

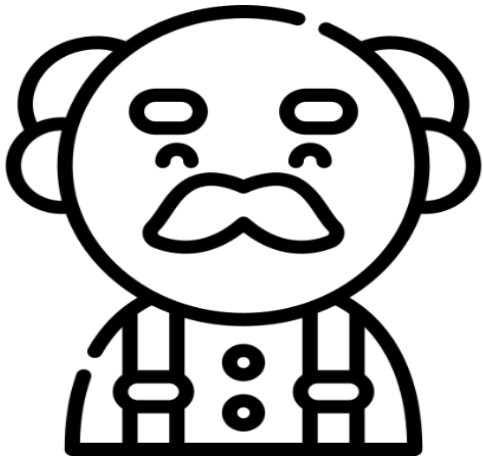


Coordinación Nacional de Emprendimiento, Dirección de Empleo y Trabajo

PROYECTO OTRAS FUENTES DE FINANCIACIÓN

NOMBRES Y APELLIDOS DEL LÍDER DEL PROYECTO	TIPO DE DOCUMENTO	NÚMERO
EDGAR ALBERTO GOMEZ CASTELLANOS	CC	93.372.680
NOMBRE DEL PROYECTO	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Santa Coloma Comida Express	Tolima	Ibagué
SECTOR	ACTIVIDAD ECONÓMICA	
ALOJAMIENTO_Y_SERVICIOS_DE_COMIDA		
¿Es un proyecto asociativo?	NO	¿Cuántas personas hacen parte del equipo asociativo?
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI	

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



Usted podrá exponer acá su proyecto
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.

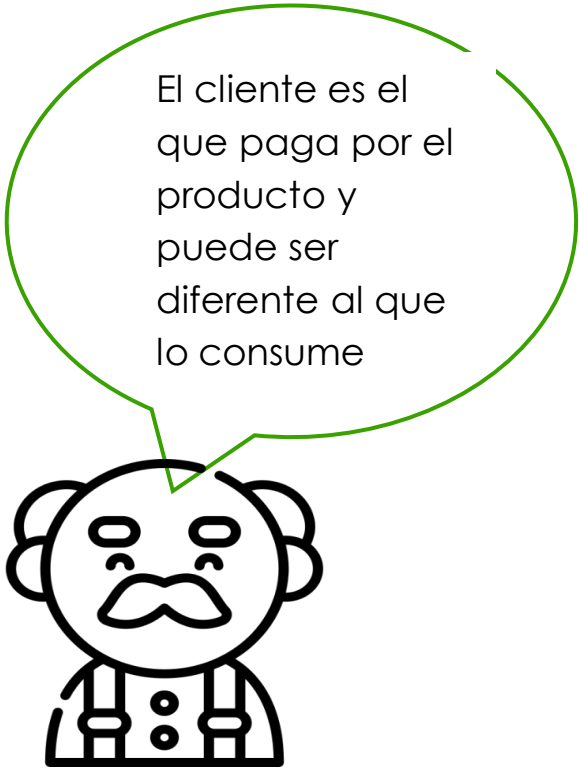
INSTRUCCIONES GENERALES:

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 al menos cinco (5) entrenamientos para guiarlo en la construcción del proyecto y 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 PROYECTO? (Quien compra mis productos o servicios)

En este espacio debe identificar "El cliente" ese que le va a comprar sus productos o servicios, lo más detallado posible, como se conoce a un hijo o a un familiar muy cercano.

CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR (Por favor indicar frente al cliente, ubicación geográfica, estrato, edad, género, capacidad de compra, si trabaja, si tiene hijos, si vive en casa propia o arriendo) Incluya cifras y estadísticas	CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR (Por favor indicar gustos, preferencias, que le da miedo, que le hace feliz, cuales son sus valores, que le gusta comer, si le gusta viajar, entre otros)
CLIENTE	
Los segmentos de mercado identificados son los siguientes: Jóvenes y adolescentes (14 a 25 años): Estudiantes de colegio o universidad, solteros, con hábitos de consumo nocturnos o de fines de semana, que buscan comidas de rapida preparación,como opciones rápidas, económicas y sabrosas que les permita compartir con amigos y pareja. Dentro de las principales opciones de compra se identifican el precio accesible, combos completos (Incluido opapas y gaseosas), con un buen sabor, que cuenten en algunas ocasiones con promociones como la 2x1.	Jóvenes y adolescentes: Sus gustos etan enfocados a la Música urbana, videojuegos, redes sociales (TikTok, Instagram), comidas con mucho queso, salsas y papas en exceso. Les da miedo generalmente no lograr encajar en su grupo social, quedarse sin datos o sin batería, gastar más de lo que tiene. Finalemnte, lo hace feliz, compartir con amigos, recibir promociones, combos grandes a bajo precio, estar en un lugar "instagrameable". Trabajadores urbanos: sus gustos estan enfocados en soluciones rápidas, prácticas y sabrosas para almorzar o cenar; comida que llene sin gastar mucho. Les da miedo perder tiempo en filas, que la comida llegue tarde a frío.



