

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
IDIER YELA GARCIA	CC	14.281.470
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
LACTEOS EL TIGRE	Tolima	Rioblanco

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	AGROINDUSTRIA	1040 Elaboración de productos lácteos

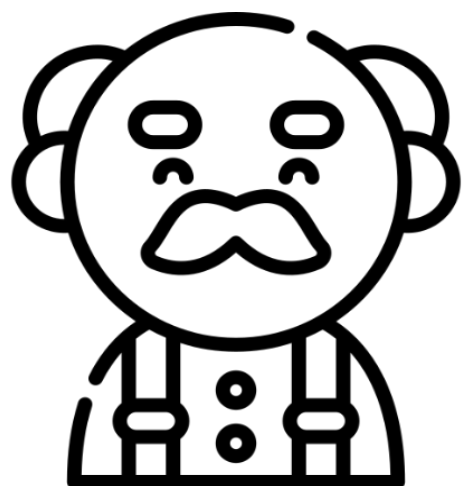
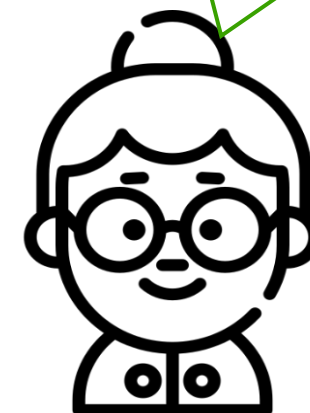
¿Es un proyecto asociativo?	NO	¿Cuántas personas hacen parte del grupo asociativo?	N/A
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI		

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:

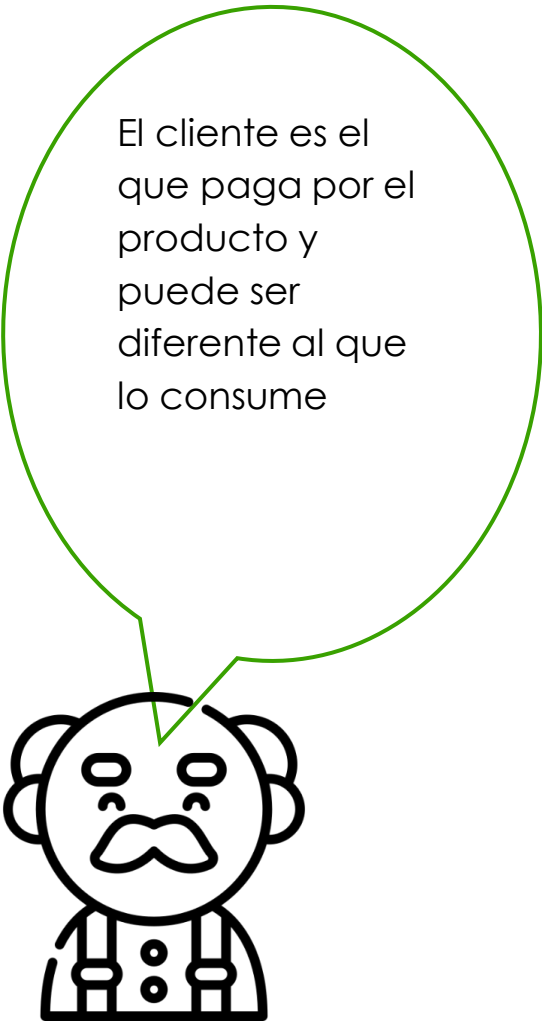
Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde el equipo de profesionales realizará unos talleres para guiarlo en la construcción del proyecto y el diligenciamiento de esta herramienta. **Diligenciar solamente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

