Coordinación Nacional de Emprendimiento, Dirección de Empleo y Trabajo **(2026)**

ID del proyecto	117957
Convocatoria a la que postula la iniciativa	154 - 1C / Emprendimiento Femenino
Fecha de diligenciamiento	domingo, 29 de marzo de 2026

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
Alexi catherine Buitrago Trujillo	CC	38.140.905

NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
BIOMODA PRENDAS CONSCIENTES	Tolima	Ibagué

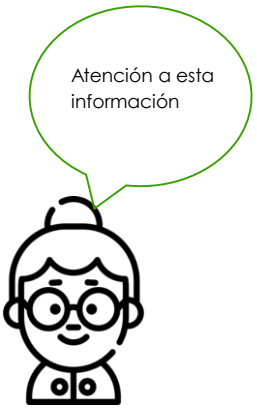
Si elige la categoría **CAMPESINOS** desplegará **únicamente los sectores y** las actividades permitidas para la Economía Campesina de acuerdo a los indicado en los términos de referencia de cada convocatoria
Si elige la categoría **TODOS LOS SECTORES** desplegará **todos los sectores y actividades**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

CATEGORÍA DEL SECTOR ECONÓMICO DE LA INICIATIVA	SECTOR (Previamente seleccione la categoría)	ACTIVIDAD ECONÓMICA (Previamente seleccione el sector)
TODOS_LOS_SECTORES	INDUSTRIAS_MANUFACTURERAS	1410 Confección de prendas de vestir, excepto prendas de piel

Tipo de proyecto	Individual	**Registrar en la hoja "Integrantes iniciativa" el total de integrantes, los cuales se verán reflejados acá una vez se hayan diligenciado**	**1**

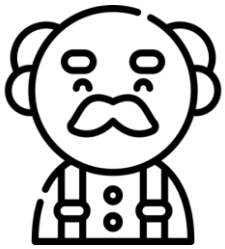
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI

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



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

Usted(es) podrán 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.**

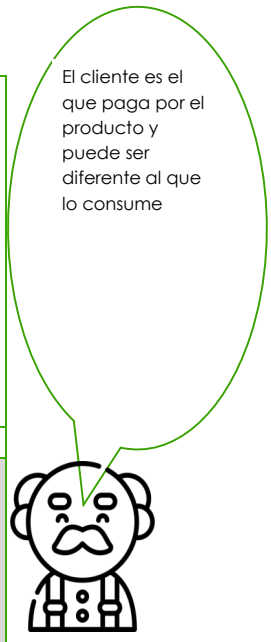
INSTRUCCIONES GENERALES:

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 organizarán su participación en una serie de talleres que les guiarán 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 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 (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato socieconómico, rango de edad y género. Explique su capacidad de compra o nivel de ingresos, es decir, si tiene los ingresos suficientes y la frecuencia para poder pagar por el producto o servicio. Señale si trabaja y en qué, su estado civil, la estructura familar, 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. Indique el tamaño del mercado desde lo general a lo particular con los criterios que se consideraron para su determinación.	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 es su estilo de vida, actividades que realiza, intereses, opiniones, personalidad, ventajas deseadas del producto, usos que da al producto, ocasiones en que lo compra, frecuencia de compra, cantidad de compra, medios de pago (efectivo, transferencia, crédito), valores y creencias. También puede contar qué le gusta comer, si disfruta viajar u otras actividades que hagan parte de su vida. La idea es conocer al cliente como a un familiar cercano, entendiendo sus costumbres, motivaciones y forma de vivir, para saber mejor cómo ofrecerle el producto o servicio.
CLIENTE	
CLIENTE 1: Empresas medianas del sector moda y publicitario que requieren maquila de camisetas en volúmenes medios-altos, buscando calidad, cumplimiento y precios competitivos ."CLIENTE 2 : Jóvenes adultos entre 24 a 45 años, de la ciudad de Ibague y sus alrededores como publico inicial, pero con las ventas por internet proyectamos ventas nacionales. Psicográfia y Valores: nuestros consumidores se caracterizan por su fuerte conciencia ecológica, su interés en seguir tendencias de moda responsables y su preferencia por marcas que sean éticas, transparentes y comprometidas con el comercio justo.Género: las mujeres tienden a mostrar un mayor compromiso con el consumo de productos ecológicos y	CIIENTE 1: Las empresas medianas de moda y publicidad buscan en un servicio de maquila calidad constante y cumplimiento en tiempos, porque sus clientes valoran recibir productos impecables y a tiempo. Les gusta la eficiencia, la claridad en costos y la posibilidad de personalizar sus camisetas para diferenciarse.Les da miedo los retrasos en la entrega, la baja calidad en costuras y estampados, y perder reputación frente a sus clientes. Les hace felices contar con un aliado confiable que entienda sus necesidades, cumpla con los plazos y mantenga precios competitivos sin sacrificar calidad. Sus valores son responsabilidad, innovación, confianza, sostenibilidad y