Trabajadores urbanos (25 a 45 años): Personas que trabajan en oficinas, comercios o fábricas; buscan opciones de comida al paso. Son las personas que buscan opciones diferentes de comidas rica preparadas rapidamente, que buscan salir de la rutina al dirigirse al cañon del combeima y disfrutar de diferentes opciones de comida con facilidad de pago, porciones suficientes para saciar el hambre.	Les da miedo perder tiempo en filas, que la comida llegue tarde o mala, intoxicarse por mala higiene. Finalmente, les genera felicidad comer bien sin complicarse, encontrar combos con buena relación calidad-precio, tener tiempo libre.
Familias de clase media (padres con hijos pequeños o adolescentes): Familias que salen ocasionalmente a comer fuera los fines de semana, buscan dirigirse a zonas perimetrales de la ciudad y buscan comidas con porciones variadas, combos familiares y opciones para niños. Sus principales motivaciones de compra son la comodidad, la rapidez en la preración y promociones grupales.	Familias de clase media: sus gustos estan enfocados en buscar opciones para todos los miembros (niños, jóvenes y adultos), porciones generosas, precios justos. Les causa miedo que los hijos se enfermen por mala comida, gastar de más, mal servicio al cliente. Finalmente, lo que les genera felicidad es que puedan compartir una comida en familia sin complicaciones, encontrar combos familiares, atención amable.
Para concluir se puede identificar que los clientes tienen entre 14 a 60 años de	Según todo lo descrito en Ibagué, Santa Coloma Comida Express atiende a un mercado potencial de aproximadamente 282.000 personas de entre 14 y 60 años, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4. Este segmento, que

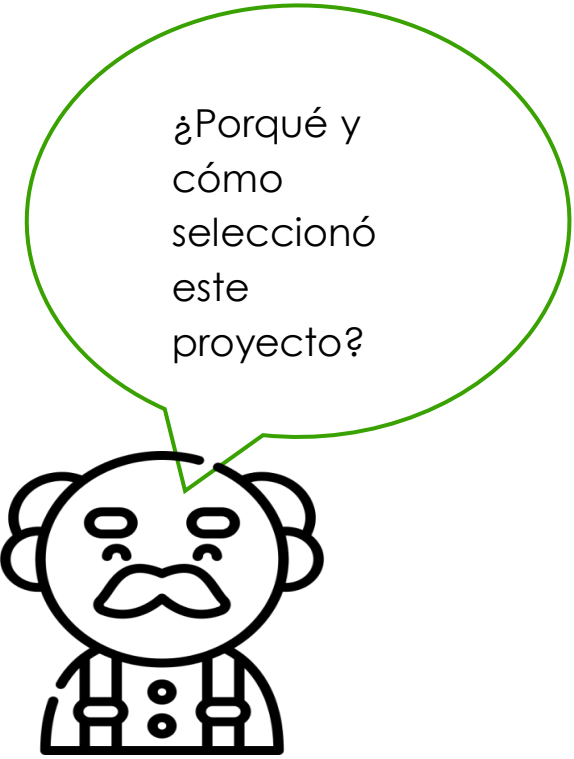
CONSUMIDOR

El consumidor final de Santa Coloma Comida Express es una persona práctica y cercana, que valora el sabor, la rapidez y el precio justo al momento de comer. Se trata principalmente de habitantes y visitantes del Cañón del Combeima, una reconocida zona rural turística de Ibagué, donde confluyen tanto residentes locales como turistas, excursionistas y trabajadores que visitan la región. Este consumidor pertenece en su mayoría a los estratos 2, 3 y 4, con edades entre los 14 y 60 años, y busca comida rápida, abundante y sabrosa, como perros y hamburguesas en combo con papas y gaseosa, ideal para consumir durante paseos, jornadas laborales o momentos de descanso. Aprecia las porciones generosas, el servicio cercano y ágil, y las promociones accesibles, valorando también el ambiente natural y tradicional de la zona. Santa Coloma responde a estas necesidades con un enfoque local, auténtico y de alta rotación.	
--	--

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 Cañón del Combeima, una de las zonas rurales más reconocidas de Ibagué por su atractivo turístico, paisajístico y cultural, la oferta gastronómica se ha consolidado históricamente en torno a la comida típica tradicional, comida asada al barril, platos tradicionales, como el sancocho, la trucha, el churrasco, el pollo asado, los tamales y platos regionales preparados de forma tanto artesanal como con chef. Sin embargo, a pesar del crecimiento del flujo de visitantes, caminantes, ciclistas, trabajadores y residentes permanentes, no existe una oferta clara ni especializada en comidas rápidas, lo que genera una ausencia de opciones accesibles, ágiles y versátiles para quienes buscan soluciones alimenticias prácticas, especialmente en horarios distintos al almuerzo, como en la noche o en las horas de la tarde. Esta falta de diversidad gastronómica se traduce en una necesidad no atendida por el mercado local: muchas personas que transitan o habitan el Cañón requieren comidas fáciles de consumir, con preparación rápida y listas para llevar, ya sea porque cuentan con tiempos limitados para comer, porque su jornada no se ajusta a los horarios convencionales, o porque buscan una opción distinta a la tradicional. Además, los turistas y jóvenes visitantes suelen preferir opciones más ligeras o urbanas como hamburguesas, perros calientes, papas en combo y gaseosas, productos que actualmente no se encuentran disponibles en la zona con un enfoque especializado ni con un formato pensado para el consumo rápido.	
Santa Coloma Comida Express se propone dar respuesta a esta problemática al ofrecer una alternativa gastronómica novedosa, alineada con las tendencias actuales de consumo en zonas rurales turísticas, y adaptada a las dinámicas reales del territorio, donde la agilidad en el servicio, la portabilidad del producto y la variedad de sabores se convierten en factores clave para suplir una demanda creciente pero	