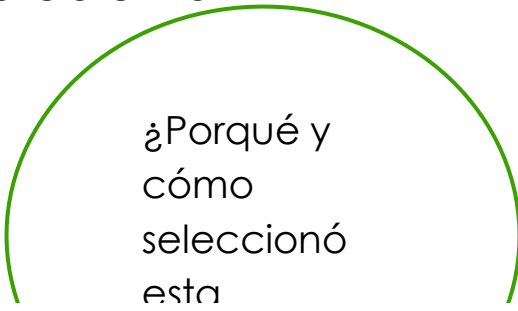
CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR	CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR
En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (vereda, municipio o ciudad), su estrato, edad y género. Explique su capacidad de compra, es decir, 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	
El segmento objetivo de Lácteos El Tigre está conformado por las familias y habitantes del municipio de Rioblanco, con especial presencia en el corregimiento de Herrera y en las veredas rurales de La Ilusión, Patagonia, Buenos Aires, La Aurora, Fundadores, El Recreo, Palo Negro, El Diamante y Las Juntas, zonas reconocidas por su vocación agropecuaria y su arraigo cultural hacia los productos naturales y tradicionales. Los clientes pertenece a los estratos socioeconómicos 1, 2 y 3, con ingresos medios y estables provenientes de actividades agropecuarias, comercio local o empleos en el sector público y privado, lo que les permite contar con ingresos equivalentes entre 1 y 2 SMLMV. Gracias a ello, poseen una capacidad adquisitiva suficiente para destinar parte de sus ingresos a la compra regular de productos lácteos de calidad. El consumo promedio estimado es de 2 a 3 unidades semanales de yogurt o bonyur y 1 frasco de arequipe cada 15 días, según el tamaño y la composición del hogar. Los productos se adquieren principalmente en tiendas locales, puntos de venta rurales, priorizando la relación calidad-precio, la elaboración artesanal, y el sabor tradicional de los productos de la región. Tienen edades entre los 25 y 55 años, son tanto hombres como mujeres, encargados del abastecimiento del hogar. En su mayoría, los clientes viven en vivienda propia, reflejo del arraigo territorial y la estabilidad familiar, aunque algunos jóvenes reside en arriendo por motivos laborales o educativos. La mayoría de los hogares cuenta con núcleos familiares entre 2 y 4 hijos, lo que se traduce en un mayor consumo de productos lácteos como yogurt y bonyur, especialmente valorados por los niños y jóvenes por su aporte nutricional y su sabor agradable.	El cliente de Lácteos El Tigre se caracteriza por ser una persona trabajadora, responsable y con arraigo al territorio, que valora los productos locales y las tradiciones familiares. Disfruta de una vida tranquila en el campo o en pequeños centros poblados, cercana a su comunidad, donde las relaciones se basan en la confianza y el apoyo mutuo. Le gusta compartir en familia, participar en festividades locales y consumir alimentos frescos, naturales y elaborados artesanalmente, ya que asocia estos productos con salud, bienestar y autenticidad. A este cliente le hace feliz ver a su familia bien alimentada, especialmente a sus hijos, y siente orgullo de consumir productos provenientes de su región, porque entiende que con ello apoya a otros productores locales. Sus valores giran en torno a la honestidad, el trabajo digno, la solidaridad y la sostenibilidad, y teme a la pérdida de sus costumbres o al ingreso masivo de productos industrializados que afecten su economía o la calidad de su alimentación. En su vida cotidiana, disfruta realizar actividades sencillas como visitar el campo, preparar recetas tradicionales, asistir a la iglesia o compartir en familia los fines de semana. Le motiva la posibilidad de brindar a sus hijos alimentos saludables, nutritivos y accesibles, que contribuyan a su crecimiento y fortalezcan su sistema inmunológico. Por ello, elige marcas como Lácteos El Tigre, que representan confianza, identidad local y calidad artesanal, reforzando su sentido de pertenencia con el territorio.
CONSUMIDOR	
El consumidor de Lácteos El Tigre está conformado por las familias y habitantes del municipio de Rioblanco, ubicados en la cabecera municipal, centros poblados, el corregimiento de Herrera y las zonas rurales aledañas, donde se mantiene una fuerte tradición agropecuaria y un profundo arraigo hacia los productos naturales y de elaboración artesanal. De acuerdo con cifras del DANE (2021), Rioblanco cuenta con una población estimada de 23.080 habitantes, de los cuales el 47,6 % son mujeres y el 52,4 % hombres, lo que representa el 1,7 % de la población total del departamento del Tolima. En este territorio predominan los hogares pequeños y los núcleos familiares estables, lo que permite proyectar un mercado potencial cercano a 12.000 consumidores. Los hábitos de consumo de esta población evidencian una preferencia por alimentos frescos, nutritivos y elaborados de forma artesanal, priorizando aquellos que transmiten confianza, sabor tradicional y respaldo local, por encima de las marcas industriales. Según estudios del DANE (2024), el 87 % de los hogares rurales del Tolima incluye productos lácteos dentro de su canasta básica semanal, y el 65 % manifiesta preferir opciones naturales y sin conservantes, lo que respalda la propuesta de valor de la empresa. Dentro de este grupo destacan los niños, niñas y adolescentes, pertenecientes a familias de los estratos 1, 2 y 3, con ingresos promedio entre 1 y 2 SMLMV, cuyos padres o acudientes priorizan el consumo de alimentos saludables, accesibles y tradicionales. Estos consumidores presentan hábitos de compra semanales o quincenales, con una marcada preferencia por productos locales, artesanales y de sabor auténtico, características que fortalecen la fidelización y la permanencia de la demanda.	Los niños, niñas y adolescentes consumidores de Lácteos El Tigre son alegres, activos y curiosos, con hábitos de alimentación influenciados por sus padres y por la vida escolar. Disfrutan consumir yogurt artesanal y bonyur por su sabor agradable, textura cremosa y presentación práctica, convirtiéndolos en una opción preferida para el desayuno, las loncheras o las meriendas después de estudiar o jugar. Les hace felices compartir estos productos con sus amigos o hermanos, ya que los asocian con momentos de recreo, energía y bienestar. Les gustan los sabores frutales y naturales, y se sienten atraídos por presentaciones coloridas o de fácil consumo. En su entorno, valoran la rutina, la compañía de su familia y el sentirse cuidados, por lo que prefieren productos que sus padres consideran saludables y que forman parte de su alimentación diaria. Sus valores giran en torno a la familia, la alegría y la confianza, y aunque no toman decisiones de compra, influyen directamente en ellas a través de sus preferencias. Tienen una visión positiva de su entorno rural, disfrutan jugar al aire libre, asistir a la escuela y participar en actividades culturales o deportivas. Les motiva sentirse fuertes, crecer sanos y tener energía para aprender y divertirse, por lo que asocian los productos lácteos con nutrición, sabor y bienestar.