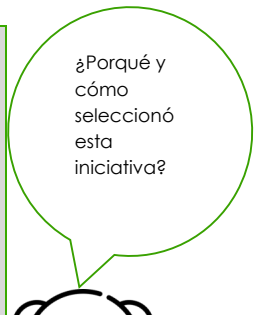
sostenibles (Sectorial, 2022). Durabilidad del producto: Prefieren prendas de alta calidad que garanticen un menor impacto ambiental a largo plazo (Sectorial, 2022). Exclusividad: Buscan productos únicos o de producción limitada que reflejen su identidad personal.Relación calidad-precio: Aunque están dispuestos a pagar más por productos sostenibles, esperan que el precio se justifique con calidad, diseño y compromiso ecológico (Kantar, 2023). Nivel socioeconómico: estratos socioeconómicos 3, 4 y 5. Escolaridad: nivel educativo medio o superior. Según el DANE (2023), el 35,9% de la población colombiana activa tiene educación media, el 12,5% cuenta con formación técnica o tecnológica, y el 12,0% ha completado estudios universitarios. Nacional de Estadística (DANE), en 2024, los ingresos per cápita mensuales para este segmento oscilan entre $853.608 y $4.596.352 (Infobae, 2024).Frecuencia de compra:(cada 4–6 meses), pero paga más por prenda (durabilidad + valor ecológico).Estudios de INEXMODA y DANE muestran que los hogares con jefes de hogar jóvenes, sin hijos, son los que más invierten en tendencias como moda eco. Según el Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), la población estimada de Ibagué en 2024 es de 544,132 habitantes, concentrándose mayoritariamente en áreas urbanas con un 92.9% de los residentes viviendo en la ciudad (Ibagué U. d., 2024) Dentro de esta población, un alto porcentaje corresponde a personas jóvenes y adultas: en 2023, el 80.1% de los habitantes estaba entre los 15 y 39 años (Ibagué Cómo Vamos, 2024). Esto sugiere una fuerte presencia del público objetivo de Bio Moda (de 24 a 45 años). A nivel nacional, Colombia cuenta con una población de aproximadamente 52.8 millones de habitantes en 2024 (DANE, 2024). Además, el 68.2% de la población nacional se encuentra en edad	crecimiento conjunto con proveedores estratégicos. CLIENTE 2: El cliente de Bio Moda es un hombre o mujer entre 24 y 45 años, de estratos 3 a 5, residente en ciudades como Ibagué y con nivel educativo medio o superior. Se caracteriza por ser urbano, informado y conectado digitalmente, con un interés creciente por el consumo consciente y las marcas con propósito. Le gusta vestir ropa cómoda, moderna y versátil, con diseños originales y producida por marcas locales que transmitan autenticidad. Prefiere prendas que combinen estilo con sostenibilidad y que le permitan diferenciarse de la moda masiva. Sus principales temores son invertir en ropa de baja calidad, caer en "moda rápida disfrazada de sostenible" y no obtener valor real por lo que paga. Por eso compara, se informa y busca transparencia en los procesos de producción. Lo hace feliz apoyar a pequeños productores y sentir que su compra tiene un impacto positivo, tanto en el medio ambiente como en la economía local. Se enorgullece de vestir prendas que reflejan sus valores personales. Sus valores principales son la sostenibilidad, la responsabilidad social, la ética, la innovación y el apoyo a la economía local. Está dispuesto a pagar un poco más si el producto ofrece durabilidad, diferenciación y coherencia con estos principios. En sus costumbres de consumo, combina compras en línea con visitas a ferias y tiendas locales. Busca información, compara precios y lee reseñas antes de decidir. Tiene afinidad por opciones saludables en alimentación, actividades culturales, el arte, viajar y disfrutar de la naturaleza. Su estilo de vida es urbano, activo y práctico, con interés en equilibrar comodidad, estilo y conciencia ambiental.
CONSUMIDOR	
CONSUMIDOR 1:Digital: se informa y compra por internet, compara y elige marcas con propósito. Auténtico: busca diferenciarse a través de prendas únicas y con historia. Curioso e innovador: está abierto a nuevas propuestas como el upcycling y la moda circular. Coherente: procura que su estilo de vida (alimentación, actividades, consumo) esté alineado con sus valores de sostenibilidad. Práctico: busca ropa cómoda, versátil y de buena calidad que pueda usar en distintos contextos. Sensible: se identifica con marcas que transmiten cercanía, transparencia y responsabilidad social. 2. Cliente Empresarial (maquila de camisetas en Ibagué) Quién es: Empresas medianas de confección, marcas locales de moda .Pragmático: toma decisiones basadas en costos, tiempos y eficiencia. Orientado a resultados: busca que la maquila le permita cumplir pedidos y crecer en ventas. Exigente: necesita calidad constante y cumplimiento riguroso en cada entrega. Estratégico: valora relaciones a largo plazo con proveedores confiables que le den estabilidad.Competitivo: quiere diferenciar su marca frente al mercado, optimizando su producción. Visionario: busca aliados que lo ayuden a escalar, innovar y responder rápido a las tendencias.Responsable: cuida la reputación de su marca, pues sabe que la calidad de la maquila impacta directamente en su imagen frente a los clientes.	Quién es: Jóvenes y adultos entre 24 y 45 años, hombres y mujeres de estratos 3, 4 y 5, residentes en Ibagué y en principales ciudades de Colombia. Motivación principal: Quiere verse bien, expresar su estilo propio y al mismo tiempo generar un impacto positivo apoyando la moda sostenible. Lo que valora más: Diseño auténtico, comodidad, calidad, exclusividad y que la prenda tenga historia (upcycling, ecológica). Miedos: Que la prenda no sea realmente sostenible (greenwashing), que no dure, que no se ajuste bien a su estilo. Estilo de vida: Consciente, digital, saludable. Le gusta asistir a ferias, comprar online, apoyar lo local. Cuida lo que come (alimentos frescos, orgánicos cuando puede), disfruta actividades al aire libre y valora el bienestar físico y emocional.Consciente: reflexiona sobre el impacto ambiental y social de sus compras. CLIENTE 2: Miedos: incumplimiento en tiempos, baja calidad en costuras o estampados, sobrecostos que afecten su rentabilidad. Motivaciones: producir de manera eficiente, cumplir con la demanda de sus clientes, hacer crecer su marca con aliados confiables. Gustos y preferencias: procesos claros, costos transparentes, calidad constante, personalización de productos. Lo que lo hace feliz: clientes satisfechos, entregas a tiempo, reputación positiva y crecimiento sostenido. Valores: cumplimiento, responsabilidad, innovación, confianza, trabajo en equipo. Qué le gusta comer: comidas rápidas y prácticas en días de trabajo; restaurantes para reuniones de negocio. Actividades que disfruta: asistir a ferias textiles, hacer networking, capacitarse en tendencias de moda y gestión empresarial. Forma de vivir: práctica, orientada a resultados, equilibrando negocio y vida familiar. Costumbres: planificar la producción, revisar tendencias, comparar proveedores y mantener relaciones estratégicas.