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	Desventajas
Mi perro	Tolima, Ibagué – zona urbana, tienen 2 locales mas reconocidos,ubicados en Cra. 6 #44-17 (Comuna #4, Piedrapintada, Ibagué y Cl. 60 #12-2 (Centro Comercial La	Perros calientes con variedad de toppings, combos con papas y gaseosa	Perro caliente: \$13.500 Gaseosa 400 ml: \$4.500–5.000	Menú personalizable ("tú lo armas") Buena calificación (~4.2 en Rappi) Presencia en dos zonas clave de Ibagué Servicio a domicilio disponible	No cubre zonas rurales (como el Cañón del Combeima) Horario limitado (cierra a las 22:00) Enfocado solo en perros calientes, sin hamburguesas ni combos nocturnos más variados
American Burguer	Ibagué, Tolima, cuenta con locales en las siguientes direcciones: 1. Av. Ferrocarril con Calle 41, Calle 60 #7-36, Local 4 y Calle 64 con Guabinal.	Hamburguesas, perros calientes, alitas de pollo, salchipapas, patacones, combos individuales y para compartir	Hamburguesa clásica\$13.500 Perro sencillo: \$9.500 Perro en combo (papa + gaseosa):	Amplia cobertura urbana. Variedad de productos (hamburguesas, perros, alitas, combos familiares). Horario extendido hasta medianoche.	No tiene presencia en zonas rurales como el Cañón del Combeima. Tiempos de entrega largos para domicilios (~50 min). Precios moderados-altos para estratos 2-4.

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

En qué consiste su proyecto, qué lo hace diferente a los demás. ¿Cual es esa ventaja, que hace mejor a su producto o servicio a

lo que ya existe, cual es ese toque especial, único que le va agregar?

El proyecto consiste en: Santa Coloma Comida Express se dedica a la preparación y comercialización de comidas rápidas como perros calientes, hamburguesas, papas fritas y combos con gaseosa.

Con enfoque en la rapidez, sabor, precios accesibles y disponibilidad en horarios extendidos.

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

Nuestro: Emprendimiento gastronómico ubicado en el Cañón del Combeima, especializado en comidas rápidas.

Ayuda: A residentes, trabajadores y visitantes de la zona rural y turística de Ibagué

Que: Requieren una opción práctica, rápida, sabrosa y accesible para alimentarse, especialmente en horarios de tarde o noche, distinta a la tradicional oferta de comida típica.

Mediante: La preparación ágil de hamburguesas, perros calientes, papas y combos, en un ambiente cercano, con atención cálida, productos de calidad y precios adaptados a las condiciones del territorio.

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

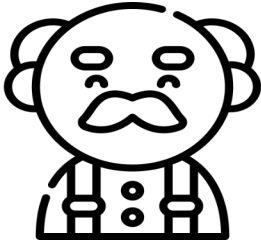


5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Relacione los productos o servicios a ofrecer al cliente. Descríbalos, 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
Perro America - Santa Coloma en combo con papas	Perro tradicional con salchicha americama con preparación de topins (Cebolla, tomate, papas rípio, nachos, entre otros), los cuales se tienen incluidos en el precio inicial de ventas.	Unidad	Unidad
Hamburguesas - Santa Coloma combo con papas	champiñones (Carne sencilla (Res 100 a 120 gr (Ajo, sal, agua con llervas), Cebolla, tomate, lechuga, pepinillos, queso, pan y salsa de champiñones) - En combo con papas.	Unidad	Unidad
Pizza - (Lasaña de media libra o de libra mixta)	Tamaño personal de cuatro personas ropa vieja (Carne desmechada (Revisar cual se puede comprar), mexicana y hawayana.	Unidad	Unidad

Por ejemplo:
Producto: Huevo AAA
Descripción: Huevo AAA de gallina feliz
Unidad medida: Huevo por unidad
Cliente: Bandeja x 30 huevos



6. PROCESO TÉCNICO

En este punto debe describir el proceso de producción o prestación del servicio. Detalle paso a paso tal y como son cada una de las actividades de todo el proceso. No olvide incluir aquellos aspectos que sean diferenciadores (Ej: Fungicidas amigables con el medio ambiente, controladores biológicos, temporalidades del cultivo, entre otras

