

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
Cesar Orlando Olivera Leyton	CC	5.968.357
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Granja Integral San Martín	Tolima	Ortega

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
ECONOMÍA_CAMPESINA	AGROPECUARIO	0144 Cría de ganado porcino

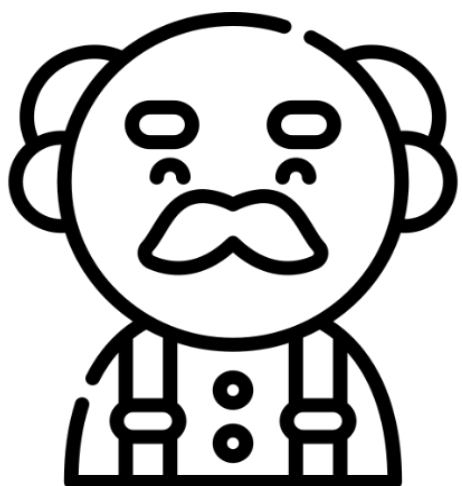
¿Es un proyecto asociativo?	NO	¿Cuántas personas hacen parte del grupo asociativo?	N/A
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI		

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.

Atención a esta información



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 SOMBREADAS EN GRIS.

Solo se considerará la información que se pueda visualizar en cada celda, SER CONCRETOS CON LA INFORMACIÓN.

INSTRUCCIONES GENERALES:

