidado. Inversión en innovación y mercadeo, como Kéfir Plus con fibra.	Carácter industrial y masivo la aleja de la percepción artesanal y cercana. Poca personalización en relación con consumidores. Tampoco posee Kefir de agua.

Conclusión: Según lo analizado, ¿Cuál considera que son esas ventaja competitivas que tiene la inciativa a postularse frente a la competencia?

Fermento supera a sus competidores al ofrecer sabores más auténticos, ricos y burbujeantes y una experiencia cercana con el consumidor, que algunas empresas del sector que por su carácter industrial, no pueden replicar. Desde Ibagué, Fermento atiende mercados intermedios desatendidos, uniendo lo artesanal con calidad certificada y diferenciación real, con alto potencial de expansión nacional y la capacidad de construir comunidad alrededor del consumo saludable y consciente.

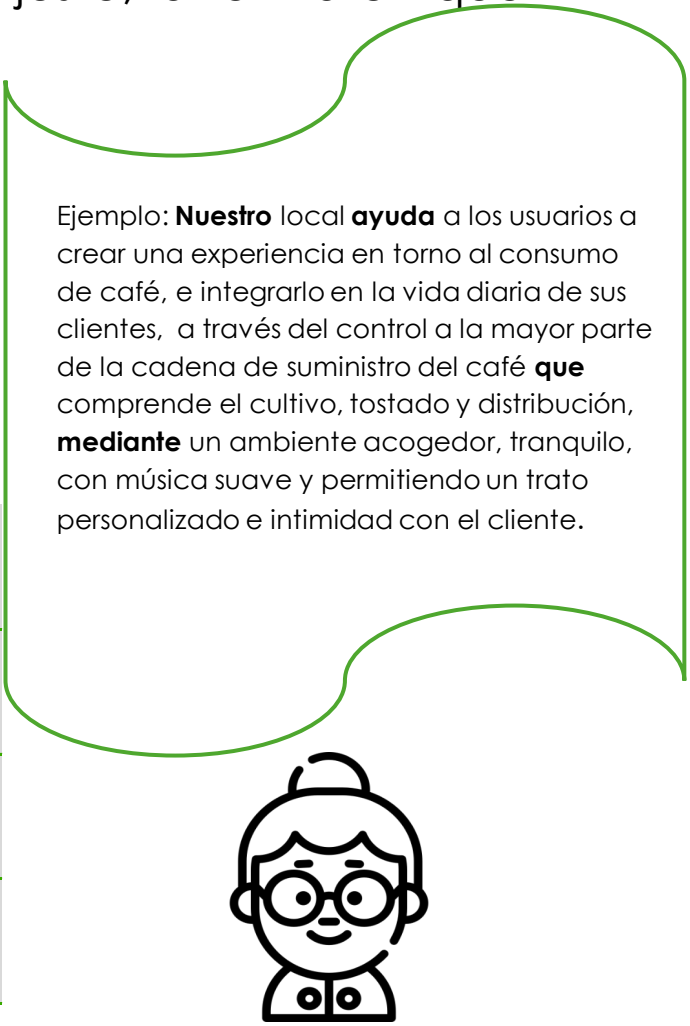
4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO (Qué es lo que voy a ofrecer?)

Aquí debe explicar en qué consiste su iniciativa y qué la hace diferente de las demás. Señale cuál es la ventaja que tiene frente a otros productos o servicios que ya existen en el mercado. Describa ese detalle especial, único o distinto que le agrega a su producto o servicio y que hace que el cliente lo prefiera, ya sea por su calidad, el precio justo, la forma en que se produce, el cuidado con que se entrega o cualquier otro aspecto que lo haga sobresalir.

El proyecto consiste en: La producción y comercialización de una bebida probiótica innovadora que combina fermentación natural con alta gasificación y sabores únicos, ofreciendo una alternativa saludable y deliciosa a las gaseosas y cervezas. Se tiene como objetivo masificar el consumo de kéfir, llevándolo más allá de nichos especializados hacia un mercado amplio y cotidiano.

Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

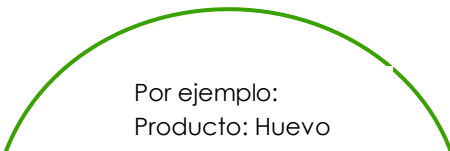
Nuestro:	Kéfir de agua y leche, bebidas probióticas artesanales, con fermentación natural, gasificación atractiva y sabores únicos.
Ayuda:	A que los clientes vivan una experiencia en torno al kéfir, probióticos y bebidas fermentadas, integrándolos de manera cotidiana en su estilo de vida.
Que:	Promueve el consumo de probióticos que fortalecen la salud digestiva, inmunológica y emocional, ofreciendo alternativas saludables frente a gaseosas y bebidas alcohólicas.
Mediante:	Producción artesanal con estándares de calidad, cercanía regional desde Ibagué y comercialización a precio justo, asegurando confianza, autenticidad y accesibilidad para un mercado amplio.