2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR

En este espacio identifique el dolor o la necesidad no resuelta del cliente o consumidor que solucionará al usar el producto o servicio. Este elemento busca que 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.

¿Cuál es el problema o necesidad que pretendo solucionar?
En los últimos años, la industria de la moda se ha consolidado como una de las más contaminantes a nivel mundial debido al uso intensivo de recursos naturales, la generación de residuos textiles y el alto consumo energético en sus procesos productivos. El modelo de consumo acelerado o "fast fashion" ha fomentado la producción masiva de prendas de corta vida útil, lo que contribuye al aumento de desechos y a prácticas poco sostenibles. En el contexto local, particularmente en Ibagué, ciudad con tradición en confección, predominan modelos de producción convencionales que no incorporan materiales sostenibles, estrategias de reutilización textil ni energías limpias, lo que limita la transición hacia una moda más responsable.

Esta situación genera una problemática tanto para los emprendedores del sector como para los consumidores. Por un lado, las pequeñas marcas y diseñadores enfrentan dificultades para acceder a servicios de maquila que permitan producir prendas con criterios ambientales, utilizando insumos sostenibles o procesos ecoeficientes. Asimismo, existe una oferta casi inexistente de servicios especializados en rediseño o upcycling de prendas, que permitan transformar ropa usada o excedentes textiles en nuevos productos con valor agregado, reduciendo así la generación de residuos



nuevos productos con valor agregado, reduciendo así la generación de residuos.

Por otro lado, los consumidores muestran un interés creciente por adquirir productos responsables con el medio ambiente; sin embargo, encuentran pocas opciones accesibles, claras y confiables en el mercado local. Muchas prendas ecológicas disponibles son importadas, de alto costo o no garantizan procesos sostenibles verificables. Además, persiste una baja cultura de consumo consciente en moda, debido a la falta de educación y sensibilización sobre el impacto ambiental de la industria textil y



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
Confecciones Tolima S.A.S	Tolima, Ibagué	Maquila de confección de camisetas y uniformes	00 – $25.000 por pr	Mayor capacidad instalada, experiencia de más de 10 años, rapidez en producción de grandes volúmenes.	No ofrece productos ecológicos, poca personalización, no aplica upcycling ni moda circular
EcoLife Colombia	Bogotá, Cundinamarca	Moda ecológica premium con fibras recicladas	0 – $70.000 por ca	Marca con reconocimiento nacional en moda sostenible, clientes fidelizados en nicho verde.	No presta maquila a terceros, precios más altos, no enfocado en Ibagué
Diseños y Bordados Ibagué	Tolima, Ibagué	Maquila y personalización con bordados y estampados	00 – $28.000 por pr	Reconocimiento local en personalización y variedad de acabados.	No maneja insumos sostenibles ni propuesta de moda propia, dependencia de tendencias tradicionales.

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

Nuestras ventajas competitivas son claras frente a la oferta existente en el mercado local. combinamos tres líneas complementarias: servicio de maquila textil, producción de prendas con materiales sostenibles y rediseño de prendas mediante upcycling, lo que permite atender tanto a empresas como a consumidores finales y diversificar las fuentes de ingreso.

Incorporamos prácticas de ecoeficiencia y sostenibilidad que no son comunes en los talleres tradicionales de la región, como la optimización de recursos, la reducción y aprovechamiento de residuos textiles y el uso de energía solar en el proceso de planchado y acabado de prendas. Esto no solo disminuye el impacto ambiental, sino que también puede generar ahorros energéticos y mejorar la percepción de responsabilidad social de la empresa.

Adicionalmente, la iniciativa responde a una tendencia creciente hacia la moda sostenible y al interés de los consumidores por productos con menor impacto ambiental, ofreciendo alternativas accesibles y de producción local, lo que reduce tiempos de entrega y costos logísticos. El enfoque en materiales ecológicos y economía circular permite diferenciarse del modelo de "fast fashion" predominante.

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, mejor que la competenci

El proyecto consiste en: Mi empresa textil sostenible está comprometida con la mitigación del impacto ambiental en la industria de la moda, ayudando a clientes, marcas y consumidores a disminuir la contaminación, el desperdicio textil y el uso de recursos no renovables, mediante servicios de maquila con procesos ecoeficientes apoyados en energía solar, la producción de prendas con materiales sostenibles y soluciones de upcycling que reducen residuos y prolongan la vida útil de las prendas. Nuestra propuesta se diferencia al integrar sostenibilidad e innovación en toda la cadena productiva, ofreciendo una alternativa real frente a la moda tradicional con menor huella ambiental, producción local y procesos responsables."

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.

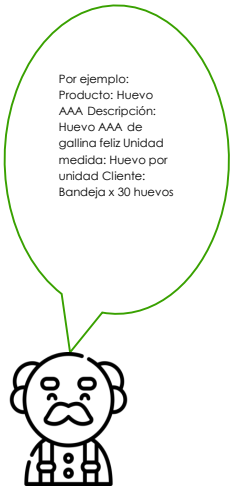
Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

Nuestro:	Empresa textil sostenible comprometida con la mitigacion del impacto ambiental en la industria de la moda
Ayuda:	Ayuda a: clientes, marcas y consumidores conscientes
Que:	Que: buscan disminuir la contaminación, el desperdicio textil y el uso de recursos no renovables en sus procesos y productos, sin afectar la calidad, el diseño ni la competitividad
Mediante:	Mediante: servicios de maquila con procesos ecoeficientes apoyados en energía solar, la producción de prendas con materiales sostenibles y soluciones de upciclyn que reducen residuos prolongan la vida util de las prendas y fomentan la económia circular.