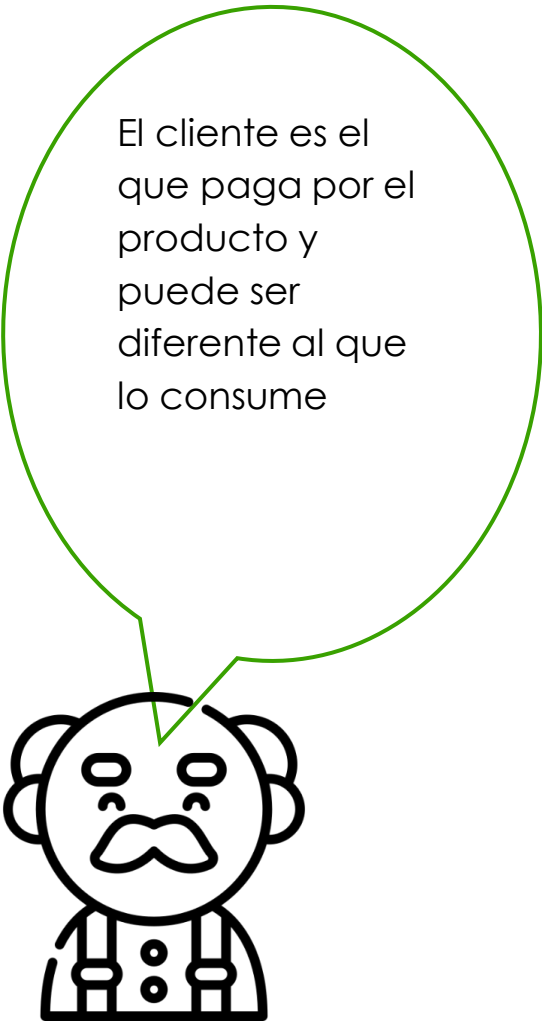
Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde el equipo de profesionales realizará unos talleres para guiarlo en la construcción del proyecto y el diligenciamiento de esta herramienta. **Diligenciar solamente 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	
Cliente 1: productores pecuarios ubicados principalmente en los municipios de Ortega, Chaparral, Saldaña, Guamo y Purificación, dedicados a la cría y engorde de cerdos para su comercialización en expendios y puntos de venta de carne. Buscan lechones de 30 días de nacidos, con un peso entre 10 y 15 kilogramos, buen rendimiento en conversión alimenticia y mejoramiento genético. Valoran la trazabilidad del proceso, la implementación de buenas prácticas pecuarias y la ubicación certificada de la finca. Son hombres y mujeres entre 25 y 70 años, con formación básica o técnica, ingresos entre uno y dos salarios mínimos, residentes en estratos 1 a 3 y con núcleos familiares promedio de cuatro personas. Su capacidad de compra mensual oscila entre dos y cuatro lechones, buscando asegurar rentabilidad en el ciclo productivo. Cliente 2: Son empresas comercializadoras, expendios y frigoríficos de carne de los municipios de Ortega, Chaparral, Espinal, Saldaña, Guamo y Purificación, dedicadas al abastecimiento local de carne de cerdo. Recibirán el 50 % de la producción, correspondiente a cerdos cebados (80–100 kg), comercializados en peso vivo o canal, con calidad, trazabilidad y cumplimiento sanitario. Estas empresas son micro, pequeña y medianas empresa, con una trayectoria en el mercado entre 5 y 15 años, consolidando su experiencia en la compra, sacrificio, procesamiento y distribución de carne porcina. Su estructura organizativa está liderada por propietarios, administradores o gerentes con formación profesional o técnica, son de estrato 1 a 3 y con una capacidad económica estable que les permite adquirir lotes de cerdo periódicamente.	Cliente 1 – Productores pecuarios: hombres y mujeres del campo, dedicados con esmero a la cría y engorde de cerdos, que disfrutan trabajar con animales y ver reflejado su esfuerzo en una producción saludable y rentable. Valoran la honestidad, la confianza y la calidad, y se sienten felices al obtener animales sanos y de buena genética que fortalezcan su economía familiar. Les gusta mantener relaciones comerciales estables con proveedores responsables, que cumplan con los tiempos. Les motiva mejorar sus condiciones de vida, asegurar ingresos para su hogar y continuar con la tradición productiva que han heredado. Temen a las enfermedades del ganado, las pérdidas económicas o los cambios abruptos del mercado. Disfrutan al compartir con su familia, participar en ferias o mercados agropecuarios, y consumir productos frescos y naturales. Cliente 2 – Empresas comercializadoras, expendios y frigoríficos de carne: Son empresas con una trayectoria sólida en el sector cárnico, que valoran la calidad, la trazabilidad y el cumplimiento sanitario de los productos que ofrecen. Les hace feliz mantener una cadena de suministro estable, garantizar la satisfacción de sus clientes y sostener una reputación confiable en el mercado local y regional. Buscan proveedores formales que garanticen continuidad y cumplimiento. Sus valores giran en torno a la responsabilidad empresarial, la eficiencia, la innovación y el respeto por las normas. Temen a la falta de abastecimiento, a los incumplimientos y a los riesgos sanitarios que puedan afectar su operación. Disfrutan participar en espacios comerciales, ferias o ruedas de negocio, y se enfocan en fortalecer alianzas que les permitan crecer y posicionarse en el mercado.
CONSUMIDOR	
Consumidor 1: El consumidor de la Granja Integral San Martín está conformado por familias rurales productoras de cultivos agrícolas en los municipios de Chaparral, Purificación y Saldaña, pertenecientes a los estratos 1 a 3, integradas por hombres y mujeres entre 25 y 70 años. Cuentan con ingresos de uno a dos salarios mínimos, lo que les permite adquirir dos a cuatro lechones al mes, complementando su actividad agrícola con la cría y engorde de cerdos. La mayoría vive en vivienda propia, con núcleos familiares de cuatro personas. Compran de forma mensual o bimensual, priorizando la cercanía del proveedor, la calidad genética y sanitaria de los animales y la confianza comercial. Se estima un mercado potencial de 1.000 familias rurales interesadas en diversificar sus ingresos mediante la porcicultura sostenible. Consumidor 2: Los consumidores que compran carne en empresas comercializadoras, expendios y frigoríficos de Ortega, Chaparral, Espinal, Saldaña, Guamo y Purificación son familias y hogares urbanos y rurales de estratos 1 a 3, conformados por hombres y mujeres entre 25 y 65 años. Tienen ingresos entre uno y dos salarios mínimos, realizan compras semanales o quincenales y buscan carne fresca, de buen sabor, precio accesible y origen confiable. Prefieren establecimientos locales reconocidos por su calidad, higiene y atención personalizada, y valoran la confianza y cercanía con el proveedor.	Consumidor 1 – Familias productoras agrícolas (compradores de cerdos destetos): Son familias campesinas trabajadoras, profundamente ligadas al territorio, que disfrutan de los labores del campo y de ver los resultados de su esfuerzo reflejados en la producción agrícola y pecuaria. Les hace feliz mejorar sus ingresos, asegurar el bienestar de sus hogares y mantener sus tradiciones rurales. Valoran la honestidad, la confianza, el cumplimiento y la cercanía con el proveedor, y temen perder su inversión por enfermedades o bajos rendimientos. Son personas sencillas que disfrutan de la vida familiar, la cocina tradicional y la participación en ferias o mercados locales. Prefieren productos que les brinden seguridad, trazabilidad y acompañamiento técnico, y que fortalezcan su capacidad productiva sin afectar su economía. Consumidor 2 – Hogares urbanos y rurales (compradores de carne en expendios y frigoríficos): Son familias que integran la carne de cerdo en su alimentación habitual, valoran su sabor, fresca y versatilidad culinaria. Les hace feliz poder ofrecer a sus hijos y seres queridos comidas caseras nutritivas y sabrosas, elaboradas con productos de origen confiable y saludable. Buscan establecimientos donde se sientan seguros y bien atendidos, y prefieren proveedores cercanos y reconocidos por su buen servicio y cumplimiento de normas sanitarias. Temen adquirir productos de dudosa procedencia o que afecten su salud. Sus valores se centran en la familia, la responsabilidad, el trabajo honesto y la alimentación saludable. Disfrutan de actividades cotidianas como compartir en familia, cocinar, visitar el mercado local y participar en celebraciones comunitarias donde la comida es símbolo de unión y tradición.

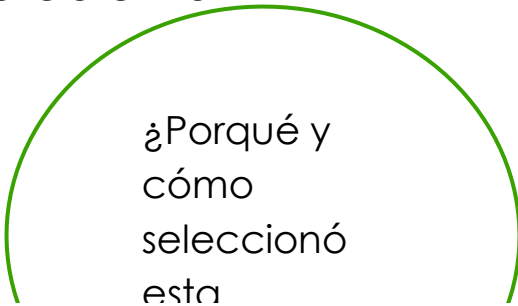


El cliente es el que paga por el producto y puede ser diferente al que lo consume

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.