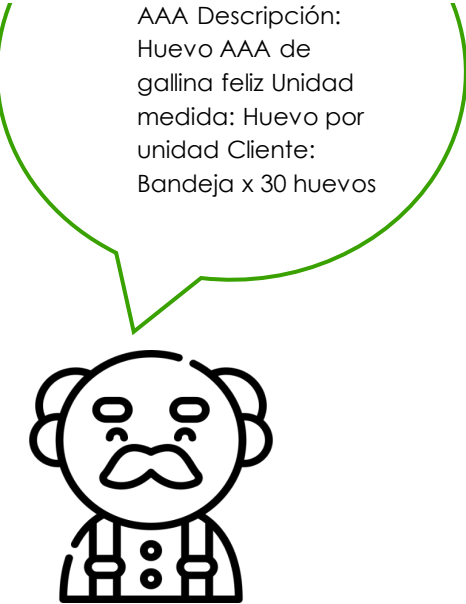
Ejemplo: **Nuestro** local **ayuda** a los usuarios a crear una experiencia en torno al consumo de café, e integrarlo en la vida diaria de sus clientes, a través del control a la mayor parte de la cadena de suministro del café **que** comprende el cultivo, tostado y distribución, **mediante** un ambiente acogedor, tranquilo, con música suave y permitiendo un trato personalizado e intimidad con el cliente.

5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Relacione los productos o servicios a ofrecer al cliente. Descríbalos, indique cual es la unidad de medida (Libras, Kilos...), presentación. Agrúpelos en únicamente tres (3) productos o servicios.



Nombre del producto o servicio	Descripción	Unidad de medida	Unidad de presentación al cliente
Kefir de agua	Bebida probiótica elaborada con nódulos de agua, ligera, gasificada y refrescante, ideal para la digestión y el fortalecimiento del sistema inmune.	1 botella	1 botella de 330ml
Kefir de leche	Bebida cremosa y nutritiva, fermentada con búlgaros de leche, rica en vitaminas, minerales y probióticos que favorecen la salud digestiva y metabólica.	1 botella	1 botella de 1000 ml



6. PROCESO TÉCNICO

Explique de forma clara cómo se hace su producto o se presta el servicio, paso a paso desde el inicio hasta la entrega al cliente (por ejemplo: preparar el terreno o el lugar, comprar insumos, producir/sembrar, cuidar y controlar plagas, cosechar o elaborar, seleccionar, empacar, almacenar y transportar; en servicios: recibir al cliente, hacer la atención, revisar calidad y cobrar). Escriba cada actividad tal como ocurre, diciendo quién la hace, con qué herramienta o equipo y cuánto tiempo tarda; si aplica, mencione en qué épocas del año se realiza (temporadas). No olvide contar lo que lo hace diferente, como usar insumos amigables con el ambiente (fungicidas o controladores biológicos), buenas prácticas (ahorro de agua y energía, manejo de residuos), empaques retornables o recetas/procesos propios. Si corresponde, incluya medidas de higiene y seguridad que aplica en el proceso.

En el siguiente cuadro colocar la información solicitada en las casillas en gris, del producto o servicio 1 descrito anteriormente

Kefir de agua			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Se revisa objetivo de ventas, se organiza lista de suministros (agua reposada, panela, frutas, especias, botellas, tapas, etiquetas) y se hacen solicitudes.	1 hora semanal	Computador, teléfono, hojas de inventario.	Emprendedor
Llegan insumos. Se dividen y porcionan pulpas, se refrigeran, almacenan especias en seco y se desinfectan lugares de almacenamiento.	2 horas	Nevera, recipientes plásticos, desinfectantes.	Emprendedor
Una vez al mes se preparan bases de sabores (infusiones, pulpas, especias) y se refrigeran para disponibilidad en producción.	3 horas	Licuadaora, ollas, frascos, nevera.	Emprendedor
Confirmar botellas limpias, tanque madre fermentado 24 h, agua reposada y sabores listos. Desinfectar manos y utensilios con alcohol 70%.	25 minutos	Alcohol 70%, trapos, esponjas, utensilios.	Emprendedor
Preparación tanque madre: Conservar parte del líquido fermentado, añadir agua reposada y panela, fermentar 24 horas.	20 minutos (más 24 h de fermentación)	Tanque de fermentación	Emprendedor
Probar kéfir, descartar si está muy ácido, añadir base de sabor, completar con kéfir, tapar, etiquetar con fecha y lote. Fermentar 24 horas antes de refrigerar.	1 hora (más 24 h de fermentación)	Botellas, coronadora de tapas, tanque de fermentación, nevera.	Emprendedor
Organizar pedido, revisar calidad y etiquetado, entregar productos a clientes o puntos de venta.	2 horas	Nevera, caja transportadora	Emprendedor

En el siguiente cuadro colocar la información del producto o servicio 2 descrito anteriormente