5. PRODUCTOS O SERVICIOS

Relacione y describa 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
Servicio de Maquila Textil	Servicio de confección de prendas de vestir bajo la modalidad de maquila, dirigido a empresas y emprendedores, que integra tanto procesos convencionales como procesos sostenibles, incluyendo el uso de materiales ecológicos y la implementación de energía solar en etapas como el planchado, contribuyendo a la reducción del impacto ambiental en la producción.	Unidad	Por unidad (mínimos según pedido)
Camisetas Ecológicas Bio Moda	Diseño y producción de prendas de vestir sostenibles bajo marca propia, elaboradas con materiales ecológicos y procesos responsables con el medio ambiente, incorporando el uso de energía solar en etapas del proceso productivo."	Unidad	Por unidad (mínimos según pedido)
Prendas Rediseñadas (Upcycling)	Servicio de upcycling enfocado en el rediseño y transformación de prendas usadas o textiles en desuso, extendiendo su ciclo de vida y reduciendo el impacto de transformación de ropa usada en nuevas prendas con diseño único, alargando el ciclo de vida de los textiles y creando un estilo exclusivo.	Unidad	Por unidad (producto único e irrepetible)

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

Servicio de Maquila Textil			
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 insumos del cliente, verificación de cantidad y calidad de telas y accesorios	0.5 – 1 día	Checklist de control, báscula, mesa de revisión	Operario

Confección y ensamblaje de las prendas	2 – 4 días según cantidad	Máquinas de coser industriales, fileteadora, recubridora	Operarias de confección
Acabados: colocación de botones, cierres, terminados y planchado con energía solar	1 – 2 días	Plancha industrial conectada a panel solar, mesa de acabados	Auxiliar de acabados
Control de calidad final: revisión de costuras, tallas y presentación	1 día	Checklist de control, medidores de talla	Supervisor de calidad
Empaque en material biodegradable o retornable	0.5 día	Bolsas biodegradables, cajas recicladas, mesa de empaque	Auxiliar de acabados
Entrega al cliente (logística de despacho o recogida)	1 día	Vehículo de transporte / mensajería	Auxiliar de acabados

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 1:
Es el cálculo de la cantidad máxima que se puede producir o atender del **producto o servicio 1,** con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula por persona, sino por **todo lo que el negocio puede producir o atender en conjunto.**

Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
30	4	24	2.880

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

Camisetas Ecológicas Bio Moda			
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)
Selección y compra de materia prima ecológica (algodón orgánico, fibras recicladas, tintes naturales)	2 – 3 días	Proveedores certificados, báscula de control	Gerente
Diseño de camisetas (modelos, tallas, estilos)	2 – 3 días	Software de diseño textil, mesa de diseño	Diseñador textil
Corte de la tela	1 – 2 días Me	Mesa de corte, cortadora eléctrica	Operario de corte

Confección de camisetas	3 – 4 días según lote	Máquinas de coser industriales, fileteadora, recubridora	Operarias de confección
Acabados y planchado con energía solar	1 – 2 días	Plancha industrial conectada a panel solar, mesa de acabados	Auxiliar de acabados
Control de calidad final (revisión de costuras, tallas, etiquetas ecológicas)	1 día	Checklist de control, medidores de talla	Supervisor de calidad
Empaque en bolsas biodegradables o cajas recicladas	0.5 día	Empaques ecológicos	Auxiliar de acabados
Estrategia de venta (catálogo digital, redes sociales, página web, contacto con tiendas locales)	Permanente	Computador, cámara, internet	Área de marketing / Community manager
Atención al cliente y toma de pedidos	Permanente	Teléfono, correo electrónico, redes sociales	Gerente
Entrega al cliente (venta directa o envío)	1 – 2 días	Vehículo de transporte o mensajería	Gerente

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 2:

Es el cálculo de la cantidad máxima que usted puede producir o atender del **producto o servicio 2** con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula por persona, sino por **todo lo que el negocio puede producir o atender en conjunto.**

Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
3	2	24	144

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

Prendas Rediseñadas (Upcycling)			
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)
Recolección de prendas de clientes que entregan ropa para rediseño)	Permanente	Contenedor de almacenamiento	Diseñado textil
Clasificación de prendas según estado, tipo de tela y posibilidades de rediseño	1 – 2 días	Mesas de trabajo, checklist de clasificación	Diseñador textil + Operario
Diseño de nuevas propuestas a partir de las prendas (bocetos y creatividad)	2 – 3 días	Software de diseño, mesa de patronaje	Diseñador textil + Operario
Corte, costura y transformación de la prenda	1 dia	Máquinas de coser industriales, fileteadora, herramientas manuales	Operarias de confección
Acabados, planchado y detalles personalizados (bordados, estampados ecológicos)	1 – 2 días	Plancha industrial con panel solar, bordadora, mesa de acabados	Auxiliar de acabados

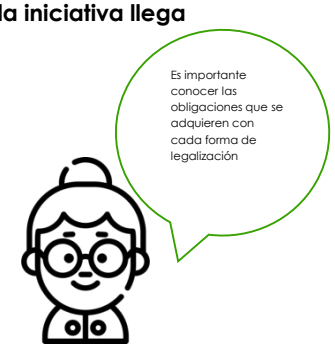
Control de calidad y revisión final de terminados	0.5 dia	Herramientas de medición, checklist de calidad	Supervisor de calidad
Empaque ecológico (bolsas biodegradables, etiquetas recicladas)	0.5 dia	Empaques sostenibles	Auxiliar de acabados
Estrategia de comercialización (catálogo digital, venta en redes sociales, ferias locales de moda sostenible)	Permanente	Computador, cámara, redes sociales	Marketing / Community manager
Entrega al cliente (venta directa o a domicilio)	1 – 2 días	Servicio de mensajería o vehículo	Auxiliar de acabados

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 3:
Es el cálculo de la cantidad máxima que usted puede producir o atender del **producto o servicio 3** con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula por persona, sino por **todo lo que el negocio puede producir o atender en conjunto.**

Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
1	2	24	48

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**



Solo debe marcar una opción	Marque con X
Persona Natural	
Persona Natural con Establecimiento de Comercio	
Asociación	
Asociación Campesina	
Cooperativa	
Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S (solo 1 socio)	x
Otro	

¿Cuál?