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 Rioblanco, la población enfrenta una oferta limitada de productos lácteos frescos, saludables y de origen confiable, elaborados bajo buenas prácticas de higiene y procesamiento artesanal. Paralelamente, el aumento en el consumo de alimentos ultraprocesados, la rápida urbanización y los cambios en los estilos de vida han modificado los hábitos alimentarios, incrementando la ingesta de productos hipercalóricos ricos en grasas, azúcares y sodio. Esta tendencia ha generado deficiencias



Incrementando la ingesta de productos hipercalóricos, ricos en grasas, azúcares y sodio. Esta tendencia ha generado consecuencias nutricionales que afectan especialmente a los niños, reflejadas en un menor desarrollo físico y cognitivo, debilitamiento del sistema inmunológico y una creciente preocupación por la salud y el bienestar familiar.

Ante este panorama, los consumidores son cada vez más conscientes de la importancia de adoptar hábitos alimenticios saludables y buscan opciones naturales, nutritivas y libres de conservantes que aporten bienestar y sabor. En este contexto, productos como el yogur, el arequipe y el bonyur —por su contenido de calcio, proteínas y probióticos naturales— representan alternativas funcionales que favorecen la salud intestinal, ósea y metabólica, además de responder a las preferencias de consumo de alimentos frescos y de elaboración artesanal.

En respuesta a esta necesidad, Lácteos El Tigre produce y comercializa yogur, arequipe y bonyur 100 % naturales, libres de conservantes y elaborados con leche fresca proveniente de productores locales. Su propuesta busca ofrecer productos de alta calidad, nutritivos y con identidad territorial, contribuyendo a mejorar la alimentación de las familias rioblanqueñas, fortalecer la economía rural y promover una cultura de consumo responsable y saludable.



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
Alpina - empresa colombiana líder en la industria de alimentos. Una de sus líneas principales es el desarrollo de productos lácteos.	La principal planta de producción está en km3 vía Briceño sopo Edificio administrativo Cundinamarca. La compañía cuenta con seis plantas en Colombia.	Yogurt Alpina en presentación de 150 gr y sabores fresa, mora, melocotón, guanábana	\$ 3.000	Productos reconocidos a nivel nacional por su marca y calidad. Lleva más de 70 años en el mercado. Amplio portafolio de productos. Innovación constante en sus productos.	No existe un amplio alcance en la logística de distribución para llegar a las zonas rurales con productos de alta calidad, los cuales, suelen tener un costo superior frente a las opciones ofrecidas por la competencia.
La Vaquita - Es una productora artesanal del corregimiento de la Herrera con un reconocimiento en la región.	Está localizada en el Corregimiento Herrera, vereda los guayabos, Municipio Rioblanco, distancia del casco urbano 10 minutos.	Yogurt de litro, con sabores de fresa, mora y melocotón	\$ 9.000	Producto reconocido por su origen regional, que genera confianza y una alta aceptación entre los clientes. Presenta un precio de venta competitivo, inferior al promedio del mercado.	No ha desarrollado estrategias de comercialización orientadas a nuevos segmentos de clientes, por lo cual sus ventas son limitadas al no contar con presencia en otras plazas o mercados.
Alqueria - empresa del sector lácteo con más de 60 años de trayectoria. Produce y comercializa leche, derivados lácteos y bebidas saludables	Cuenta con 8 plantas procesadoras ,14 centros de distribución y 17 zonas de compra lechera. Está presente en más de 150.000 tiendas alrededor del país	Sus productos son: Leches, alimento lácteo, avena, gelatina, arequipes y yogurt por 150gr	\$ 1.650	Cuenta con productos de alta calidad, ricos en probióticos. La empresa goza de reconocimiento en el mercado y realiza un importante aporte a la economía local mediante la generación de empleo.	Productos con precio elevado dirigidos a un segmento de clientes con ingresos medio-altos. Los yogures con sabores a frutas suelen elaborarse con jugos concentrados en lugar de fruta natural.

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

Lácteos El Tigre se destaca por ofrecer productos 100 % naturales, libres de conservantes y elaborados con leche fresca proveniente de productores locales. Su enfoque artesanal garantiza frescura, calidad y alto valor nutricional, respondiendo a la creciente demanda de alimentos saludables. Además, su identidad regional genera confianza y cercanía con los clientes y consumidores, fortaleciendo el sentido de pertenencia y el apoyo a la economía local mediante la generación de empleo. Estas características le permiten diferenciarse de competidores industriales, consolidando una ventaja competitiva basada en la salud, la sostenibilidad y el arraigo territorial.