Kefir de leche			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Se revisa objetivo de ventas, se organiza lista de suministros (agua reposada, panela, frutas, especias, botellas, tapas, etiquetas) y se hacen solicitudes.	1 hora semanal	Computador, teléfono, hojas de inventario.	Emprendedor
Se refrigeran leches, almacenan mermeladas y sabores, se desinfectan áreas de almacenamiento.	2 horas	Nevera, recipientes plásticos, desinfectantes.	Emprendedor
Una vez al mes se preparan mermeladas y otros sabores, se refrigeran.	3 horas	Ollas, licuadaora, frascos, nevera.	Emprendedor

Verificar limpieza y estado de botellas, nódulos y etiquetas, y asegurar la desinfección de mesones y utensilios antes del uso.	1 hora	Alcohol 70%, trapos, esponjas, escurridor de botellas.	Emprendedor
Fermentación primaria: Colar nódulos, vaciar kéfir en jarra limpia, lavar tarro, añadir 2 L leche fresca por cada 200 g nódulos, tapar y asegurar.	30 minutos (más 24 h de fermentación)	Tanque, jarra, tapa y utensilios.	Emprendedor
Embotellado con sabores: Agregar 30 g mermelada en cada botella, verter 250 ml kéfir de leche, mezclar suavemente, tapar y refrigerar.	1 hora	Botellas, nevera.	Emprendedor
Organizar pedido, revisar calidad y etiquetado, entregar productos a clientes o puntos de venta.	2 horas	Nevera, caja transportadora	Emprendedor

En el siguiente cuadro colocar la información del producto o servicio 3 descrito anteriormente

0			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)

7. TRÁMITES LEGALES (PERMISOS Y LICENCIAS)

¿Cuál es el tipo de registro formal que tendrá la iniciativa? **Es importante analizar de acuerdo con la actividad económica a realizar y lo planteado en la iniciativa, cuál es la mejor forma de registro formal si la iniciativa llega a ser beneficiaria de los recursos del Fondo Emprender**

	Marque con X
Persona Natural	
Persona Natural con Establecimiento de Comercio	X
Asociación	
Cooperativa	
Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S	
Otro	

¿Cuál?



¿Cuáles son las normas, permisos, registros, licencias, notificaciones, requeridos para funcionar? **Descríbalas detalladamente.** Es fundamental todo el proceso de investigación y conocimiento que se tenga de los requerimientos legales, normativos, permisos, licencias y demás que se requieran para poner en ejecución su iniciativa.

Norma. Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción del trámite a realizar	Costo (\$)	Tiempo requerido (Días)
Constitución Legal (Para Línea CREAR)	Se realizará el trámite de constitución como persona natural con establecimiento de comercio, formalizando la actividad económica ante la Cámara de Comercio. Dado que el emprendedor ya cuenta con RUT, se procederá con la inscripción del establecimiento, la definición de la actividad económica CIUU 1102 y la obtención del certificado de matrícula mercantil a nombre de Fermento.	\$ 650.000	5 días
Permiso de bomberos	Permiso expedido por la estación de bomberos local. Para su obtención, se realiza la solicitud formal y se programa una visita técnica en la que se verifica que el establecimiento cumpla con los requisitos mínimos de seguridad contra incendios, tales como la instalación de extintores, la existencia de salidas de emergencia, entre otros. Una vez la inspección resulta favorable, la estación de bomberos procede a emitir el certificado.	\$ 0	10 días
Certificado de uso de suelos	Permiso de uso del suelo: lo otorga la Alcaldía para confirmar que la actividad de producción de alimentos es viable en el lugar. Este permiso garantiza la continuidad de la operación sin inconvenientes de zonificación. La solicitud se realizará diligenciando el formulario correspondiente, definiendo la actividad a desarrollar y precisando la ubicación del establecimiento.	\$ 0	60 días
Registró invima	Registro Invima: autoriza la comercialización de alimentos tras presentar expediente técnico con ingredientes, proceso, análisis y etiquetado. Asegura calidad y seguridad del producto. La solicitud se realiza a través de la Oficina Virtual del INVIMA, entidad que verifica el cumplimiento sanitario y emite la resolución correspondiente. Este trámite es gratuito para las microempresas, según lo establecido en la Ley 2069 de 2020, como es el caso de Fermento.	\$ 0	60 días
Registró de marca	El registro de marca se tramitará ante la SIC para proteger legalmente el nombre y logotipo de Fermento, garantizando su exclusividad, evitando imitaciones y fortaleciendo la identidad corporativa, que respalda la reputación comercial del producto y otorga seguridad jurídica en las estrategias de posicionamiento. El proceso se realizará en el segundo año, tras cumplir los requisitos del Invima y consolidar el posicionamiento de la marca.	\$ 850.000	180 días
TOTAL		\$ 1.500.000	

8. CANALES (¿Cómo van a conocer mi negocio?)

¿De que forma espera que los clientes sepan de sus productos o servicios? Indique los canales para comunicar su producto a la comunidad.