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

Norma, Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción detallada del trámite a realizar	Costo ($)	Tiempo requerido (Días)
Constitución Legal (Para Línea CREAR) **RECUERDE QUE ESTE VALOR ES UN RUBRO NO FINANCIABLE Y DEBE SER ASUMIDO POR EL EMPRENDEDOR O GRUPO ASOCIATIVO.**	Inscripción de la empresa en la Cámara de Comercio para obtener personería jurídica y matrícula mercantil.	$ 400.000	0.5 dias

NIT (Número de Identificación Tributaria)	Registro en la DIAN para identificación fiscal y obligaciones tributarias.	$ 0	0.5 dias
Registro de Marca y Propiedad Industrial (opcional)	Registro de la marca "Bio Moda" y diseños exclusivos para proteger propiedad intelectual.	$ 1.200.000	6 a 8 meses
Uso de Suelo	Permiso municipal que valida que la actividad textil y comercial se realice en un lugar autorizado.	$ 0	15 a 30 dias
Normas Ambientales (Upcycling y sostenibilidad)	Trámite ambiental: manejo de residuos, ahorro de agua y energía.	$ 0	30 a 45 dias
Afiliación al Sistema de Seguridad Social	Registro de empresa y empleados en EPS, ARL, AFP y Caja de Compensación.	$ 0	3 a 10 dias hábiles
TOTAL		$ 1.600.000	

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) **(Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)**	**Cuánto vale para el primer año (Valor en $)** (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es $0, **colocar $0**
Desarrollo y administración de página web, con catalogo de productos y blog de moda sostenible	$ 2.400.000
Redes sociales (Facebook, Instagram, TikTok) con pauta publicitaria mensual para aumentar visibilidad.	$ 1.200.000

Souvenirs para clientes	$ 1.500.000
TOTAL	**$ 5.100.000**

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

Estrategia de promoción	Marque X	Describa la actividad a realizar **(Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)**	**Cuánto vale para el primer año (Valor en $)** (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es $0, **colocar $0**
Entrega puerta a puerta	x	Alianzas con operadores logisticos, garantizando la eficiencia en la distribución (promociones y fidelización)	$ 1.200.000
Muestra del producto	x	universidades, acompañada de interacción directa con los clientes, socialización del proceso sostenible de las prendas y generación de	$ 2.000.000
Otra	X	Implementación de estrategia de promoción mediante alianzas con microinfluenciadores locales y del sector de moda sostenible	$ 2.000.000
Ninguna			
Total			**$ 5.200.000**

Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar **(Para que la acción quede contabilizada en el indicador Eventos de mercadeo debe diligenciar la actividad a realizar)**	**Cuánto vale para el primer año (Valor en $)** (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí, si el costo de la acción es $0, **colocar $0**
Punto de venta	x	Elaboracion de un stand comercial	$ 1.500.000
A domicilio	x	Servicio de envío a clientes por medio de empresas de mensajería operadoes logisticos y empresas de mensajeria.	$ 1.500.000
Con distribuidores	x	Entregar camisetas en consignación en tiendas de ropa ecológica y boutiques locales.	$ 1.000.000
Otro			
Total			**$ 4.000.000**

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

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

Justificación de la proyección de ventas	La proyección de ventas se realiza a 5 años, se tiene en cuenta principalmente la validación de mercado que ya se tiene con el proyecto, los clientes actuales y la cantidad de unidades producidas en el mes. Para este ejercicio se plantea una producción en un escenario normal. La proyección de ventas se fundamenta en un modelo de crecimiento gradual y realista, respaldado por una validación comercial previa de 11 meses con ventas promedio de $11.000.000 mensuales. Es fundamental destacar que esta proyección es técnicamente conservadora, ya que los cálculos de capacidad instalada se basaron en la operación de solo 10 de las 20 máquinas industriales disponibles en el taller. Esto otorga una reserva estratégica de capacidad del 50%, permitiendo a la empresa absorber picos de demanda o pedidos imprevistos de grandes aliados como ROOT + CO sin requerir inversiones adicionales en activos fijos. Adicional se fundamenta en un modelo de crecimiento mixto que integra tanto la expansión de la cuota de mercado como el ajuste por variables macroeconómicas de referencia nacional. Se ha aplicado un incremento anual



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

Servicio de Maquila Textil	$ 4.000	$ 4.200	$ 4.410	$ 4.631	$ 4.862
Camisetas Ecológicas Bio Moda	$ 70.000	$ 73.500	$ 77.175	$ 81.034	$ 85.085
Prendas Rediseñadas (Upcycling)	$ 40.000	$ 42.000	$ 44.100	$ 46.305	$ 48.620

Indique las unidades (Cantidades) que tiene planeado vender mes a mes y para los próximos 5 años (Casillas sombreadas en gris)