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

Perro America - Santa Coloma en combo con papas			
Actividad a realizar	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción y almacenamiento de insumos: Se realiza la compra de materias primas frescas y de calidad, las cuales se almacenan bajo condiciones adecuadas.	20 minutos diarios	Nevera, estantería metálica, cajas plásticas	Administrador - Cocinera
Preparación previa de ingredientes: Se realiza el alistamiento de toppings (pico de gallo, cebolla caramelizada, papas rípio, queso, salsas, entre otros) mediante procesos manuales.	1 hora diarios	Máquina de cocción de salchichas, plancha, pinzas, recipiente para toppings	Administrador - Cocinera
maquina asadora de salchica, el pan se calienta en plancha, se arma el perro caliente con los toppings elegidos por el cliente.	5 minutos por pedido	Cuchillos, tabla de picado, recipientes plásticos, refrigerador	Administrador - Cocinera
Preparación de acompañamientos (papas fritas): Se fríen las papas en aceite limpio y a temperatura controlada, asegurando una textura crocante	5 minutos por pedido	Freidora a gas, recipiente para escurrir	Administrador - Cocinera
Ensamble del perro caliente: Se empaca el perro caliente con su respectiva porción de papas y bebida	3 minutos por unidad	Mostradores limpios, dispensadores de salsas	Administrador - Cocinera
Ensamble del combo y empaque: se empaca en caso de que el cliente lo pida para llevar.	2 minutos por combo	Empaques biodegradables, servilletas, bandejas	Administrador - Cocinera
Entrega al cliente: El producto se entrega en el punto de venta con atención rápida y personalizada.	1 minuto	Mostrador o bolsa para domicilio	Administrador - Cocinera
Limpieza y disposición final: limpieza al final de cada jornada, ameno de residuos orgánicos e inorgánicos de forma diferenciada, y se realiza revisión básica a los equipos.	30 minutos diarios	Productos de limpieza, guantes, canecas diferenciadas	Administrador - Cocinera

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

Hamburguesas - Santa Coloma combo con papas			
Actividad a realizar	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)

Recepción y almacenamiento de insumos: Recepción y verificación de calidad de materias primas como carne, pan, vegetales, papas y bebidas.	20 minutos diarios	Nevera, estantería metálica, cajas plásticas	Administrador - Cocinera
Preparación previa de ingredientes: Alistamiento de toppings como lechuga, tomate, cebolla, queso, salsas y otros ingredientes frescos.	1 hora diaria	Cuchillos, tabla de picado, recipientes plásticos, refrigerado	Administrador - Cocinera
Cocción y armado de la hamburguesa: Cocción de carne en plancha y calentamiento del pan; luego se arma la hamburguesa con los ingredientes seleccionados	7 minutos por unidad	Plancha, espátula, refrigerador, recipientes	Administrador - Cocinera
Preparación de papas fritas: Fritura de papas en aceite limpio y caliente hasta alcanzar textura crocante y dorada.	5 minutos por unidad	Freidora gas, espumadera	Administrador - Cocinera
Ensamble del combo: Empaque del combo con hamburguesa, papas y bebida en materiales biodegradables.	2 minutos por combo	Empaques biodegradables, bandejas, servilletas	Administrador - Cocinera
Entrega al cliente: Entrega directa al cliente o empaque para servicio a domicilio con atención rápida y cordial.	1 minuto por entrega	Mostrador, bolsa y empaques para llevar	Administrador - Cocinera
Limpieza y disposición final: Limpieza del área de trabajo, desinfección de superficies y disposición adecuada de residuos.	30 minutos diarios	Guantes, productos de limpieza, canecas diferenciadas	Administrador - Cocinera