En el municipio de Ortega, Tolima, especialmente en la región de Loany Toy, se evidencia una baja oferta de cerdos destetos, particularmente de línea tipo carne, lo que limita el acceso de los productores pecuarios a animales con óptima ganancia diaria de peso, eficiencia alimenticia y carne de alta calidad. Esta situación ha generado un desequilibrio entre la creciente demanda y la limitada disponibilidad de lechones y cerdos cebados listos para sacrificio, afectando la rentabilidad y competitividad de los



¿Porqué y cómo seleccionó esta

y la limitada disponibilidad de lechones y cerdos cebados listos para suemelo, afectando la rentabilidad y competitividad de los pequeños y medianos productores de la región. Según la Unidad de Planificación Rural Agropecuaria (UPRA, 2023), el departamento del Tolima cuenta con un inventario aproximado de 168.587 porcinos distribuidos en 5.988 predios, lo que evidencia una baja densidad de animales por predio y una producción en su mayoría no tecnificada, especialmente en zonas rurales de municipios como Ortega, Chaparral y Purificación. De acuerdo con estimaciones locales, solo el 15 % de los productores rurales de Ortega tiene acceso a animales de genética mejorada, lo que refleja una brecha significativa en la oferta de destetos tipo carne, pese a que más del 60 % de las familias rurales realizan algún tipo de cría o engorde de porcinos. Asimismo, la escasa adopción de tecnologías reproductivas, como la inseminación artificial, limita la mejora genética y aumenta los índices de mortalidad y vulnerabilidad sanitaria. La implementación de estas tecnologías permite mejorar la calidad genética de las camadas, reducir riesgos sanitarios, optimizar los costos de producción (al eliminar la manutención de machos reproductores) y garantizar uniformidad en la producción. En este contexto, la Granja Integral San Martín surge como una alternativa productiva y sostenible que busca incrementar la disponibilidad de cerdos destetos de alta calidad genética, con trazabilidad, control sanitario y acompañamiento técnico, contribuyendo al fortalecimiento del sistema productivo local, al mejoramiento de los ingresos de las familias rurales y al abastecimiento estable para los comerciantes y frigoríficos de la región.



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
Fondo Ganadero del Tolima - se dedica a la producción y comercialización de carne de cerdo, en un sistema de ciclo completo.	Ortega Tolima, vereda Pilú	Cerdo Cebado - por Kilo de Carne en canal	12,500 kg	Unidad reconocida en ibague por realizar todo el ciclo porcicola y comercializarla. El alimento se adquiere de un proveedor especializado que asegura calidad y constancia en la producción.	La unidad se dedica solo a la comercialización de carne porcina, sin venta de lechones ni animales en pie. No dispone de sistemas ambientales como biodigestor o compostera, sin enfoque sostenibilidad.
Cervalle - La empresa produce y comercializa carne de cerdo bajo un ciclo completo, desde la cría hasta la distribución.	Calle 23 # 27 - 18, Santa Helena, Cali, Valle del Cauca.	Cerdo Cebado - por Kilo de Carne en canal	\$ 13.600	Empresa tecnificada con altos estándares de calidad y bioseguridad, que controla todo el ciclo productivo porcino desde la cría hasta la comercialización	La empresa realiza un ciclo porcícola completo enfocado en la venta de carne, sin comercializar animales y sin vinculación con productores locales.
Porcicola La Milagrosa	Guamo Tolima, vereda jagualito vadeo. Son una empresa reconocida que distribuye en todo el sur del Tolima, además de la capital del departamento Ibagué.	Cerdo en canal (kilo) y en pie	\$ 12.800	Ciclo de produccion completo, compostera, biodigestor, infraestructura semiindustrial, distribuidor en la region.	Poca mano de obra, sin certificación en buenas prácticas Porcicola, falta de asesoría técnica.

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

Se cuenta con diversas ventajas competitivas. En primer lugar, implementa un proceso de mejoramiento genético mediante la técnica de inseminación artificial, lo que permite obtener ejemplares de las razas Pietrain y F1, reconocidas por su alto rendimiento y la excelente calidad de su carne. Además, la empresa mantiene un enfoque de sostenibilidad, aprovechando los residuos, especialmente el estiércol, para la producción de abono orgánico (compost) y biogás, subproductos que se utilizan tanto en la finca como para la comercialización a pequeña escala en la región. Finalmente, la venta de cerdos destetos y cebados, tanto en pie como en canal, amplía sus alternativas de mercado regional.

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: Producir cerdos tipo carne, para vender el 50% de los destetos y terminar de engordar el restante 50%. La concepción de las cerdas se realizará mediante inseminación artificial, Con pajillas de machos de razas tipo carne, ofreciendo animales que garanticen rendimiento en la conversión alimento-carne e igualmente ofrecer animales que brinden carnes magras al sacrificarlos.