Estrategia de comunicación Indique la acción a realizar (Ejemplo: Página Web, Tarjetas, Pendones, entre otros)	Cuánto vale para el primer año
Desarrollo de material P.O.P: Pendones, pasacalles, tarjetas y brochures que destaquen beneficios, sabores y propuesta de Fermento.	\$ 600.000
Creación de página WEB o Perfil en redes sociales con estrategia de impacto.	\$ 900.000
TOTAL	\$ 1.500.000

Marque con X únicamente las actividades que realizará para dar a conocer su proyecto

Estrategia de promoción	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
Entrega puerta a puerta	X	Se enviarán kits de presenta a empresas ibaguereñas como restaurantes y cafeterías	\$ 1.000.000
Muestra del producto	X	Se darán pruebas de fermento a personas en escenarios sociales y deportivos	\$ 1.000.000
Otra	X	Se pauta 1 o 2 videos semanales con la finalidad de posicionar la marca	\$ 500.000
Ninguna			
Total			\$ 2.500.000

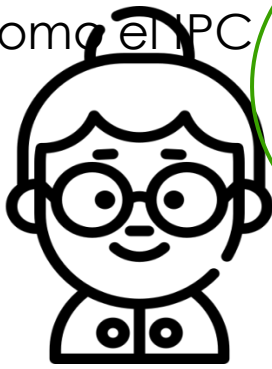
Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
-------------------------	----------	----------------------------------	--

Punto de venta			
A domicilio	X	Se tendrá un carrito de frío que permita la venta en domicilio de los clientes directos de fermento	\$ 1.000.000
Con distribuidores			
Otro			
Total			\$ 1.000.000

9. PROYECCIÓN DE VENTAS (Cuánto se espera vender?)

En este espacio se debe realizar la proyección de ventas a cinco años. Para los productos o servicios indique el incremento que este precio tendrá año a año teniendo en cuenta indicadores macroeconómicos como el INPC (Indice de precios al consumidor) y el IPP (Indice de precios al productor)

Incremento			
Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
10,0%	10,0%	10,0%	10,0%



Diligenciar únicamente las celdas en gris

Indique el precio del producto o servicio para el primer año (Casillas sombreadas en gris)

Producto	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Kefir de agua	\$ 10.000	\$ 11.000	\$ 12.100	\$ 13.310	\$ 14.641
Kefir de leche	\$ 35.000	\$ 38.500	\$ 42.350	\$ 46.585	\$ 51.244
0		\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

Indique las unidades (Cantidades) que tiene planeado vender mes a mes y para los próximos 3 años (Casillas sombreadas en gris)

PRODUCTO 1		Kefir de agua						
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	150	\$ 1.500.000	190	\$ 2.090.000	240	\$ 2.904.000	260	\$ 3.460.000
Mes 2	150	\$ 1.500.000	190	\$ 2.090.000	240	\$ 2.904.000	260	\$ 3.460.000
Mes 3	150	\$ 1.500.000	190	\$ 2.090.000	240	\$ 2.904.000	260	\$ 3.460.000
Mes 4	150	\$ 1.500.000	190	\$ 2.090.000	240	\$ 2.904.000	260	\$ 3.460.000
Mes 5	150	\$ 1.500.000	190	\$ 2.090.000	240	\$ 2.904.000	260	\$ 3.460.000
Mes 6	190	\$ 1.900.000	220	\$ 2.420.000	240	\$ 2.904.000	260	\$ 3.460.000
Mes 7	190	\$ 1.900.000	220	\$ 2.420.000	250	\$ 3.025.000	280	\$ 3.720.000
Mes 8	190	\$ 1.900.000	220	\$ 2.420.000	250	\$ 3.025.000	280	\$ 3.720.000
Mes 9	190	\$ 1.900.000	220	\$ 2.420.000	250	\$ 3.025.000	280	\$ 3.720.000
Mes 10	190	\$ 1.900.000	220	\$ 2.420.000	250	\$ 3.025.000	280	\$ 3.720.000
Mes 11	190	\$ 1.900.000	220	\$ 2.420.000	250	\$ 3.025.000	280	\$ 3.720.000
Mes 12	190	\$ 1.900.000	220	\$ 2.420.000	250	\$ 3.025.000	280	\$ 3.720.000
TOTAL	2080	\$ 20.800.000	2490	\$ 27.390.000	2940	\$ 35.574.000	3240	\$ 43.140.000

PRODUCTO 2		Kefir de leche						
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	60	\$ 2.100.000	150	\$ 5.775.000	220	\$ 9.317.000	270	\$ 12.585.000

Mes 2	60	\$ 2.100.000	150	\$ 5.775.000	220	\$ 9.317.000	270	\$ 12.570.000
Mes 3	60	\$ 2.100.000	150	\$ 5.775.000	220	\$ 9.317.000	270	\$ 12.570.000
Mes 4	60	\$ 2.100.000	150	\$ 5.775.000	220	\$ 9.317.000	270	\$ 12.570.000
Mes 5	60	\$ 2.100.000	150	\$ 5.775.000	220	\$ 9.317.000	270	\$ 12.570.000
Mes 6	60	\$ 2.100.000	150	\$ 5.775.000	220	\$ 9.317.000	270	\$ 12.570.000
Mes 7	120	\$ 4.200.000	190	\$ 7.315.000	250	\$ 10.587.500	280	\$ 13.087.500
Mes 8	120	\$ 4.200.000	190	\$ 7.315.000	250	\$ 10.587.500	280	\$ 13.087.500
Mes 9	120	\$ 4.200.000	190	\$ 7.315.000	250	\$ 10.587.500	280	\$ 13.087.500
Mes 10	120	\$ 4.200.000	190	\$ 7.315.000	250	\$ 10.587.500	280	\$ 13.087.500
Mes 11	120	\$ 4.200.000	190	\$ 7.315.000	250	\$ 10.587.500	280	\$ 13.087.500
Mes 12	120	\$ 4.200.000	190	\$ 7.315.000	250	\$ 10.587.500	280	\$ 13.087.500
TOTAL	1080	\$ 37.800.000	2040	\$ 78.540.000	2820	\$ 119.427.000	3300	\$ 153.750.000