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

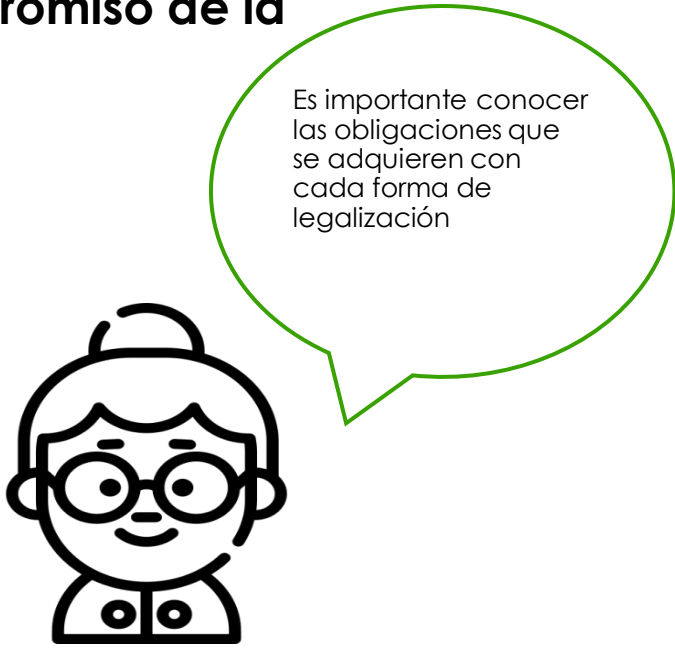
Pizza - (Lasaña de media libra o de libra mixta)			
Actividad a realizar	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción y almacenamiento de insumos: Recepción de harina, salsa, queso, carnes, vegetales y otros ingredientes. Verificación de calidad y almacenamiento en refrigeración.	30 minutos diarios	Nevera, estantería metálica, cajas plásticas	Administrador - Cocinera
Preparación previa de ingredientes: Corte, rallado y porcionado de ingredientes como piña, jamón, carne desmechada, pimentón, cebolla y jalapeños.	1 hora diaria	Cuchillos, tabla de picado, recipientes plásticos, refrigerador	Administrador - Cocinera
Preparación de la masa y armado de la base: Amasado y formación del disco de pizza en porciones individuales o familiares. Se deja reposar y se alista para armado.	10 minutos por unidad	Mesón, rodillo, báscula, recipientes	Administrador - Cocinera
Aplicación de salsas e ingredientes según el sabor: Se aplican la salsa base, el queso y los ingredientes correspondientes a cada sabor (hawaiana, ropa vieja, mexicana).	5 minutos por unidad	Espátulas, dispensadores de salsa, bandejas	Administrador - Cocinera
Horneado de la pizza: La pizza se hornea en horno especializado hasta lograr masa crujiente y queso fundido. Se monitorea temperatura y tiempo.	10–12 minutos por unidad	Horno para pizzas (gas o eléctrico)	Administrador - Cocinera
Porcionado y empaque del producto: Se corta en porciones, se empaca en caja térmica y se adicionan servilletas y salsas. Lista para servir o entregar.	3 minutos por unidad	Cortador de pizza, cajas térmicas, servilletas	Administrador - Cocinera
Entrega al cliente: Entrega directa al cliente en punto de venta o embalaje para domicilio, garantizando buena presentación y temperatura.	1 minuto por entrega	Mostrador, bolsa para llevar	Administrador - Cocinera
Limpieza y disposición final: Limpieza del área de trabajo, lavado de utensilios y horno. Disposición adecuada de residuos según tipo.	40 minutos diarios	Guantes, productos de limpieza, canecas diferenciadas	Administrador - Cocinera

7. TRÁMITES LEGALES (PERMISOS Y LICENCIAS)

¿Cuál es el tipo de constitución legal que tendrá el proyecto? **Recuerde que acá se adquiere el compromiso de la forma de legalización que tendrá su proyecto.**

	Marque con X
Persona Natural	
Persona Natural con Establecimiento de Comercio	X
Empresa Jurídica SAS	
Asociación	
Cooperativa	
Otro	

¿Cuál?



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

Norma. Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción del trámite a realizar	Costo (\$)	Tiempo requerido (Días)
--	------------------------------------	------------	-------------------------

Constitución Legal (Para Línea CREAR)	Todo establecimiento de comercio en Colombia debe estar formalmente registrado ante la Cámara de Comercio de su jurisdicción. En este caso, Santa Coloma Comida Express debe tramitar el Registro Mercantil en la Cámara de Comercio de Ibagué, inscribiéndose como persona natural comerciante. Este registro permite legalizar la actividad económica ante las autoridades y debe renovarse anualmente dentro de los tres primeros meses del año para evitar sanciones.	\$ 85.300	3
Visita de bomberos	Entidad encargado de emitir cetificado de la propiedad que no esta en riesgos de incendios y desastres naturales.	\$ 0	15
Concepto sanitario	Para operar un establecimiento de alimentos, es obligatorio obtener el concepto sanitario favorable emitido por la Secretaría de Salud Municipal. Este documento se otorga luego de una visita técnica en la que se verifica que el establecimiento cumpla con normas de higiene, manejo de alimentos, disposición de residuos, control de plagas, condiciones estructurales, entre otros aspectos. Sin este requisito, la actividad no puede ejercerse legalmente.	\$ 0	5
Uso de suelos	Certificación de uso del suelo expedida por la Secretaría de Planeación de Ibagué, que indique si la actividad de comidas rápidas puede desarrollarse en la zona donde está ubicado el establecimiento. Este trámite es especialmente relevante en el caso de Santa Coloma Comida Express, ya que opera en una zona rural (Cañón del Combeima).	\$ 0	30
Registro Único Tributario (RUT)	Es el documento que identifica a los contribuyentes ante la DIAN. En este se establece la actividad económica mediante el código CIU correspondiente, definido en la Certificadod e Cámara de comercio y el régimen tributario aplicable. En el caso de Santa Coloma Comida Express, al estar registrado como persona natural y cumplir con los requisitos del régimen simple o no responsable de IVA, no está obligado a recaudar este impuesto ni a cumplir con ciertas cargas tributarias asociadas al régimen común.	\$ 0	3
Curso de manipulación de alimentos	Todas las personas que intervienen en la preparación, manipulación o empaque de alimentos deben contar con un certificado vigente del curso de manipulación de alimentos. Este curso puede ser realizado con entidades autorizadas por la Secretaría de Salud y garantiza que el personal conoce las buenas prácticas de higiene y sanidad requeridas en este tipo de negocio.	\$ 200.000	30
TOTAL		\$ 285.300	

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
Estrategia de marketing digital en redes sociales (Facebook, Instagram, Whatsapp, Google ads)	\$ 150.000
Material POP: se implementara pendon y un pasacalle.	\$ 230.000
Adesivos para las mesas y sillas.	\$ 200.000
TOTAL	\$ 580.000