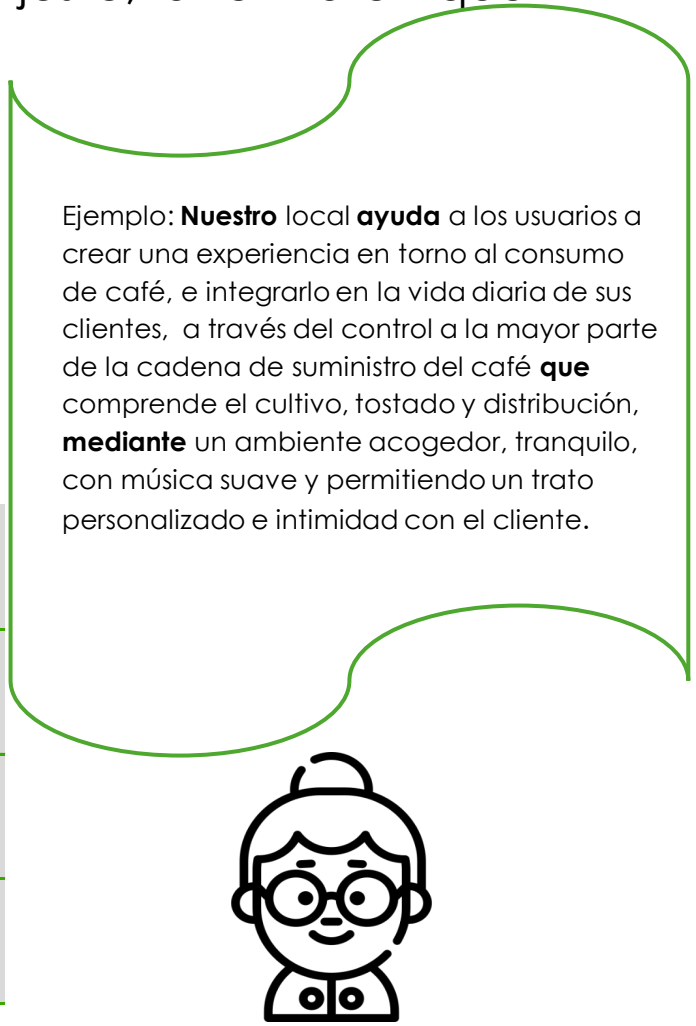
4. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO (Qué es lo que voy a ofrecer?)

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 yogurt artesanal, arequipe y bonyur elaborados con ingredientes 100 % naturales, mediante procesos tradicionales que preservan los nutrientes y sabores auténticos. Además, promueve el desarrollo local al vincular a productores que suministran insumos de alta calidad, reflejados en la excelencia del producto final.

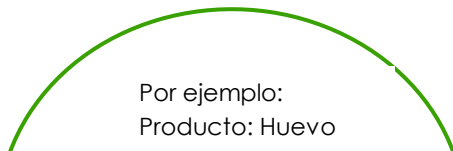
Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

Nuestro:	local ofrece productos alimenticios que satisfacen las necesidades de las familias, brindando opciones nutritivas y de calidad,
Ayuda:	a los hogares a incorporar hábitos de alimentación saludable e integrar los productos lácteos (yogur, arequipe y bonyur) en su vida diaria, a través del control de la cadena de valor de la leche,
Que:	Comprende acopio en fincas locales, pruebas de calidad, pasteurización, fermentación, enfriamiento, empaque, etiquetado y distribución,
Mediante:	un servicio cercano y confiable que garantiza frescura, inocuidad y sabor auténtico, fortaleciendo la economía regional.

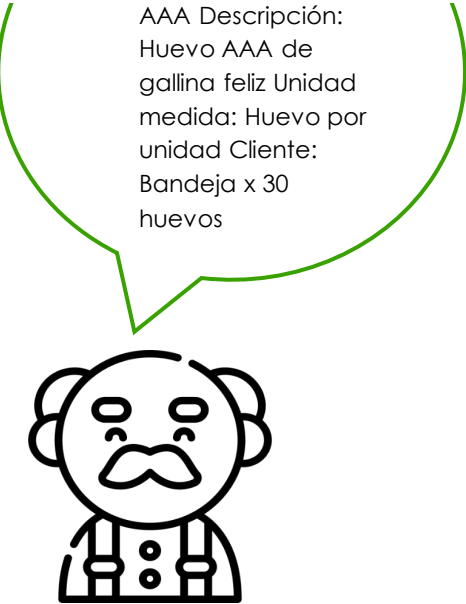


5. PRODUCTOS O SERVICIOS

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
Yogurt	Producto lácteo de alto valor nutricional, elaborado mediante un proceso de fermentación con microorganismos seleccionados. Disponible en sabores de fresa, mora, melocotón y guanábana.	Mililitros	Bolsa de 170 gramos
Arequipe	Es un dulce tradicional hecho a base de leche y azúcar que se cocina lentamente hasta obtener una consistencia cremosa y un sabor caramelizado.	Gramos	Unidad de 500 gramos - Libra
Bonyurt - Con 170 ml de yogurt y 40 gramos de cereal	Es un producto derivado lácteo cuya base es un yogur neutro (sin sabor), acompañado por cereal, el cual aporta el sabor final a la bebida.	Unidad	Unidad con 170 ml de Yogurt y 40 gr de cereal