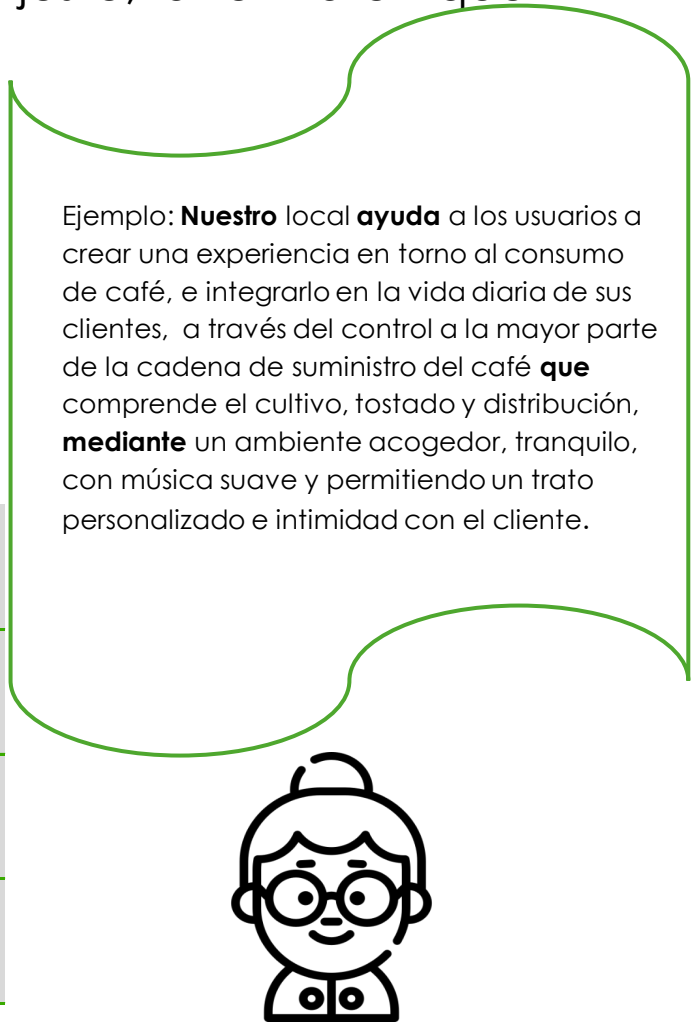
Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

Nuestro: proyecto Granja Integral San Martín ofrece al mercado cerdos mejorados genéticamente, provenientes de cerdas F1 inseminadas artificialmente, y

Ayuda: a que nuestro clientes obtenga animales de alta calidad, con mayor rendimiento y uniformidad en las camadas. Además de suplir el mejoramiento genético para la producción de cerdos,

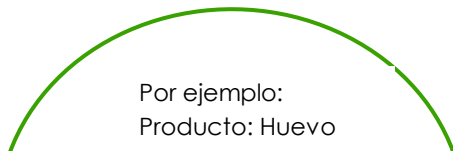
Que: comprende todo el proceso productivo, desde la compra de las cerdas y los procedimientos de inseminación artificial, hasta el destete y la ceba, garantizando trazabilidad y control sanitario

Mediante: este sistema de producción, es posible obtener cerdos híbridos de diversas razas, orientados a la producción de carne de alta calidad, reduciendo costos asociados y optimizando los recursos.

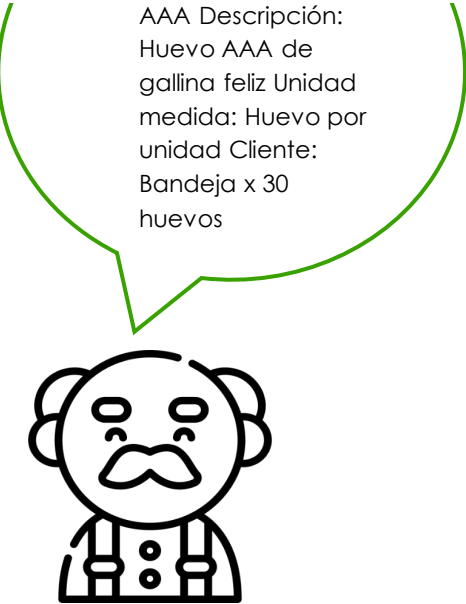


5. PRODUCTOS O SERVICIOS

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
Cerdo desteto - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas reconocidas por su alta calidad cárnica.	Cerdo de treinta (30) días de nacido. Comercializado en pie, por unidad animal. Son lechones destetados, con un peso entre 10 y 15 kilogramos	Unidad	Unidad
Cerdo cebado - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas reconocidas por su alta calidad cárnica.	Cerdo con peso promedio 90 kilos. Se comercializa en canal o en pie. Se vende por kilos sin importar el tipo de venta que se realice (pie o canal).	Kilo	Kilo



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

Cerdo desteto - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas reconocidas por su alta calidad cárnica.			
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)
Acondicionamiento y desinfección del área de maternidad: e realiza limpieza profunda, lavado con detergente biodegradable y desinfección	1 hora por día	Escobas, cepillos, balde y elementos de aseo.	Emprendedor
Ingreso y observación de la cerda gestante: Se traslada la cerda próxima al parto al corral de maternidad, se verifica su condición.	20 min por día	Termómetro ambiental, planilla de control, bebederos y comederos limpios	Emprendedor
Atención del parto: Supervisión del parto para garantizar la viabilidad de las crías. Se registra el número de nacidos vivos y muertos.	6 a 8 horas	Guantes, yodo, toallas limpias, registro sanitario	Emprendedor
Control sanitario y alimentación inicial: Aplicación de minerales y vitaminas, registro del peso al nacimiento. Se garantiza el consumo temprano de alimento.	30 min dos veces al día	Jeringas, hierro inyectable y báscula	Emprendedor
Lactancia y manejo diario: Las crías permanecen con la madre durante 28–30 días. Alimentación: leche materna y luego con iniciador pre-destete.	1 hora día (por 30 días)	Bebederos, comederos, concentrado iniciador, pala, escoba, balde y gramera.	Emprendedor
Control sanitario durante lactancia y registro de crecimiento y selección: Se aplican desperasitantes, vacunas y se registra el peso semanalmente.	Semanalmente, 30 min	Jeringas, guantes, registro sanitari	Emprendedor
Preparación para destete: Se reduce gradualmente la lactancia, se incrementa el alimento iniciador.	1 día	Bebederos, comederos, concentrado, registro de consumo	Emprendedor
Destete y clasificación final: Separación de los lechones al cumplir 30 días. Revisión final (peso 10 a 15 kg).	1 día	Balanza digital, registro sanitario, guantes	Emprendedor
Comercialización y entrega al comprador: Se contactan los clientes, se emite guía ICA y se entrega los cerdos destetos.	1 día	Guía ICA, transporte adecuado, rampas, guantes	Emprendedor
Limpieza y desinfección del área post-destete: Lavado y desinfección de las instalaciones.	2 días	Escobas, cepillos, balde y elementos de aseo.	Emprendedor