PRODUCTO 3	0
------------	---

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 2		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 3		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 4		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 5		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 6		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 7		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 8		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 9		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 10		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 11		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
Mes 12		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$ 0
TOTAL	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0	0	\$ 0

10. COSTOS Y GASTOS

Primero, debe definir los costos fijos asociados a su proyecto. Es decir, aquellas actividades que se relacionan directamente o siempre están presentes para poder producir o prestar el servicio.(Diligenciar solamente las celdas en gris)

Nota: En los Costos Fijos **NO CONSIDERAR LA MANO DE OBRA**, dado que se contabiliza en el elemento EQUIPO DE TRABAJO

COSTOS FIJOS			
Descripción	Valor mensual (\$)	Cantidad requerida en el año 1	Valor Total Año 1 (\$)
Servicio de energia	\$ 500.000	12	\$ 6.000.000
Servicio de agua	\$ 150.000	12	\$ 1.800.000
Arriendo lugar de operaciones	\$ 800.000	12	\$ 9.600.000
Costos logísticos suministro de materia prima e insumos	\$ 120.000	12	\$ 1.440.000
Costos logísticos de distribuciónn de producto final	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000

Fumigación	\$ 120.000	2	\$ 240.000
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL	\$ 1.940.000		\$ 22.080.000

Ahora debe definir los costos variables asociados a su producto o servicio. Es decir, aquellas actividades que varían con el nivel de producción o prestación del servicio. Los costos variables, cambian cuando mi producción cambia, es decir, si se produce más, los costos suben; si se produce menos, los costos bajan. Son por ejemplo, los asociados a la materia prima para elaborar nuestro producto o para prestar nuestro servicio.



COSTOS VARIABLES PRODUCTO 1				Kefir de agua
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Agua	1 litro	\$ 200	0,25	\$ 50
Pulpa	1 bolsa 250 g	\$ 3.000	0,25	\$ 750
Panela	1 kilo	\$ 6.000	0,05	\$ 300
Azucar	1 kilo	\$ 6.000	0,05	\$ 300
Botella	Unidad	\$ 1.800	1	\$ 1.800
TOTAL				\$ 3.200

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				Kefir de leche
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Leche	1 litro	\$ 4.000	1	\$ 4.000
Pulpa	250 gr	\$ 4.000	1	\$ 4.000
Botella	1	\$ 2.500	1	\$ 2.500
Azucar	1 kilo	\$ 6.000	0,05	\$ 300
				\$ 0
TOTAL				\$ 10.800

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				0
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
				\$ 0
TOTAL				\$ 0

Diligencie únicamente el porcentaje de participación que tiene cada uno de los productos en las ventas totales (Celdas sombreadas en gris)

PRODUCTOS O SERVICIOS	Kefir de agua	Kefir de leche	0
Precio de Venta	\$ 10.000	\$ 35.000	\$ 0
Costo Variable	\$ 3.200	\$ 10.800	\$ 0

Margen de contribución	\$ 6.800	\$ 24.200	\$ 0
% Participación	35%	65%	
Margen de contribución ponderado	\$ 2.414	\$ 15.610	\$ 0
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	107,6349176		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	38	69	0

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Los gastos de administración y ventas son aquellos costos que no hacen parte directa de la producción, pero que son necesarios para que la organización o asociación pueda funcionar y vender.

Por ejemplo están los gastos de oficina, papelería, servicios de teléfono o internet, gastos para dar a conocer y ofrecer el producto o servicio, como publicidad, participación en ferias, afiches, volantes, mensajes por redes sociales, transporte para llevar el producto al cliente o comisiones por ventas.