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

Yogurt			
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)
Recepción de leche: Aprovechamiento de leche entera, realizando pruebas de control para verificar su calidad y cumplimiento de los estándares establecidos.	1,8 minutos	Canecas en acero inoxidable	Emprendedor
Coccion: La leche se hierve para eliminar microorganismos, garantizar su inocuidad y obtener una base segura para la elaboración del producto.	0,4 minutos	Olla en acero inoxidable	Emprendedor
Alistamiento de maquinaria, herramientas y enseres: Se preparan todos los elementos necesarios para el proceso productivo	1 minuto	Elementos de limpieza	Emprendedor
Pesaje de materias primas e insumos: De acuerdo a la cantidad de productos a preparar, se alistan las materias primas e insumos necesarios.	2 minutos	Gramera y recipientes	Emprendedor
Fermentacion: Las bacterias convierten la lactosa en ácido láctico. A medida que aumenta la acidez, las proteínas de la leche coagulan, dan textura y sabor.	5 minutos	herramientas menores, pesa, mesa de acero inoxidable	Emprendedor
Empaque, etiqueta y rotulado: El yogur se envasa en recipientes plásticos higienizados y se etiqueta con información obligatoria.	1 minuto	Envases, selladora	Emprendedor
Refrigeración y conservación: El producto pasa a las neveras de conservación y refrigeración a -10 grados, donde el producto no pierde la cadena del frio.	6 minutos	herramientas menores, refrigerador, canastillas	Emprendedor

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

Arequipe			
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)
Recepción de leche: Aprovechamiento de leche entera, realizando pruebas de control para verificar su calidad y cumplimiento de los estándares establecidos.	2 minutos	olla en acero inoxidable	Emprendedor
Coccion: La leche se hierve para eliminar microorganismos, garantizar su inocuidad y obtener una base segura para la elaboración del producto.	6 minutos	olla en acero inoxidable y Cuchara de madera o espátula resistente al calor	Emprendedor
Alistamiento de maquinaria, herramientas y enseres: Se preparan todos los elementos necesarios para el proceso productivo	1 minutos	Taza medidora y balanza	Emprendedor

Control de temperatura: Se inserta un termómetro para medir los rangos de temperatura, sin retirar del fuego hasta obtener la consistencia deseada	1 minuto	olla en acero inoxidable, Cuchara o espátula resistente al calor y termometro	Emprendedor
Envasado: Alcanzada la consistencia deseada se procede a envasar el Arequipe caliente	0,30 minutos	Envases y etiqueta, gramera	Emprendedor
Empacado:Se debe envasar y guardar a temperatura ambiente en lugares secos o refrigerados	0,30 minutos	Refrigerador	Emprendedor

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

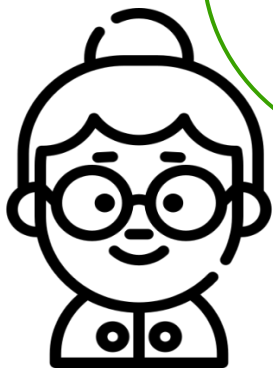
Bonyurt - Con 170 ml de yogurt y 40 gramos de cereal			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción de leche: Aprovisionamiento de leche entera, realizando pruebas de control para verificar su calidad y cumplimiento de los estándares establecidos.	1,8 minutos	Canecas en acero inoxidable	Emprendedor
Coccion: La leche se hierve para eliminar microorganismos, garantizar su inocuidad y obtener una base segura para la elaboración del producto.	0,4 minutos	Olla en acero inoxidable	Emprendedor
Alistamiento de maquinaria, herramientas y enseres: Se preparan todos los elementos necesarios para el proceso productivo	1 minuto	Elementos de limpieza	Emprendedor
Pesaje de materias primas e insumos: De acuerdo a la cantidad de productos a preparar, se alistan las materias primas e insumos necesarios.	2 minutos	Gramera y recipientes	Emprendedor
Fermentacion: Las bacterias convierten la lactosa en ácido láctico. A medida que aumenta la acidez, las proteínas de la leche coagulan, dan textura y sabor.	5 minutos	herramientas menores, pesa, mesa de acero inoxidable	Emprendedor
Empaque, etiqueta y rotulado: El yogur se envasa en recipientes plásticos higienizados y se etiqueta con información obligatoria.	3 minutos	Herramientas menores, mesa y bolsas	Emprendedor
Refrigeración y conservación: El producto pasa a las neveras de conservación y refrigeración a -10 grados, donde el producto no pierde la cadena del frío.	1 minuto	Envases, selladora	Emprendedor
Refrigeración y conservación: El producto pasa a las neveras de conservación y refrigeración a -10 grados, donde el producto no pierde la cadena del frío	6 minutos	herramientas menores, refrigerador, canastillas	Emprendedor

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)	La constitución legal se realizará como persona natural con establecimiento de comercio, iniciando con la verificación del nombre en el RUES según el CIIU, seguido de la solicitud del RUT ante la DIAN y la inscripción en la Cámara de Comercio, entidad que finalmente asigna el NIT para dejar formalmente registrado el negocio. Para Lácteos el Tigre este trámite es fundamental para su normal funciopnamiento.	\$ 700.000	8
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	8
Uso de suelos	Este documento lo expiden en la alcaldia, en el departamento de planeacion y sirve para expedir un permiso ante la autoridad local sobre el inicio de una explotación comercial sobre un terreno en específico, ademas de que el solicitante se compromete a no sobre explotar el terreno del cual se esta pidiendo el permiso.	\$ 0	30
Registro Sanitario - Invima	Se identifica la clasificación del producto, se diligencia el formulario y se presentan documentos como el certificado de existencia, ficha técnica, análisis microbiológicos, entre otros. 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 Lácteos El Tigre.	\$ 0	120
RUT	Registro ante la autoridad tributaria que identifica a la empresa como contribuyente y permite realizar actividades economicas legales y cumplir con las obligaciones fiscales. Registro ante la autoridad tributaria que identifica a la empresa como contribuyente y permite realizar actividades economicas legales y cumplir con las obligaciones fiscales. Este documento se saca por intenet en la pagina del la DIAN llenando un sencillo formulario.	\$ 0	1
Apertura del establecimiento	Este documento se radica ante la Policía Nacional del municipio, con el fin de notificar la apertura del establecimiento. Asimismo, una vez se complete el trámite de constitución formal ante la Cámara de Comercio, dicha entidad realiza la notificación correspondiente a la Policía Nacional sobre la apertura del establecimiento.	\$ 0	4
TOTAL		\$ 700.000	