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 planea realizar la entrega de muestra de productos en alguna meses del año.	\$ 120.000
Otra			
Ninguna			
Total			\$ 120.000

Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en \$)
Punto de venta	X	Se comercializara y distribuira el protucto directamente en el punto de venta.	
A domicilio	X	Se realizará un porcentajes de entregas a domicilio en la zona del cañon del combeima.	\$ 600.000
Con distribuidores			
Otro			
Total			\$ 600.000

9. PROYECCIÓN DE VENTAS (Cuánto espero vender?)

En este espacio usted realizará la proyección de sus ventas a tres 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
5,0%	5,0%

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

Producto	Año 1	Año 2	Año 3
Perro America - Santa Coloma en combo con papas	\$ 19.500	\$ 20.475	\$ 21.499
Hamburguesas - Santa Coloma combo con papas	\$ 24.000	\$ 25.200	\$ 26.460
Pizza - (Lasaña de media libra o de libra mixta)	\$ 10.000	\$ 10.500	\$ 11.025



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

PRODUCTO 1	Perro America - Santa Coloma en combo con papas
------------	---

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 2	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 3	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 4	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 5	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 6	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 7	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 8	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 9	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 10	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 11	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
Mes 12	240	\$ 4.680.000	252	\$ 5.159.700	277	\$ 5.955.154
TOTAL	2880	\$ 56.160.000	3024	\$ 61.916.400	3324	\$ 71.461.845

PRODUCTO 2	Hamburguesas - Santa Coloma combo con papas
------------	---

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 2	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 3	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 4	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 5	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 6	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 7	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 8	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 9	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 10	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 11	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
Mes 12	160	\$ 3.840.000	168	\$ 4.233.600	177	\$ 4.683.420
TOTAL	1920	\$ 46.080.000	2016	\$ 50.803.200	2124	\$ 56.201.040

PRODUCTO 3	Pizza - (Lasaña de media libra o de libra mixta)
------------	--

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos
Mes 1	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 2	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 3	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 4	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 5	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 6	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 7	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 8	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 9	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 10	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 11	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
Mes 12	120	\$ 1.200.000	126	\$ 1.323.000	132	\$ 1.455.300
TOTAL	1440	\$ 14.400.000	1512	\$ 15.876.000	1584	\$ 17.463.600

10. COSTOS Y GASTOS

Primero, debe definir los costos fijos asociados a su proyecto. Es decir, aquellas actividades que se asocian directamente a la producción o prestación del 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 (\$)
Arriendo	\$ 700.000	12	\$ 8.400.000
Energia	\$ 10.000	12	\$ 120.000
Agua Acueducto comunitario	\$ 2.000	12	\$ 24.000
Gas	\$ 75.000	12	\$ 900.000
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
			\$ 0
TOTAL	\$ 787.000		\$ 9.444.000

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, son los asociados a la materia prima para elaborar nuestro producto o para prestar nuestro servicio



COSTOS VARIABLES PRODUCTO 1 Hamburguesas - Santa Coloma en combo con papas				
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Pan para perro	Unidad	\$ 500	1	\$ 500
Salchicha	Unidad	\$ 1.500	1	\$ 1.500
Papas rípío y Salsas (mayonesa, ketchup), topins (Cebolla, tomate, queso, entre otros)	Unidad	\$ 1.900	1	\$ 1.900
Papas fritas	Unidad	\$ 2.500	1	\$ 2.500
Empaque y servilleta	Unidad	\$ 500	1	\$ 500
TOTAL				\$ 6.900

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2 Hamburguesas - Santa Coloma combo con papas				
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario (\$)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total (\$)
Pan de hamburguesa	Unidad	\$ 600	1	\$ 600

Carne para hamburguesa	Unidad	\$ 2.500	1	\$ 2.500
Queso tajado	Unidad	\$ 1.000	1	\$ 1.000
Vegetales (lechuga, tomate) y Salsas (mayonesa, ketchup, mostaza)	Unidad	\$ 1.100	1	\$ 1.100
Papas fritas, Empaque y servilleta	Unidad	\$ 3.000	1	\$ 3.000
TOTAL				\$ 8.200

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3			Pizza - (Lasaña de media libra o de libra mixta)	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad	Valor Total
Masa de pizza	Unidad	\$ 1.800	1	\$ 1.800
Salsa base	Unidad	\$ 600	1	\$ 600
Queso mozzarella	Unidad	\$ 1.800	1	\$ 1.800
Jamón/carne/pimentón/piña	Unidad	\$ 3.000	1	\$ 3.000
Caja de cartón y Servilleta	Unidad	\$ 1.300	1	\$ 1.300
TOTAL				\$ 8.500

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	Perica - Santa Coloma en combo	cguesas - Santa Coloma combo co	(Lasaña de media libra o de libra
Precio de Venta	\$ 19.500	\$ 24.000	\$ 10.000
Costo Variable	\$ 6.900	\$ 8.200	\$ 8.500
Margen de contribución	\$ 12.600	\$ 15.800	\$ 1.500
% Participación	48%	40%	12%
Margen de contribución ponderado	\$ 6.067	\$ 6.242	\$ 185
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	62,99110672		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades)	30	25	8