En resumen: son los gastos para manejar bien la organización y para lograr que el producto o servicio llegue al cliente

Descripción	Valor mensual (\$)	Cantidad o Meses requeridos en el Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	
Publicidad	Anual	Anual	\$ 5.000.000	\$ 5.500.000	\$ 6.050.000	\$ 6.655.000	\$ 7.275.000
Dotaciones	\$ 180.000	3	\$ 540.000	\$ 594.000	\$ 653.400	\$ 718.740	\$ 789.820
Sistema de seguridad y salud en el trabajo	\$ 1.500.000	1	\$ 1.500.000	\$ 1.650.000	\$ 1.815.000	\$ 1.996.500	\$ 2.196.150
Seguro todo riesgo	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000	\$ 1.100.000	\$ 1.210.000	\$ 1.331.000	\$ 1.464.100
Facturación electronica	\$ 80.000	12	\$ 960.000	\$ 1.056.000	\$ 1.161.600	\$ 1.277.760	\$ 1.406.736
Papeleria	\$ 30.000	12	\$ 360.000	\$ 396.000	\$ 435.600	\$ 479.160	\$ 527.280
Cargos bancarios	\$ 30.000	12	\$ 360.000	\$ 396.000	\$ 435.600	\$ 479.160	\$ 527.280
Internet	\$ 70.000	12	\$ 840.000	\$ 924.000	\$ 1.016.400	\$ 1.118.040	\$ 1.229.280
Plan de celular	\$ 25.000	12	\$ 300.000	\$ 330.000	\$ 363.000	\$ 399.300	\$ 439.560
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	
TOTAL			\$ 10.860.000	\$ 11.946.000	\$ 13.140.600	\$ 14.454.660	\$ 15.848.036

11. EQUIPO DE TRABAJO

Diligencie cada uno de los cargos (autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo) que harán parte del equipo de trabajo, sea cuidadosa(o) con el diligenciamiento dado que así deberá ejecutarse en la implementación del proyecto.

Describa detalladamente las principales funciones o actividades a realizar.



Dependiendo el tipo de vinculación del cargo seleccione **Si** ó **No** en el factor prestacional

*Nota: Para el caso de jornales calcule el número de días requeridos en el mes y colóquelo en la casilla Asignación Mensual.

Rol o cargo	Tipo de vinculación	Principales Funciones o Actividades a realizar	Asignación Mensual (\$)	Factor prestacional	Total Asignación Mensual	Meses requeridos en Año 1
Administrador	Contrato Laboral a término fijo	Planear, organizar y ejecutar la producción de kéfir; gestionar insumos, proveedores y control de inventarios; aplicar buenas prácticas de higiene; coordinar la comercialización, y atención a clientes. Administrar los recursos financieros. Nota: Se contemplan únicamente nueve (9) meses, dado que los tres (3) meses restantes serán solicitados al FE.	\$ 1.423.500	SI	\$ 2.188.774	9
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	

					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
TOTAL					\$ 2.188.774	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	5
--	---

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

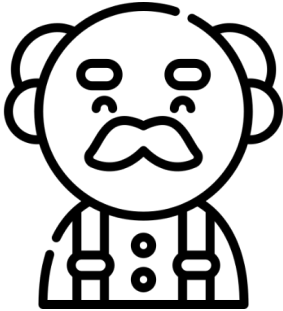
Defina cuanto es el valor del proyecto, indicando que actividades serán solicitadas para financiar con el Recurso de Fondo Emprender y cuales serán aporte del Emprendedor.

- Rubros Financiables por el Fondo Emprender CREAM
1. Pago de salarios u honorarios.
 2. Insumos para el ciclo productivo (materia prima y bienes en proceso) que contribuyan de manera directa o que forman parte del proceso de producción.
 3. Adquisición de maquinaria, equipos y software.
 4. Costos que se generen por permisos, licencias y registros, requeridos por la ley para el normal funcionamiento de la iniciativa empresarial.
 5. Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará la iniciativa empresarial.
 6. Financiar las adecuaciones técnicas necesarias para el proceso productivo o montaje industrial. Para estos fines se entiende por adecuación técnica toda obra civil que sea indispensable para el desarrollo de la actividad y ejecución de la iniciativa empresarial, rubro que en ningún caso podrá ser utilizado con fines de vivienda del beneficiario.
 7. Adquisición de franquicias, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente Acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.

1. INVERSIONES FIJAS

En este punto se debe describir
Infraestructura, Terrenos y Construcciones
Maquinaria y Equipo
Muebles y Enseres
Equipo de transporte y carga
Equipos de cómputo, comunicaciones y otras herramientas
Semovientes
Cultivos permanentes

No haga solo una lista de las inversiones sino incluya una breve descripción



Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Fermentador Cónico en Acero Inoxidable 60 Lt	\$ 3.000.000	2	\$ 6.000.000
Uniformes antifluidos 100% poliéster talla M	\$ 100.000	3	\$ 300.000

Congelador horizontal de doble puerta 535 Lt, sistema dual	\$ 2.400.000	1	\$ 2.400.000
Nevecón Side by Side 529 Lt	\$ 3.500.000	1	\$ 3.500.000
Mesas en acero inoxidable de 90x100x50 cm sin entropaño	\$ 750.000	2	\$ 1.500.000
Motocarro	\$ 8.210.000	1	\$ 8.210.000
Cámara de clima constante	\$ 16.300.000	1	\$ 16.300.000
Unidad refrigeración portátil 200L eléctrica 12/24V cadena fría	\$ 10.000.000	1	\$ 10.000.000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS			\$ 48.210.000

En este punto puede describir

- Adecuaciones
- Permisos y Licencias
- Materia prima
- Mano de obra
- Otros Costos (Ej: Transporte, Empaques, Etiquetas...)
- Gastos de administración y ventas (Arriendo, Publicidad, Recurso humano administrativo), entre otros