PRODUCTO O SERVICIO 1	Servicio de Maquila Textil

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	1200	$ 4.800.000	800	$ 3.360.000	920	$ 4.057.200	1058
Mes 2	1200	$ 4.800.000	2300	$ 9.660.000	2645	$ 11.664.450	3041
Mes 3	1600	$ 6.400.000	2415	$ 10.143.000	2777	$ 12.246.570	3194
Mes 4	1600	$ 6.400.000	2415	$ 10.143.000	2777	$ 12.246.570	3194
Mes 5	1600	$ 6.400.000	2415	$ 10.143.000	2777	$ 12.246.570	3194
Mes 6	1600	$ 6.400.000	2530	$ 10.626.000	2910	$ 12.833.100	3347
Mes 7	1700	$ 6.800.000	2645	$ 11.109.000	3042	$ 13.415.220	3260
Mes 8	1700	$ 6.800.000	2760	$ 11.592.000	3174	$ 13.997.340	3300
Mes 9	1800	$ 7.200.000	2760	$ 11.592.000	3174	$ 13.997.340	3300
Mes 10	1800	$ 7.200.000	2760	$ 11.592.000	3174	$ 13.997.340	3350
Mes 11	1800	$ 7.200.000	2760	$ 11.592.000	3174	$ 13.997.340	3340
Mes 12	1800	$ 7.200.000	2760	$ 11.592.000	3174	$ 13.997.340	3350
TOTAL	**19400**	**$ 77.600.000**	**29320**	**$ 123.144.000**	**33718**	**$ 148.696.380**	**36928**

PRODUCTO O SERVICIO 2	Camisetas Ecológicas Bio Moda

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	20	$ 1.400.000	35	$ 2.572.500	40	$ 3.087.000	46
Mes 2	20	$ 1.400.000	35	$ 2.572.500	40	$ 3.087.000	46
Mes 3	20	$ 1.400.000	40	$ 2.940.000	46	$ 3.550.050	52
Mes 4	20	$ 1.400.000	46	$ 3.381.000	52	$ 4.013.100	59
Mes 5	30	$ 2.100.000	46	$ 3.381.000	52	$ 4.013.100	59
Mes 6	34	$ 2.380.000	69	$ 5.071.500	79	$ 6.096.825	81
Mes 7	34	$ 2.380.000	46	$ 3.381.000	52	$ 4.013.100	59
Mes 8	34	$ 2.380.000	46	$ 3.381.000	52	$ 4.013.100	59
Mes 9	36	$ 2.520.000	69	$ 5.071.500	79	$ 6.096.825	90
Mes 10	40	$ 2.800.000	57	$ 4.189.500	65	$ 5.016.375	74

Mes 11	42	$ 2.940.000	57	$ 4.189.500	65	$ 5.016.375	74	
Mes 12	42	$ 2.940.000	57	$ 4.189.500	65	$ 5.016.375	121	
TOTAL	**372**	**$ 26.040.000**	**603**	**$ 44.320.500**	**687**	**$ 53.019.225**	**820**	

PRODUCTO O SERVICIO 3	Prendas Rediseñadas (Upcycling)

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	
Mes 1	10	$ 400.000	15	$ 630.000	17	$ 749.700	20	
Mes 2	10	$ 400.000	15	$ 630.000	17	$ 749.700	20	
Mes 3	13	$ 520.000	17	$ 714.000	20	$ 882.000	23	
Mes 4	13	$ 520.000	17	$ 714.000	20	$ 882.000	23	
Mes 5	18	$ 720.000	23	$ 966.000	26	$ 1.146.600	30	
Mes 6	18	$ 720.000	23	$ 966.000	26	$ 1.146.600	30	
Mes 7	18	$ 720.000	23	$ 966.000	26	$ 1.146.600	30	
Mes 8	18	$ 720.000	23	$ 966.000	26	$ 1.146.600	30	
Mes 9	18	$ 720.000	23	$ 966.000	26	$ 1.146.600	30	
Mes 10	18	$ 720.000	23	$ 966.000	26	$ 1.146.600	30	
Mes 11	18	$ 720.000	23	$ 966.000	26	$ 1.146.600	30	
Mes 12	18	$ 720.000	29	$ 1.218.000	33	$ 1.455.300	38	
TOTAL	**190**	**$ 7.600.000**	**254**	**$ 10.668.000**	**289**	**$ 12.744.900**	**334**	

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 ($)	**Cantidad requerida en el año 1**	Valor Total Año 1 ($)
Arriendo del local (taller + punto de venta)	$ 985.000	12	$ 11.820.000
Servicios públicos (agua, luz, gas)	$ 700.000	12	$ 8.400.000
Mantenimiento de maquinaria	$ 200.000	12	$ 2.400.000
Seguridad (alarma, extintores, botiquín)	$ 100.000	12	$ 1.200.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 1.985.000		**$ 23.820.000**



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				**Servicio de Maquila Textil**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Hilo (costura y acabados)	10000 yardas	$ 100	1	$ 100
Agujas	unidad	$ 80	1	$ 80
Aceite	Galon	$ 50	1	$ 50
Limpia manchas	Mililitros 250	$ 20	1	$ 20
				$ 0
TOTAL				$ 250

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				**Camisetas Ecológicas Bio Moda**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Jersey Stretch crudo organico/HidrotechR	Metro	$ 35.000	1	$ 35.000
Pintura Textil	Mililitros	$ 5.000	1	$ 5.000
Hilo ecologico	10000 yardas	$ 800	1	$ 800
Marquilla y etiqueta ecologico	Unidad	$ 300	1	$ 300
Empaque ecologico	Unidad	$ 2.000	1	$ 2.000
TOTAL				$ 43.100

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				**Prendas Rediseñadas (Upcycling)**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
1Prenda base	Unidad	$ 0	1	$ 0
Accesorios / detalles (parches, botones, c	Unidad	$ 2.000	1	$ 2.000
Insumos de transformación (tintes, pegamentos, entretelas)	Unidad	$ 2.000	1	$ 2.000
Empaque Ecologico	Unidad	$ 2.000	1	$ 2.000
Hilo	Unidad	$ 500	1	$ 500
TOTAL				$ 6.500

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	Servicio de Maquila Textil	Camisetas Ecológicas Bio Mod	rendas Rediseñadas (Upcycling
Precio de Venta	$ 4.000	$ 70.000	$ 40.000