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

Cerdo cebado - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas reconocidas por su alta calidad cárnica.			
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)
Adaptación de los lechones destetos: Se desparasitan y se alojan en corrales limpios y desinfectados. Se monitorea su adaptación al nuevo alimento del ciclo.	5 días	Balanza digital, bebederos, Tomaderos, guantes, registro sanitario	Emprendedor
Limpieza y desinfección del área de levante y engorde: Antes del ingreso, se realiza lavado profundo y desinfección, certificados por el ICA.	2 días por ciclo	Escobas, cepillos, balde y elementos de aseo.	Emprendedor
Alimentación diaria: suministrar concentrado según etapa (inicial, crecimiento y finalización), ajustando cantidades según peso corporal.	20 min por 3 veces al día, durante 90 a 120 días	Comederos, baldes, bebederos y balanza.	Emprendedor

Control de peso y crecimiento: Se realiza pesaje quincenal para verificar la ganancia de peso y ajustar la dieta. Se registran los datos en planillas.	1 hora cada 15 días	Balanza, planillas y esferos o marcadores.	Emprendedor
Control sanitario y vacunación: Aplicación de biológicos y antiparasitarios conforme al plan sanitario. Se registran fechas, lotes y dosis aplicadas.	1 hora cada 30 días	Jeringas, guantes, vacunas, registro sanitario	Emprendedor
Limpieza y manejo de excretas para biodigestor: Recolección diaria de estiércol y aguas residuales de los corrales, que se conducen al biodigestor.	1 hora Diaria por el ciclo	Palas, carretilla, canaletas de conducción, biodigestor, guantes	Emprendedor
Monitoreo del bienestar animal: Supervisión diaria de la salud, comportamiento y ambiente. se asegura acceso constante a agua limpia.	30 min diarios	Termómetro ambiental, registro de control	Emprendedor
Selección y preparación para venta: Clasificación de cerdos con peso comercial (80–100 kg), revisión sanitaria, certificación ICA y coordinación comprador.	1 día	Balde y gramera (para pesar alimento)	Emprendedor
Transporte y entrega: Carga y traslado de los animales a los compradores, cumpliendo las normas de bienestar animal y bioseguridad. Con guía de movilización.	1 día	Vehículo de transporte adaptado, rampas, guantes	Emprendedor
Limpieza del área: Lavado y desinfección final de los corrales y equipos, limpieza de canaletas del biodigestor y preparación para el nuevo ciclo.	2 días	Escobas, cepillos, balde y elementos de aseo.	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?



Es importante conocer las obligaciones que se adquieren con cada forma de legalización

¿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 formaliza el proyecto Granja Integral San Martín como persona natural con establecimiento de comercio al diligenciar el formulario de matrícula, indicando los datos del titular, nombre comercial, dirección del negocio y actividad económica (CIIU 0144). Antes de registrar, se verifica la disponibilidad del nombre y se realiza la liquidación y pago de los derechos Finalmente, la Cámara de Comercio expide el Certificado de Matrícula Mercantil.	\$ 179.900	5 días
Registro del Predio - Ica	Entidad que vela por bienestar animal y sanidad del mismo. Registro sanitario de predios: El productor debe registrar su explotación ganadera para obtener certificaciones que avalen las buenas prácticas sanitarias. Certificación de técnicos inseminadores, quienes deben estar capacitados y registrados ante el ICA, garantizando la correcta aplicación de esta tecnología.	gratuito	8 días
Uso de suelos	Es un documento expedido por la secretaria de planeación municipal (Ortega) que certifica si una actividad económica puede desarrollarse legalmente en determinada ubicación, según el Plan de Ordenamiento Territorial (POT) vigente. Para Granja Integral San martin, se solicitara el mismo para la cría y comercialización de cerdos bajo la actividad 0145.	gratuito	7 días
Porkcolombia	Realiza el proceso de vacunación y la chapeteada, procedimiento que acredita que la región se encuentra libre de peste porcina clásica. Asimismo, certifica la vacunación contra esta enfermedad, requisito indispensable para el transporte de ganado a nivel nacional. Además, ofrece programas de formación técnica en áreas como reproducción, genética y manejo sanitario.	gratuito	1 día
Concesión de agua - Cortolima	Consiste en obtener la autorización legal para el uso y aprovechamiento del recurso hídrico ante la autoridad ambiental competente, en este caso, la Corporación Autónoma Regional del Tolima (Cortolima). Este trámite garantiza un uso responsable y conforme a la normativa ambiental vigente. El predio de la Granja Integral San Martín ya cuenta con la respectiva concesión de aguas otorgada por Cortolima.	\$ 0	1 día
Certificación de Bomberos	Es una certificación que verifica el cumplimiento de las condiciones mínimas de seguridad contra incendios en un establecimiento. Este permiso es otorgado por el cuerpo oficial de bomberos del municipio, tras una visita técnica que evalúa aspectos como extintores, señalización, salidas de emergencia, entre otros. Granja Integral San Martin, realizará el tramite, ya que garantiza la seguridad de las instalaciones, del personal y de los clientes.	gratuito	8 días
TOTAL		\$ 179.900	