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
Se realizaran pautas radiales todos los dias con la emisora del municipio como entrategia para dar a conocer la marca y resaltar los productos. Además, fortalecer su posicionamiento.	\$ 720.000
Volantes donde se de a conocer el punto de venta y su variedad de productos	\$ 200.000
TOTAL	\$ 920.000

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			
Otra	X	Para fidelizar los clientes se realizará una promoción, oferta por tiempo limitado por compras superiores a 1 litro se obsequia 250 gr de yogurt	\$ 350.000
Ninguna			
Total			\$ 350.000

Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
Punto de venta			
A domicilio	X	Costos por entrega a domicilio de los productos, como estrategia para posicionar el proyecto.	\$ 550.000
Con distribuidores			
Otro			
Total			\$ 550.000

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 (Índice de precios al consumidor) y el IPP (Índice 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
Yogurt	\$ 1.650	\$ 1.815	\$ 1.997	\$ 2.196	\$ 2.416
Arequipe	\$ 8.000	\$ 8.800	\$ 9.680	\$ 10.648	\$ 11.713
Bonyurt - Con 170 ml de yogurt y 40 gramos de cereales	\$ 2.600	\$ 2.860	\$ 3.146	\$ 3.461	\$ 3.807

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

PRODUCTO 1		Yogurt						
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	0	\$ 0	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 2	0	\$ 0	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 3	0	\$ 0	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 4	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 5	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 6	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 7	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 8	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 9	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 10	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 11	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
Mes 12	1800	\$ 2.970.000	1944	\$ 3.528.360	2100	\$ 4.192.650	2268	\$ 4.980.000
TOTAL	16200	\$ 26.730.000	23328	\$ 42.340.320	25200	\$ 50.311.800	27216	\$ 59.700.000

PRODUCTO 2		Arequipe						
	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos

Mes 1	0	\$ 0	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 2	0	\$ 0	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 3	0	\$ 0	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 4	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 5	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 6	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 7	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 8	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 9	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 10	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 11	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
Mes 12	250	\$ 2.000.000	275	\$ 2.420.000	303	\$ 2.933.040	333	\$ 3.54
TOTAL	2250	\$ 18.000.000	3300	\$ 29.040.000	3636	\$ 35.196.480	3996	\$ 42.5

PRODUCTO 3	Bonyurt - Con 170 ml de yogurt y 40 gramos de cereal
------------	--

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingre
Mes 1	0	\$ 0	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 2	0	\$ 0	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 3	0	\$ 0	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 4	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 5	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 6	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 7	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 8	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 9	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 10	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 11	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
Mes 12	1500	\$ 3.900.000	1650	\$ 4.719.000	1815	\$ 5.709.990	1997	\$ 6.91
TOTAL	13500	\$ 35.100.000	19800	\$ 56.628.000	21780	\$ 68.519.880	23964	\$ 82.9

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 (\$)
Mantenimiento de equipos	\$ 150.000	4	\$ 600.000
Servicios publicos (agua, luz, gas)	\$ 250.000	12	\$ 3.000.000
Fumigacion	\$ 80.000	2	\$ 160.000
Internet	\$ 60.000	12	\$ 720.000

Costos de suministro y logística de materia prima, materiales e insumo	\$ 60.000	12	\$ 720.000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL	\$ 600.000		\$ 5.200.000

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				Yogurt
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Azucar	gramo	\$ 5	16	\$ 80
Colorantes	gramo	\$ 5	5	\$ 25
Saborizantes	gramo	\$ 5	5	\$ 25
leche	ml	\$ 2	167	\$ 334
envase, tapa y etiqueta	und	\$ 325	1	\$ 325
TOTAL				\$ 789

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				Arequipe
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Leche	ml	\$ 2	1000	\$ 2.000
azucar	gramo	\$ 5	300	\$ 1.500
Espesante	gramo	\$ 50	1	\$ 50
envase	und	\$ 400	1	\$ 400
Etiqueta	und	\$ 50	1	\$ 50
TOTAL				\$ 4.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				Yogurt - Con 170 ml de yogurt y 40 gramos de cereal
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
Azucar	gramo	\$ 150	1	\$ 150
Cereal	gramo	\$ 150	1	\$ 150
Saborizante	gramo	\$ 35	1	\$ 35
Leche	ml	\$ 650	1	\$ 650
Empaque y etiqueta	und	\$ 315	1	\$ 315
TOTAL				\$ 1.300

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	Yogurt	Arequipe	Yogurt - Con 170 ml de yogurt y 40 gramos de cereal
Precio de Venta	\$ 1.650	\$ 8.000	\$ 2.600