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS					
-----------------------------------	--	--	--	--	--

Descripción	Valor mensual (\$)	Cantidad o Meses requeridos en el Año 1	Año 1	Año 2	Año 3
Publicidad	Anual	Anual	\$ 1.300.000	\$ 1.365.000	\$ 1.433.250
Auxiliar de Cocinera (Jornal)	\$ 800.000	12	\$ 9.600.000	\$ 10.080.000	\$ 10.584.000
Gerente	\$ 2.192.900	12	\$ 26.314.800	\$ 27.630.540	\$ 29.012.067
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
			\$ 0	\$ 0	\$ 0
TOTAL			\$ 37.214.800	\$ 39.075.540	\$ 41.029.317

11. EQUIPO DE TRABAJO

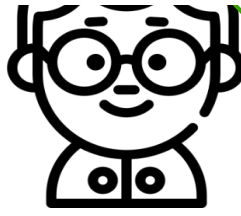
Diligencie cada uno de los cargos que harán parte del equipo de trabajo, sea cuidadosa(o) con el diligenciamiento dado que así deberá ejecutarse en la implementación del proyecto.
 Describa detalladamente las principales funciones o actividades a realizar.

Factor prestacional	
Salud	8,50%
Pensión	12,00%
ARL	2,44%
Cesantías	8,33%
Interes de cesantías	1,00%
Prima Legal	8,33%
Vacaciones	4,16%



Dependiendo el tipo de contratación del empleado seleccione **Si ó No** en el factor prestacional

Parafiscales	9,00%
TOTAL	54%



*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 contratación	Principales Funciones o Actividades a realizar	Asignación Mensual (\$)	Factor prestacional	Total Asignación Mensual	Meses requeridos en Año 1
Gerente	Contrato Laboral a término fijo	Es responsable de planificar, coordinar, ejecutar y supervisar todas las actividades del proyecto, asegurando el cumplimiento de los objetivos, tiempos, presupuesto y calidad. Gestiona los recursos humanos, técnicos y financieros, realiza seguimiento a los indicadores clave, lidera la comunicación con los actores involucrados y garantiza la viabilidad operativa y financiera.	\$ 1.423.500	SI	\$ 2.188.774	12
Auxiliar de cocina	Jornal	poya en la preparación, alistamiento y armado de los productos del menú, siguiendo los estándares de calidad e higiene. Opera equipos básicos de cocina, mantiene en orden y limpieza su estación de trabajo, controla insumos y colabora en tareas operativas según las instrucciones del cocinero o administrador.	\$ 550.000	SI	\$ 845.680	12
					\$ 0	
					\$ 0	
					\$ 0	
TOTAL					\$ 3.034.454	

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

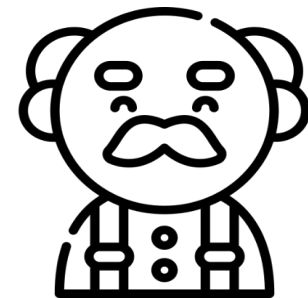
Defina cuanto es el valor del proyecto, indicando que actividades serán solicitadas para financiar con otros recursos y cuales serán recursos del Emprendedor.

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

Marque con una X, si el valor de cada elemento es aporte del emprendedor o financiamiento con otros recursos

[illegible]

			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
TOTAL INVERSIONES FIJAS			\$ 19.600.000		

En este punto puede describir

Adecuaciones

Permisos y Licencias

Materia prima

Mano de obra

Otros Costos (Ej: Transporte, Empaques, Etiquetas...)

Gastos de administración y ventas (Arriendo, Publicidad, Recurso humano administrativo) entre otros

GASTOS PREOPERATIVOS (INVERSIÓN DIFERIDA)				Marque con X	
Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor	Aporte OFF	Aporte Emprendedor (es)
Estrategia de Comunicación	\$ 1.300.000	1	\$ 1.300.000		X
Administrador	\$ 2.188.774	4	\$ 8.755.094		X
Auxiliar de cocina	\$ 845.680	4	\$ 3.382.720		X
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
			\$ 0		
TOTAL INVERSIONES DIFERIDAS			\$ 13.437.814		

13. VALOR DEL PROYECTO

TOTAL PROYECTO	\$ 33.037.814
TOTAL APORTE AL EMPRENDEDOR (Recursos Propios)	\$ 33.037.814
TOTAL SOLICITADO A OTRAS FUENTES DE FINANCIACIÓN	\$ 0