[illegible]

			\$ 0
			\$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS			\$ 11.566.321

13. VALOR DE LA INICIATIVA

TOTAL INICIATIVA - VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	\$ 59.776.321	41,99	SMMLV
NÚMERO DE SOCIOS O ASOCIADOS	1		

Individual		Asociaciones de aprendices y/o egresados del SENA, iniciativas asociativas, cooperativas de las personas de la economía popular y demás formas asociativas de campesinos			Asociaciones Campesinas / Cooperativas campesinas y otras formas asociativas campesinas y cooperativas de la población de la economía popular		
Hasta SMMLV	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1	299	5-9.	7	600	20	7
56	3	399	10-14.	8	900	21-26.	8
70	5	500	15 en adelante	10	1100	27 en adelante	10

14. ¿QUÉ AVANCES DEL PROYECTO SE TIENEN A ESTE MOMENTO?

¿Qué avances se han realizado hasta el momento con la iniciativa y qué recursos están disponibles?

Legal	propio y empezó su comercialización en marzo de 2024. Asimismo, tiene definido el plan para formalizarse ante la Cámara de Comercio, con el propósito de cumplir los requisitos legales, fortalecer su estructura empresarial y acceder a nuevas oportunidades. Finalmente, cuenta con pleno conocimiento de los requisitos sanitarios establecidos por el INVIMA para la producción de alimentos, en especial para la elaboración de kéfir.
Comercial	Fermento ya tiene presencia en varios establecimientos de la ciudad, lo que le ha permitido consolidar una base inicial de ventas cercanas a dos millones de pesos mensuales. Además, cuenta con una página activa en Instagram, que funciona como vitrina para exhibir sus productos, conectar con los clientes y fortalecer su comunidad a través de estrategias de marketing digital. Estas acciones comerciales demuestran la aceptación del producto en el mercado y su alto potencial de crecimiento y expansión.
Técnico	Fermento ha avanzado significativamente en el perfeccionamiento de sus fórmulas y protocolos de producción, gracias al acompañamiento del programa TecnoParques del SENA, realizando pruebas de grados Brix, pH y niveles de alcohol para garantizar calidad y consistencia. Actualmente cuenta con un tanque de fermentación de 30 litros, tapadora semindustrial, utensilios y etiquetas diseñadas, con capacidad de producir 20 litros diarios de kéfir de leche y 30 de agua.
Ambiental	Fermento ha decidido trabajar únicamente con envases de vidrio, priorizando su compromiso con la sostenibilidad. Estos envases no solo son reciclables, sino que además se compran nuevamente a los distribuidores una vez usados, cerrando un ciclo virtuoso de reutilización. Esta estrategia refuerza la filosofía ecoamigable del emprendimiento y marca una diferencia frente a otros competidores del sector.
Ventas	Fermento inició su comercialización en marzo de 2024 con una producción promedio de 10 botellas mensuales de kéfir de leche. Actualmente alcanza ventas de aproximadamente 20 botellas de kéfir de leche y 80 de kéfir de agua al mes, con ingresos cercanos a dos millones de pesos. Este crecimiento sostenido refleja la consolidación del modelo comercial, basado en la promoción directa en grupos de WhatsApp de conjuntos residenciales de Ibagué, lo que ha permitido ampliar la base de clientes y validar la viabilidad económica del emprendimiento.



15. PLAN OPERATIVO

Por favor diligenciar el monto en pesos (\$) en el mes en el que se ejecutarán **los recursos solicitados al Fondo Emprender** de acuerdo con las actividades planteadas previamente en el punto 12. Necesidades y Requerimientos. Los recursos deberán ser ejecutados máximo hasta el Mes 9 de ejecución del proyecto.

Categoría	Mes 1 (\$)	Mes 2 (\$)	Mes 3 (\$)	Mes 4 (\$)	Mes 5 (\$)	Mes 6 (\$)	Mes 7 (\$)	Mes 8 (\$)	Mes 9 (\$)
Fermentador	\$ 6.000.000								
Uniforme antifluidos	\$ 300.000								
Congelador	\$ 2.400.000								
Nevecon	\$ 3.500.000								
Mesa Acero Inoxidable	\$ 1.500.000								
Motocarro		\$ 8.210.000							
Cámara de clima constante	\$ 11.410.000	\$ 4.890.000							
Unidad de refrigeración	\$ 7.000.000	\$ 3.000.000							
Estrategia de Comunicación				\$ 5.000.000					
Gerente	\$ 2.188.774	\$ 2.188.774	\$ 2.188.774						
TOTAL	\$ 34.298.774	\$ 18.288.774	\$ 2.188.774	\$ 5.000.000	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 59.776.321	CORRESPONDE A VALOR SOLICITADO AL FONDO
----------------------	---------------	---

16. IMPACTO

Cuéntenos cómo su iniciativa aporta al crecimiento económico de su región, cuidado del medio ambiente, a su comunidad y en el uso de tecnologías.