Costo Variable	\$ 789	\$ 4.000	\$ 1.300
Margen de contribución	\$ 861	\$ 4.000	\$ 1.300
% Participación	33%	23%	44%
Margen de contribución ponderado	\$ 288	\$ 902	\$ 572
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	340,5607029		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	114	77	150

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	\$ 1.820.000	\$ 2.002.000	\$ 2.202.200	\$ 2.422.420	\$ 2.642.640
Papeleria	\$ 30.000	12	\$ 360.000	\$ 396.000	\$ 435.600	\$ 479.160	\$ 522.720
Productos de aseo y limpieza	\$ 30.000	12	\$ 360.000	\$ 396.000	\$ 435.600	\$ 479.160	\$ 522.720
Gastos bancarios	\$ 30.000	12	\$ 360.000	\$ 396.000	\$ 435.600	\$ 479.160	\$ 522.720
Arriendo	\$ 700.000	12	\$ 8.400.000	\$ 9.240.000	\$ 10.164.000	\$ 11.180.400	\$ 12.206.800
Dotaciones	\$ 150.000	3	\$ 450.000	\$ 495.000	\$ 544.500	\$ 598.950	\$ 653.400
Sistema de seguridad y salud en el trabajo	\$ 1.200.000	1	\$ 1.200.000	\$ 1.320.000	\$ 1.452.000	\$ 1.597.200	\$ 1.748.400
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL			\$ 12.950.000	\$ 14.245.000	\$ 15.669.500	\$ 17.236.450	\$ 18.888.120

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	Contrato Laboral a término indefinido	Planificar, dirigir y gestionar las funciones de la empresa para asegurar su óptimo desempeño, organizando actividades y recursos, definiendo metas a corto y largo plazo, y analizando los aspectos financieros y de marketing. Nota: se dejan 9 meses el primer año, ya que los 2 meses restantes serán pagados con recursos del 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

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

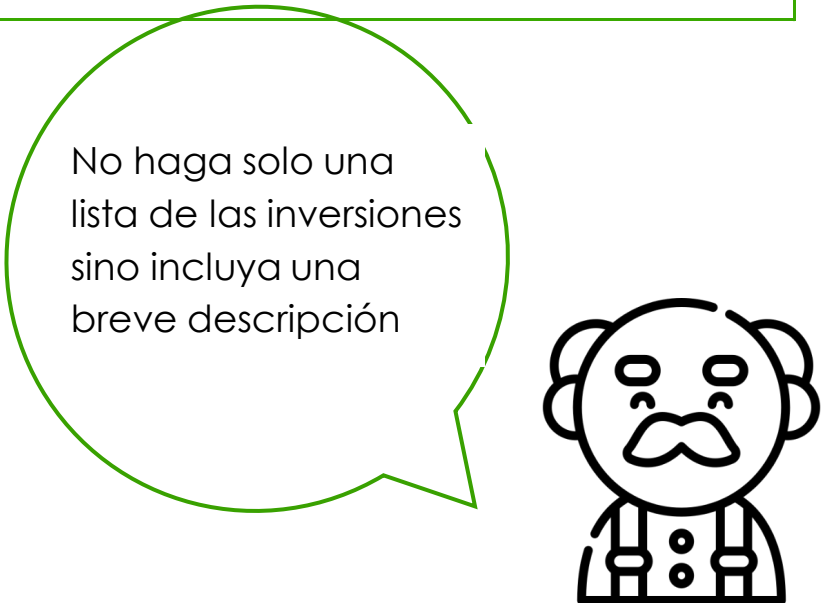
Muebles y Enseres

Equipo de transporte y carga

Equipos de cómputo, comunicaciones y otras herramientas

Semovientes

Cultivos permanentes



Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Selladora de vaso semiautomatica	\$ 6.000.000	1	\$ 6.000.000
Selladora de bolsa automatica	\$ 7.800.000	1	\$ 7.800.000
Filtro agua de 40 litros	\$ 2.400.000	1	\$ 2.400.000
Refrigerador 535 Lt	\$ 2.400.000	1	\$ 2.400.000
Estufa en acero inoxidable 2 puestos	\$ 1.000.000	1	\$ 1.000.000
Marmita industrial de 120 litros	\$ 11.200.000	1	\$ 11.200.000
Mesa en acero inoxidable	\$ 2.100.000	1	\$ 2.100.000
Computador portatil	\$ 1.400.000	1	\$ 1.400.000
Adecuaciones	\$ 11.239.308	1	\$ 11.239.308
Asesoría Invima	\$ 3.500.000	1	\$ 3.500.000
Pago tramite Invima	\$ 4.535.893	1	\$ 4.535.893
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS			\$ 53.575.201

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			\$ 6.197.546

13. VALOR DE LA INICIATIVA

TOTAL INICIATIVA - VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	\$ 59.772.747	41,99	SMMLV
NÚMERO DE SOCIOS O ASOCIADOS			