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

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

Legal	Se inició el proceso de registro ante la Cámara de Comercio como persona natural y se cuenta con el RUT actualizado, registrado con la actividad económica correspondiente al comercio al por menor de comidas preparadas. Este avance permite avanzar en la formalización del negocio y su operación legal.
Comercial	Se han realizado ventas preliminares de perros calientes en el punto, como parte de una validación comercial bajo la metodología "Arranca en rojo". Además, se han iniciado adecuaciones visuales y de posicionamiento del punto de venta, como la elaboración de un pasacalle, un pendón promocional y adhesivos con la marca y productos, que serán ubicados en las cuatro mesas dispuestas para atención. También se cuenta con la máquina para cocción de salchichas y el mesón ya acondicionado para la operación.
Técnico	El local cuenta con adecuaciones en los sistemas eléctricos, de gas y agua, así como el arreglo estructural del techo y la instalación del mesón de trabajo. Se proyecta finalizar la adecuación total del espacio entre julio y agosto, con el objetivo de iniciar operaciones con todos los productos contemplados en el plan de negocios (hamburguesas, perros, papas, pizzas y bebidas).
Ambiental	Se ha previsto el uso de empaques biodegradables para la entrega de los productos, como parte del compromiso con prácticas sostenibles. Asimismo, se contempla la separación de residuos y el uso eficiente del agua y la energía durante la operación, en concordancia con las condiciones ambientales del Cañón del Combeima.
Ventas	Se han generado ventas iniciales en la categoría de perros calientes, lo cual ha permitido validar la aceptación del producto y ajustar procesos de atención. Estas ventas se han apoyado en recursos propios y han servido como base para proyectar el crecimiento del negocio hacia el portafolio completo.



15. PLAN OPERATIVO

Por favor diligenciar el monto en pesos (\$) en el mes en el que se ejecutarán **los recursos** 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 (\$)
Adecuaciones	\$ 3.000.000								
Arriendos	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000	\$ 700.000					
Estufa	\$ 2.800.000								
Televisor	\$ 800.000								
Menaje (Platos, vasos, Licuadores, Asadora de salchichas,	\$ 5.000.000								
Maquina para hacer crispetas	\$ 3.000.000								
	\$ 2.200.000								
Administrador	\$ 2.188.774	\$ 2.188.774	\$ 2.188.774	\$ 2.188.774					
Auxiliar de cocina	\$ 845.680	\$ 845.680	\$ 845.680	\$ 845.680					
Estrategia de Comunicación	\$ 1.300.000								
TOTAL	\$ 21.834.454	\$ 3.734.454	\$ 3.734.454	\$ 3.734.454	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0	\$ 0

TOTAL PLAN OPERATIVO	\$ 33.037.814	CORRESPONDE A VALOR DEL PROYECTO
----------------------	---------------	----------------------------------

16. IMPACTO

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

Económico	El proyecto contribuye al crecimiento económico de la región mediante la generación de ingresos locales, la dinamización del comercio en el Cañón del Combeima y la creación de oportunidades laborales directas e indirectas. Además, se prioriza la compra de insumos a proveedores de la zona, promoviendo el fortalecimiento de la economía rural y el encadenamiento productivo.
Ambiental	Santa Coloma Comida Express incorpora prácticas sostenibles en su operación, como el uso de empaques biodegradables, la correcta separación de residuos sólidos y el aprovechamiento responsable del agua y la energía. Estas acciones contribuyen al cuidado del entorno natural del Cañón del Combeima, una zona de alto valor ecológico y turístico.
Social	El proyecto genera impacto social al promover empleo inclusivo y local, brindando oportunidades a jóvenes y mujeres de la zona rural. También fortalece el sentido de identidad comunitaria mediante un servicio cercano y accesible para residentes, caminantes, trabajadores y turistas, fomentando la apropiación del territorio a través de la gastronomía.
Tecnológico	Se hace uso de equipos modernos como máquinas para cocción eficiente, hornos eléctricos y freidoras, así como herramientas tecnológicas básicas para el registro de ventas, pedidos y control de inventario. Además, se contempla en el mediano plazo el uso de redes sociales y plataformas digitales para fortalecer el alcance comercial y la atención al cliente.

17. INDICADORES

En este punto quedan descritos los indicadores de acuerdo con la información previamente diligenciada para hacerle seguimiento una vez sea creada la unidad productiva

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	2	Indicador descrito en el punto 11. Equipo de Trabajo frente a los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Eventos de mercadeo	5	Indicador descrito en el punto 8. Canales frente a los eventos a realizarse para visibilizar el proyecto.
Contrapartidas	0	Eventos de transferencia de conocimiento los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Presupuesto	\$ 0	Ejecución de los recursos propuestos como cono inversión de la unidad productiva
Producción a generar Año 1	6240	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	\$ 116.640.000	Ventas a generar en el Año 1

18. MAPA DE ACTORES

Indique actores de otras instituciones 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?
camara de comercio de Ibagué	publico	Ibagué, Tolima	certiifcaion de establecimiento
alcaldia municipal	publico	Ibagué, Tolima	uso de suelos
Sena - Fondo Emprender	publico	Ibagué, Tolima	certificado de sanidad y bienestar animal
Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
Secretaría de salud municipal	publico	Ibagué, Tolima	Cumplimiento concepto sanitario
Acodrés -Asociación Colombiana de la Industria Gastronómica	publico	Ibagué, Tolima	Acompañamiento a emprendimientos del sectos

19. ASOCIATIVIDAD

Diligenciar este elemento y la Hoja Grupo Asociativo únicamente si el proyecto a presentar es un modelo 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?

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