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
Se desarrollará una estrategia de marketing digital en redes sociales principalmente WhatsApp, Facebook e Instagram.	\$ 600.000
Pautas radiales en las emisoras del municipio de Ortega, Chaparral, Saldaña y Purificación.	\$ 900.000
Realizar comunicaciones constantes con los cliente por medio de lladama telefónica, correo electronico y whatsapp.	\$ 372.000
TOTAL	\$ 1.872.000

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

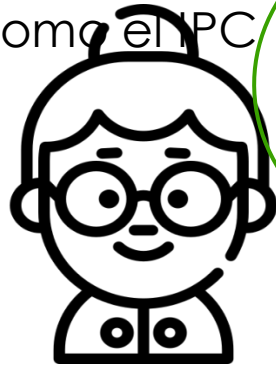
Estrategia de promoción	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
Entrega puerta a puerta			
Muestra del producto	X	Se entregara producto como muestra para que se verifique la calidad del mismo, en cuanto a raza y rendimiento en la ganacia de peso.	\$ 820.000
Otra	X	Descuento por volumen de compra. Si compra 10 cerdos destetos se ofrece un 10% y un 5% si compra 10 cerdos cebados.	\$ 1.592.000
Ninguna			
Total			\$ 2.412.000

Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
Punto de venta	X	Se entregan los productos en el punto de venta, debido al estrés que puede sufrir el animal durante el transporte.	\$ 0
A domicilio			
Con distribuidores	X	Dependiendo el volumen de compra y la ubicación geografica del cliente se utilizará un distribuidor local para entregar los productos.	\$ 500.000
Otro			
Total			\$ 500.000

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 IPC (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
Cerdo desteto - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas	\$ 250.000	\$ 275.000	\$ 302.500	\$ 332.750	\$ 366.025
Cerdo cebado - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas	\$ 8.500	\$ 9.350	\$ 10.285	\$ 11.314	\$ 12.445
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	Cerdo desteto - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas reconocidas por su alta co
------------	--

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingre
Mes 1	20	\$ 5.000.000	10	\$ 2.750.000	30	\$ 9.075.000	10	\$ 3.32
Mes 2	0	\$ 0	20	\$ 5.500.000	20	\$ 6.050.000	20	\$ 6.65
Mes 3	0	\$ 0	30	\$ 8.250.000	10	\$ 3.025.000	10	\$ 3.32
Mes 4	0	\$ 0	10	\$ 2.750.000	10	\$ 3.025.000	30	\$ 9.98
Mes 5	10	\$ 2.500.000	10	\$ 2.750.000	10	\$ 3.025.000	10	\$ 3.32
Mes 6	30	\$ 7.500.000	20	\$ 5.500.000	40	\$ 12.100.000	20	\$ 6.65
Mes 7	10	\$ 2.500.000	10	\$ 2.750.000	10	\$ 3.025.000	10	\$ 3.32
Mes 8	10	\$ 2.500.000	30	\$ 8.250.000	10	\$ 3.025.000	10	\$ 3.32
Mes 9	20	\$ 5.000.000	10	\$ 2.750.000	10	\$ 3.025.000	30	\$ 9.98
Mes 10	40	\$ 10.000.000	20	\$ 5.500.000	20	\$ 6.050.000	20	\$ 6.65
Mes 11	20	\$ 5.000.000	10	\$ 2.750.000	30	\$ 9.075.000	10	\$ 3.32
Mes 12	20	\$ 5.000.000	10	\$ 2.750.000	10	\$ 3.025.000	10	\$ 3.32
TOTAL	180	\$ 45.000.000	190	\$ 52.250.000	210	\$ 63.525.000	190	\$ 63.25

PRODUCTO 2	Cerdo cebado - Raza Pietran y F1. Líneas genéticas reconocidas por su alta c
------------	--

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingre

Mes 1	0	\$ 0	900	\$ 8.415.000	900	\$ 9.256.500	900	\$ 10.18
Mes 2	0	\$ 0	900	\$ 8.415.000	2700	\$ 27.769.500	900	\$ 10.18
Mes 3	0	\$ 0	1800	\$ 16.830.000	900	\$ 9.256.500	900	\$ 10.18
Mes 4	0	\$ 0	3600	\$ 33.660.000	1800	\$ 18.513.000	1800	\$ 20.36
Mes 5	0	\$ 0	1800	\$ 16.830.000	900	\$ 9.256.500	2700	\$ 30.54
Mes 6	1800	\$ 15.300.000	1800	\$ 16.830.000	900	\$ 9.256.500	900	\$ 10.18
Mes 7	0	\$ 0	900	\$ 8.415.000	2700	\$ 27.769.500	900	\$ 10.18
Mes 8	0	\$ 0	1800	\$ 16.830.000	1800	\$ 18.513.000	1800	\$ 20.36
Mes 9	0	\$ 0	2700	\$ 25.245.000	900	\$ 9.256.500	900	\$ 10.18
Mes 10	0	\$ 0	900	\$ 8.415.000	900	\$ 9.256.500	2700	\$ 30.54
Mes 11	900	\$ 7.650.000	900	\$ 8.415.000	900	\$ 9.256.500	900	\$ 10.18
Mes 12	2700	\$ 22.950.000	1800	\$ 16.830.000	3600	\$ 37.026.000	1800	\$ 20.36
TOTAL	5400	\$ 45.900.000	19800	\$ 185.130.000	18900	\$ 194.386.500	17100	\$ 193.4