Costo Variable	$ 250	$ 43.100	$ 6.500
Margen de contribución	$ 3.750	$ 26.900	$ 33.500
% Participación	72%	22%	6%
Margen de contribución ponderado	$ 2.689	$ 5.945	$ 2.077
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	185,3295552		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**133**	**41**	**11**

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	$ 14.300.000	$ 15.015.000	$ 15.765.750	$ 16.554.038
Internet y telefonia	$ 150.000	12	$ 1.800.000	$ 1.890.000	$ 1.984.500	$ 2.083.725
Transporte	$ 250.000	12	$ 3.000.000	$ 3.150.000	$ 3.307.500	$ 3.472.875
Papeleria	$ 150.000	12	$ 1.800.000	$ 1.890.000	$ 1.984.500	$ 2.083.725
poliza todo riesgo	$ 1.000.000	1	$ 1.000.000	$ 1.050.000	$ 1.102.500	$ 1.157.625
Dotaciones	$ 500.000	1	$ 500.000	$ 525.000	$ 551.250	$ 578.813
manual del sistema de gestión de seg	$ 1.000.000	1	$ 1.000.000	$ 1.050.000	$ 1.102.500	$ 1.157.625
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL			**$ 23.400.000**	**$ 24.570.000**	**$ 25.798.500**	**$ 27.088.425**

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.
El diligenciamiento exclusivo de este elemento se verá reflejado en el indicador de Empleos a crear con los que se compromete el emprendedor o grupo asociativo.

Dependiendo el t
de vinculación de
cargo seleccione
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 - vendedor	Contrato Laboral a término indefinido	Vinculación mediante contrato laboral a término indefinido, encargado de la planificación estratégica, supervisión de producción y gestión financiera. Dirige la empresa, gestiona clientes y contratos de maquila, coordina la producción y realiza ventas directas y confeccionar. Nota: se relacionan 6 meses en esta tabla los cuales se cubriran con ventas de la empresa. Los meses restantes se solicitaran a fondo	$ 1.900.000	SI	$ 2.921.440	6
Diseñador-Confeccionista	Contrato Laboral a término indefinido	Diseña las prendas ecológicas y rediseñadas (upcycling), realiza moldes, corte y confección de prototipos.Revisa la calidad de las prendas. Nota: se relacionan 6 meses en esta tabla los cuales se cubriran con ventas de la empresa. Los meses restantes se solicitaran a fondo emprender en gastos preoperativos	$ 1.800.000	SI	$ 2.767.680	6
Contador	Prestación de servicios	Elaboración y análisis de estados financieros. Registros y control de transacciones contables. Análisis de costos y rentabilidad. Asesoramiento fiscal y tributaria. Nota: se relacionan 6 meses en esta tabla los cuales se cubriran con ventas de la empresa. Los meses restantes se solicitaran a fondo emprender en gastos preoperativos	$ 700.000	NO	$ 700.000	6
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
TOTAL					**$ 6.389.120**	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	8

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

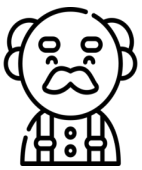
Defina cuanto es el valor del proyecto, indicando que actividades serán solicitadas para financiar con el Recurso de Fondo Emprender.

Rubros Financiables por el Fondo Emprender CREAR
1. Pago de salarios u honorarios. (En la solicitud al Fondo Emprender considere al menos 4 meses por cada empleo)
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. Las adecuaciones técnicas necesarias para el proceso productivo o montaje industrial. Para estos fines se entiende por adecuación técnica toda obra civil que sea indispensable para el desarrollo de la actividad y ejecución de la iniciativa empresarial, rubro que en ningún caso podrá ser utilizado con fines de vivienda del beneficiario.
7. Adquisición de franquicias, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente Acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.

1. INVERSIONES FIJAS

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

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



Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Panel solar: panel de tecnología Monocristalina PERC de Célula Partida (Half-Cut). La función del panel solar aquí es la Autogeneración Directa. La energía captada por el panel alimenta directamente las máquinas de coser o la	$ 6.000.000	1	$ 6.000.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 6.000.000**

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 ANTES DE INICIAR (PREOPERATIVOS)

Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Estrategia de comunicación		$ 14.300.000	1	$ 14.300.000
Adecuaciones técnicas	Adecuaciones técnicas del taller para la instalación del panel solar	$ 1.000.000	1	$ 1.000.000
Pago de salarios u honorarios	Pago de salario gerente y diseñador	$ 5.689.120	4	$ 22.756.480
Pago de salarios u honorarios	Pago de contador	$ 700.000	4	$ 2.800.000
Insumos para el ciclo productivo	Compra de hilos, telas, empaque y etiquetado	$ 22.500.000	1	$ 22.500.000
Insumos para el ciclo productivo	Arriendo	$ 986.000	4	$ 3.944.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	**$ 67.300.480**

13. VALOR DE LA INICIATIVA (Tenga en cuenta los montos autorizados para las postulaciones según los Términos de Referencia de la Convocatoria)

CANTIDAD DE ASOCIADOS O INTEGRANTES	**1**	**Cumple integrantes perm**
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	**$ 73.300.480**	**Cumple recursos para número de integrante registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**3**	**Cumple empleos a gen**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

Se muestran los rangos y montos definidos en el Acuerdo 007 de 2025; sin embargo, los términos de referencia tienen la facultad de definir algunos de ellos. Se debe revisar los términos de referencia de la Convocatoria para conocer los rangos y montos permitidos en las postulaciones