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	Los avances legales de la empresa corresponden a la creación de unidad productiva, operando como persona natural: Certificado de manipulación de alimentos, cuenta con el con codigo CIIU 1040 Elaboración de productos lácteos. Se esta consultando sobre toda la documentación pertinente que se debe tener para un buen manejo de los procesos y para la creacion de empresa en la camara de comercio.
Comercial	Comercialmente, cuenta con una experiencia de seis años en la venta de yogur y arequipe. Dispone de presencia en redes sociales, específicamente en Facebook, donde tiene 283 seguidores y comparte videos del proceso de producción y de los productos disponibles para la venta. El emprendedor ha validado su propuesta a través de la comercialización en su propio local, realizando degustaciones que le han permitido obtener retroalimentación sobre aspectos clave como sabor, textura y presentación.
Técnico	Cuenta con formación del SENA en la elaboración de derivados lácteos, Higiene y manipulación de alimentos. Dispone de maquinaria básica, como un congelador de 475 litros, una selladora manual, una estufa de un puesto y una gramera. Actualmente, trabaja en el desarrollo de nuevas fórmulas, destacándose la próxima producción de un bonyurt con zucaritas. En temporadas altas (abril, mayo, octubre, noviembre y diciembre) alcanza una producción de 300 litros, en temporadas baja produce 180 litros.
Ambiental	Se realiza una disposición clasificada de los residuos generados en el proceso productivo, con el propósito de reducir el impacto ambiental y fomentar prácticas sostenibles. Los residuos orgánicos se destinan como alimento para animales de granja, mientras que materiales reutilizables como bolsas y recipientes plásticos se aprovechan para otros fines, como la elaboración de materas. Estas acciones contribuyen al aprovechamiento responsable de los recursos y al fortalecimiento de una economía circular en la empresa.
Ventas	La empresa lleva seis años en el mercado desde el año 2018 donde ha tenido un aumento progresivo en las ventas, para el año 2021 registro ventas anuales por \$50.400.000 con 600 litros de yogurt, para el año 2022 ventas anuales por \$58.500.000 con 650 litros, para el año 2023 se registran ventas anuales de \$67.200.000 con 700 litros, se evidencia un crecimiento promedio del 13%.



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 (\$)
automatica - Sellado	\$ 9.660.000	\$ 4.140.000							
Filtro agua de 40 litros	\$ 2.400.000								
Refrigerador 535 Lt	\$ 2.400.000								
able 2 puestos - Mes	\$ 3.100.000								
mita industrial de 120	\$ 7.840.000	\$ 3.360.000							
Computador portatil	\$ 1.400.000								
Adecuaciones	\$ 7.867.516	\$ 3.371.792							
Invima - Pago tramit	\$ 8.035.893								

ategia de Comunicac	\$ 1.820.000								
omina gerente geren	\$ 2.188.773	\$ 2.188.773							
TOTAL	\$ 46.712.182	\$ 13.060.565	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 59.772.747	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	Se genera empleo formal garantizando todos los beneficios legales, impulsando el crecimiento económico a través de la producción y la satisfacción de las necesidades de los habitantes de la región. La iniciativa promueve una competencia sana que contribuye a elevar los estándares de producción en las empresas locales. Además, la constitución y formalización de la empresa fortalece la economía veredal, aportando al desarrollo regional mediante la generación de empleo directo e indirecto.
Ambiental	Lácteos El Tigre implementa prácticas sostenibles que promueven el uso eficiente de los recursos. Ha disminuido el consumo energético mediante iluminación ahorradora y uso responsable de equipos, optimiza el agua con sanitarios ecoeficientes y trabaja con proveedores comprometidos con buenas prácticas ambientales. Además, clasifica los residuos, aprovecha los orgánicos como alimento para animales y reutiliza materiales para fabricar materas. Estas acciones fortalecen su compromiso con la sostenibilidad, reducen la huella ecológica y fomentan la economía circular.
Social	El proyecto genera un impacto social positivo al mejorar la calidad de vida de los campesinos y fortalecer el tejido social de la vereda, posicionándola como un referente productivo en la región. Asimismo, permite a los habitantes de la vereda y del municipio acceder a productos locales de alta calidad, contribuyendo a la seguridad alimentaria mediante la oferta de alimentos nutritivos, frescos y elaborados de manera responsable. Además, impulsa la economía local a través de la generación de empleo directo e indirecto, beneficiando a productores, distribuidores y otros actores de la cadena de valor.
Tecnológico	El proyecto incorpora la adquisición de nuevos equipos y maquinaria automática que optimizan los procesos productivos, mejoran los tiempos de respuesta y elevan los estándares de calidad. Esta modernización tecnológica permite una mayor eficiencia operativa, reducción de costos y aumento en la capacidad de producción, fortaleciendo la competitividad de Lácteos El Tigre en el mercado.

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	4	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	\$ 59.772.747	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	31950	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 79.830.000	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?
Alcaldía Municipal de Rioblanco	Publico	Cra. 6 #5-1, Rioblanco Tolima	Uso de suelo, industria y comercio y apoyo
Camara de comercio del Sur Oriente del Tolima	Publico	Cra 3 calle 21 Espinal	Registro mercantil de la empresa y progra
INVIMA	Publico	Cl. 10a #3 -76 Oficina 306	Asesoría para cumplir requisitos y obtener
Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
Cooperativa Multiactiva Lechera Del Tolima	Privado - Regional	Carrera 2 Barrio Carmenz	Alianzas estratégicas para acopio y articu

Agrosavia	Publico	Ibagué, Tolima	Asistencia técnica y transferencia de con
-----------	---------	----------------	---

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.