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

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingre
Mes 1		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 2		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 3		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 4		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 5		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 6		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 7		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 8		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 9		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 10		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 11		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
Mes 12		\$ 0		\$ 0		\$ 0		\$
TOTAL	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 energía eléctrica	\$ 45.000	12	\$ 540.000
Servicio de Agua (Concesión recibida por cortolima)	\$ 42.000	12	\$ 504.000
Recarga de celular	\$ 60.000	12	\$ 720.000
Insumos de limpieza	\$ 50.000	12	\$ 600.000

Costos de transporte de materia prima e insumos.	\$ 100.000	12	\$ 1.200.000
Costo de transporte decerdos destetos y cebados.	\$ 50.000	12	\$ 600.000
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL	\$ 347.000		\$ 4.164.000

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			Iran y F1. Líneas genéticas reconocidas por	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Concentrado Cerdas	Bulto x 40 kilos	\$ 148.420	1	\$ 148.420
Concentrado Cerdos	Bulto x 40 kilos	\$ 7.500	1	\$ 7.500
Vacunas y desparacitación	Sobre x 30 ml.	\$ 7.650	1	\$ 7.650
Vitaminas	Frasco x 50 ml.	\$ 8.023	1	\$ 8.023
Inseminación	Global	\$ 2.000	1	\$ 2.000
TOTAL				\$ 173.593

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2			Iran y F1. Líneas genéticas reconocidas por	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Concentrado preinicio	Bulto x 40 kilos	\$ 1.120	1	\$ 1.120
Concentrado inicio	Bulto x 40 kilos	\$ 442	1	\$ 442
Concentrado Levante	Bulto x 40 kilos	\$ 1.740	1	\$ 1.740
Concentrado Finalizador	Bulto x 40 kilos	\$ 2.407	1	\$ 2.407
Desparacitación y vitaminas	Frasco x 500 ml.	\$ 67	1	\$ 67
TOTAL				\$ 5.774

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	F1. Líneas genéticas reconocidas	F1. Líneas genéticas reconocidas	0
Precio de Venta	\$ 250.000	\$ 8.500	\$ 0

Costo Variable	\$ 173.593	\$ 5.774	\$ 0
Margen de contribución	\$ 76.407	\$ 2.726	\$ 0
% Participación	50%	50%	
Margen de contribución ponderado	\$ 37.825	\$ 1.376	\$ 0
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	8,851717635		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	4	4	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	\$ 4.784.000	\$ 5.262.400	\$ 5.788.640	\$ 6.367.504	\$ 7.000.000
Desinfectantes	\$ 25.000	12	\$ 300.000	\$ 330.000	\$ 363.000	\$ 399.300	\$ 435.600
Insumos de limpieza	\$ 15.000	12	\$ 180.000	\$ 198.000	\$ 217.800	\$ 239.580	\$ 261.360
Dotaciones	\$ 300.000	3	\$ 900.000	\$ 990.000	\$ 1.089.000	\$ 1.197.900	\$ 1.306.800
Sistema de seguridad en el trabajo	\$ 900.000	1	\$ 900.000	\$ 990.000	\$ 1.089.000	\$ 1.197.900	\$ 1.306.800
Servicios publicos área administrativa	\$ 15.000	12	\$ 180.000	\$ 198.000	\$ 217.800	\$ 239.580	\$ 261.360
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL			\$ 7.244.000	\$ 7.968.400	\$ 8.765.240	\$ 9.641.764	\$ 10.523.520

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
Gerente/Empleador	Contrato Laboral a término indefinido	Encargado de la parte legal, administrativa y operativa de la explotación porcina. Direccionar, coordinar y toma de decisiones de las actividades dentro de la empresa. Supervisar la gestión financiera, incluyendo presupuestos y proyecciones financieras. Nota: solo se dejan 10 meses por que los 2 restantes serán solicitados a FE.	\$ 1.423.500	Si	\$ 2.188.774	10
					\$ 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	6
--	---

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.

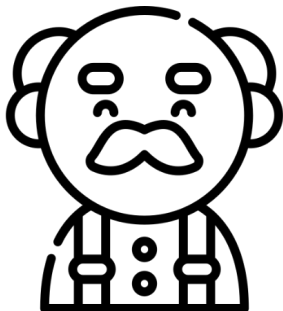
Rubros Financiables por el Fondo Emprender CREAM

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



[illegible]

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
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS			\$ 24.184.000