Económico	Fermento aporta al desarrollo económico regional a través del fortalecimiento de encadenamientos locales y la compra directa de insumos a proveedores del Tolima y del país, como Colanta (leche), Panela del Líbano y pulpas naturales del Ara. Su operación impulsa la economía local al dinamizar la producción artesanal, generar ingresos sostenibles y fomentar el consumo de productos nacionales. A través de su crecimiento, Fermento contribuye a fortalecer el ecosistema emprendedor del departamento, demostrando que la innovación puede ir de la mano con el desarrollo territorial.
Ambiental	Fermento utiliza botellas de vidrio reutilizables para reducir residuos plásticos y emisiones asociadas. Aunque una botella de vidrio de 330 ml emite más CO ₂ que una de PET, evita la generación de desechos no biodegradables (CIDEDEC, 2021). Además, cuenta con un sistema de recompra de envases a \$500, que los clientes pueden canjear por descuentos; cerca del 50 % participa en este proceso, fortaleciendo la economía circular. Al ser un emprendimiento artesanal y local, mantiene una huella ambiental significativamente menor que las grandes industrias de bebidas ultraprocesadas.
Social	Fermento es más que un emprendimiento; representa una filosofía de amor propio y autocuidado que busca transformar nuestra relación con lo que consumimos. En un entorno dominado por productos ultraprocesados, ofrece una alternativa saludable y consciente. Cada botella de kéfir invita a honrar el cuerpo, cuidar la salud y disfrutar sin culpa, demostrando que lo natural también puede ser delicioso. El proyecto inspira a adoptar hábitos sostenibles y a reconocer que el bienestar comienza con decisiones conscientes sobre la alimentación.
Tecnológico	Fermento es una bebida fermentada que combina tradición e innovación científica. Su fórmula logra una gasificación natural, lo que representa una alternativa sostenible frente a las bebidas de carbonatación artificial. Este desarrollo, aún en fase de optimización, surge del trabajo conjunto entre la ingeniería de alimentos, microbiología y producción artesanal, que se perfecciona en cada lote aplicando técnicas de control de pH, grados Brix y fermentación controlada para garantizar calidad, seguridad y estabilidad probiótica en cada producto.

17. INDICADORES

En este punto quedan descritos los indicadores de acuerdo con la información previamente diligenciada y con los que **se compromete el postulante o grupo de asociados, en la ejecución de su iniciativa** si llega(n) a ser beneficiario(s) de los recursos del Fondo Emprender

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	1	Debe darse cumplimiento al indicador descrito en el punto 11. Equipo de Trabajo frente a los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Eventos de mercadeo	6	Debe darse cumplimiento al indicador descrito en el punto 8. Canales frente a los eventos a realizarse para visibilizar el proyecto.
Contrapartidas	2	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de conocimiento los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Presupuesto	\$ 59.776.321	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	3160	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 58.600.000	Ventas a generar en el Año 1

18. MAPA DE ACTORES

Indique actores de otras instituciones diferentes al SENA que puedan ayudar al desarrollo de su iniciativa empresarial (Pueden ser del sector público, del sector privado, y demás que considere)

Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
INVIMA	Público Nacional	Cl. 10a #3 -76 Oficina 306, Ibagué, Tolima	Asesoría y control en el cumplimiento de normas sanitarias
Cámara de Comercio de Ibagué	Nacional, Público/Privado	Ibagué, Tolima	Acompañamiento en la formalización legal y capacitaciones.
Universidad del Tolima – Facultad de Ciencias Agroindustriales	Público Nacional	Ibagué, Tolima	Alianzas para investigación, asesoría científica.
Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
Secretaría de Desarrollo Económico - Departamental y municipal	Público	Ibagué, Tolima	Ferias empresariales y convocatorias de reactivación económica.
Tiendas naturistas y establecimientos saludables locales	Privado	Ibagué, Tolima	Canales de distribución, validación comercial y promoción del producto

19. ASOCIATIVIDAD

Diligenciar este elemento y la Hoja Grupo Asociativo.

Justificación: Explique las razones por las que se hace necesario crear un grupo asociativo en vez de hacerlo individual ¿Cuál es ese objetivo común del grupo asociativo? ¿por qué es importante trabajar en conjunto para lograr ese objetivo común?

¿Cuál es el impacto que tendrá el grupo asociativo en la comunidad donde estará ubicada la iniciativa? (Aquí deben contar qué beneficios concretos traerá el grupo para la comunidad. Pueden pensar en cosas que se puedan medir (cuántos empleos, cuántas familias ganan ingresos, cuánto producen o venden) y también en lo social: cómo el grupo une a la gente, fortalece la confianza, la solidaridad y ayuda a resolver necesidades del lugar)

Frente al líder o representante de la iniciativa: Describan quien es, sus cualidades, cuál es su experiencia, qué tareas tendrá a cargo y ¿por qué lo eligieron para esta responsabilidad?

Cómo se tomarán las decisiones y se realizará la gestión de los recursos

Indicar las principales responsabilidades que tendrá la asociación

1.

2.

3.

4.

5.

6.

7.

8.

9.

10.