13. VALOR DE LA INICIATIVA

TOTAL INICIATIVA - VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	\$ 59.784.000	42,00	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	Concesión de aguas aprobada hace 3 años por Cortolima, solicitud ante la alcaldía local del uso de suelos del predio y ante los bomberos municipal el certificado de zona segura. Actualmente el emprendedor comercializa con rut como persona natural pero no formalizado ante la cámara de comercio, se espera formalizarse de esta manera una vez se prioricen los recursos para el proyecto.
Comercial	Actualmente, la empresa cuenta con 5 clientes que adquieren cerdo cebado en canal, ubicados principalmente en el casco urbano del municipio. En la zona rural se identifican entre 10 y 20 clientes potenciales interesados en la compra de cerdos destetos, tanto en el área rural como urbana, son productores y agricultores pequeños. El número de clientes ha aumentado gracias a la participación en ferias y al fortalecimiento de la comunicación y el marketing a través de redes sociales como WhatsApp, Instagram y Facebook.
Técnico	La Granja Integral San Martín cuenta con ocho (8) corrales adecuadas para la etapa de ceba, con techos en zinc y pisos en cemento, y cuatro (4) corrales más pequeñas destinadas a las hembras reproductoras, con techos en palma y pisos en cemento acondicionados con cascarilla para los lechones sin destetar. Adicionalmente, dispone de jaulas parideras ya instaladas para el manejo de partos. Actualmente, la granja cuenta con dos (3) cerdas paridas que ya se encuentran en producción para destetar los lechones.
Ambiental	Se realiza compostaje con las heces de las cerdas de cría, utilizando una cama semiprofunda con cascarilla de arroz. El propósito de esta iniciativa es generar un impacto ambiental positivo mediante el aprovechamiento de los residuos orgánicos. El compost obtenido puede comercializarse como subproducto o emplearse en los pequeños cultivos que complementan la producción porcina dentro de la finca.
Ventas	En el último año, la empresa registró ventas por \$50 millones y utilidades netas de \$22 millones. La producción se basa en 10 cerdas en etapa productiva, con un potencial de continuidad de hasta tres años más. El proceso comercial es directo y se desarrolla en la región, donde se atienden entre 10 y 20 clientes para lechones destetos y alrededor de 5 clientes adicionales para cerdos cebados, entre productores y empresas comercializadoras de carne.



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 (\$)
Jaulas parideras	\$ 3.600.000								
Cerdas para cria	\$ 16.800.000	\$ 7.200.000							
adecuación del esta	\$ 2.500.000								
le alcenamiento agu	\$ 1.500.000								
Biodigestor	\$ 4.000.000								
ategia de Comunicac				\$ 4.784.000					
tación Ciclo de prod		\$ 3.480.613	\$ 3.480.613	\$ 3.480.613	\$ 3.480.613				
edicamentos e insum			\$ 1.100.000						

Nomina Gerente	\$ 2.188.774	\$ 2.188.774							
TOTAL	\$ 30.588.774	\$ 12.869.387	\$ 4.580.613	\$ 8.264.613	\$ 3.480.613	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 59.784.000	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	El proyecto genera autoempleo para el emprendedor, contribuyendo al fortalecimiento económico familiar y a la sostenibilidad del negocio. La implementación del sistema de inseminación artificial incrementa la productividad y rentabilidad, al obtener madres más eficientes y camadas numerosas, lo que optimiza el uso de recursos y reduce los costos operativos. Además, la iniciativa genera empleo directo e indirecto, dinamiza la economía local mediante la activación de cadenas de suministro (alimentos, transporte, servicios veterinarios y agrícolas) y fortalece la competitividad del municipio de Ortega en los mercados regionales y nacionales del sector porcino.
Ambiental	Las heces y residuos orgánicos de los cerdos son recolectados diariamente y conducidos hacia un biodigestor anaerobio, donde se realiza su transformación biológica controlada. En este sistema cerrado, los microorganismos descomponen la materia orgánica en ausencia de oxígeno, generando biogás y un lixiviado rico en nutrientes que se utiliza como fertilizante. Paralelamente, parte del estiércol sólido se mezcla con cascarilla de arroz y material vegetal seco para producir compost. Este proceso integral contribuye a reducir emisiones, mitigar el cambio climático y fomentar una economía circular, aprovechando el biogás como fuente de energía renovable para las actividades productivas y domésticas de la finca.
Social	Se realizarán capacitaciones dirigidas a los productores porcinos de la región con el propósito de fortalecer las prácticas de bioseguridad en sus explotaciones, promoviendo la transferencia de conocimientos y el desarrollo de competencias técnicas especializadas. Esta iniciativa cobra especial relevancia en la zona del proyecto, donde la mayoría de criadores no implementan sistemas tecnificados ni manejan razas de alto rendimiento, lo que limita la rentabilidad de sus producciones. El proyecto busca fortalecer estas capacidades y mejorar la base genética local mediante la distribución de cerdos de razas Duroc-Belga, Pietrain-Triple Jamón y Belga-Triple Jamón, reconocidas por su eficiencia productiva y calidad cárnica.
Tecnológico	La implementación de un sistema tecnológico de distribución de agua en las porquerizas de ceba y los corrales de las cerdas maternas contribuirá al fortalecimiento técnico y ambiental del proyecto, garantizando un uso eficiente y sostenible del recurso hídrico. De igual manera, la adopción de un sistema de inseminación artificial permitirá el mejoramiento genético del hato porcino, incrementando la productividad y la calidad de las crías, con beneficios directos tanto para la Granja Integral San Martín como para el desarrollo productivo y competitivo de la región.

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	\$ 59.784.000	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	5580	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 90.900.000	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?
Cámara de Comercio del Sur Oriente del Tolima	Privado – Institucional	Cra 3 #Calle 21, El Espino	Formalización, registro mercantil y fortalecimiento empresarial.
Alcaldía Municipal de Ortega	publico	Ortega, Tolima	Certificado de uso del suelo, acompañamiento a procesos.
Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)	publico	Oficina seccional El Espino	Certificado de sanidad y bienestar animal, guías de movilización
Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
Gobernación del Tolima – Secretaría de Desarrollo Agropecuario y Producción Alimentaria	publico	Cra 3a entre Calle10 y 11	Acceso a programas de fomento pecuario y participación en ferias.

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.