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	Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1	200	299	5-9.	7	400	600	20	7
56	3	300	399	10-14.	8	600	900	21-26.	8
70	5	400	500	15 en adelante	10	900	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	El proyecto se encuentra plenamente formalizado bajo la figura de Persona Natural Comerciante, contando con el registro vigente ante la Cámara de Comercio y su respectiva Matrícula Mercantil. Este estado legal otorga al emprendimiento la identidad comercial necesaria para actuar de manera transparente en el mercado, permitiendo la expedición de facturación legal. Contamos con Rut como persona natural
Comercial	La empresa tiene 11 meses de funcionamiento continuo en el mercado. El proyecto registra un avance comercial sobresaliente, consolidándose como un aliado estratégico de manufactura para grandes referentes del sector textil nacional. Actualmente, la unidad productiva opera bajo un modelo de maquila especializada para la marca ROOT + CO, lo que garantiza un flujo de producción constante y el cumplimiento de rigurosos estándares de calidad técnica y acabados. Este posicionamiento se vio robustecido tras el éxito alcanzado en la confección de la indumentaria deportiva oficial para el programa 'El Desafío' durante la temporada 2025, un hito que certifica la capacidad del taller para gestionar materiales tecnológicos de alto rendimiento y responder con precisión a cronogramas de entrega críticos. Estos logros comerciales no solo validan la experticia en el manejo de prendas de alta complejidad, sino que proyectan al emprendimiento como una solución logística confiable y escalable para el mercado de moda y dotación técnica. Se han alcanzado ventas promedio de $11.0000.000, lo que demuestra tracción comercial y aceptación en el mercado. Se han generado relaciones comerciales con clientes en Ibagué y alrededores, consolidando la confianza de los compradores. Adicional se esta sacando la línea marca propia en ropa deportiva, generando un importante desarrollo para la empresa, esta línea propia se busca consolidar con el desarrollo del proyecto
Técnico	El proyecto cuenta con una capacidad instalada de 20 maquinas entre maquinas planas, fileteadoras, estampación. Más allá de la confección tradicional, el taller ha incursionado con éxito en tendencias de vanguardia como la producción de camisetas ecológicas y el rediseño de prendas bajo la técnica de upcycling, demostrando una madurez técnica capaz de integrar la sostenibilidad con la precisión industrial exigida por el mercado actual. Un avance tecnológico diferenciador es la integración de energía solar fotovoltaica en los procesos de planchado y acabado, lo que permite la descarbonización operativa y una mejora significativa en la eficiencia energética del taller



Ambiental	El proyecto se consolida como un modelo de economía circular y responsabilidad climática en el sector textil. A través de su línea de upcycling, se lidera la transformación técnica de prendas en desuso, extendiendo su ciclo de vida y reduciendo drásticamente la generación de residuos. Esta gestión se complementa con un protocolo de residuo cero, donde los excedentes de corte se reintegran en nuevas cadenas de valor. Como paso evolutivo hacia la descarbonización de la producción, el proyecto integra la implementación de energía solar fotovoltaica, lo que permitirá mitigar la huella de carbono operativa al sustituir fuentes convencionales por energía limpia y renovable. Este avance no solo optimiza la eficiencia del taller y sus 20 máquinas, sino que posiciona a la empresa como una unidad productiva de bajo impacto ambiental, alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las exigencias de un mercado global que demanda procesos de manufactura transparentes y ecológicamente responsables.
Ventas	El proyecto ha alcanzado una facturación mensual promedio de $11.000.000, cifra que ratifica la plena viabilidad comercial de su modelo productivo. Este volumen de ventas sostenido evidencia que la propuesta de valor, la cual integra la maquila de alta calidad con un enfoque de sostenibilidad ambiental y upcycling, ha logrado una aceptación efectiva por parte de clientes corporativos y consumidores finales.

En este espacio puede colocar enlaces de redes sociales, páginas web, información de clientes o demás que considere que evidencien el avance de la iniciativa propuesta

La empresa no maneja redes sociales en el momento. Se plantea una estrategia digital con un rubro importante solicitado a Fondo Emprender para posicionar la línea de camiseta ecologicas Biomoda y prendas rediseñadas Upciycling entendiendo que su mercado se debe principalmente a la presencia en la web. Para el servicio de maquila ya se cuenta con clientes fijos como son: Root + co : Nombre de contacto: Esteban Torres . Telefono de contacto: 3153648595 Aerosport : Nombre de contacto: Claudia Gomez: Numero de contacto: 3132615289 . Everlansting : Norberto Martinez 3116982388. Con ellos tenemos una excelente relación laboral y comercial.
Respecto al capital humano, el proyecto se compromete con la creación de 3 empleos directos (Gerente-vendedor, Diseñador-Confeccionista y Contador), garantizando que los recursos solicitados al capital semilla sean suficientes para cubrir su vinculación formal y prestacional durante los primeros 4 meses de ejecución establecidos por la normativa. El personal operativo adicional necesario para maximizar el uso de las máquinas con las que se cuentan y cumplir con las metas de producción de los años finales se generará y pagará íntegramente con recursos propios derivados de la utilidad de la operación. Esta estrategia asegura la suficiencia financiera del proyecto, evita sobrecargar el presupuesto solicitado al Fondo y demuestra una estructura administrativa eficiente y sostenible

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.

Rubro Financiable	Mes 1 ($)	Mes 2 ($)	Mes 3 ($)	Mes 4 ($)	Mes 5 ($)	Mes 6 ($)	Mes 7 ($)	Mes 8 ($)	Mes 9 ($)
Panel solar		$ 6.000.000							
adecuaciónes técnicas		$ 1.000.000							
Salario gerente y diseñador		$ 5.689.120	$ 5.689.120	$ 5.689.120	$ 5.689.120				
Honorarios contador		$ 700.000	$ 700.000	$ 700.000	$ 700.000				
Insumos para ciclo productivo		$ 11.250.000	$ 11.250.000						
Arriendo		$ 986.000	$ 986.000	$ 986.000	$ 986.000				
Estrategia de comunicación		$ 7.150.000	$ 7.150.000						
TOTAL	**$ 0**	**$ 32.775.120**	**$ 25.775.120**	**$ 7.375.120**	**$ 7.375.120**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 73.300.480**	**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	Bio Moda impulsa el desarrollo económico local mediante la generación de empleo formal, con un equipo de trabajo conformado por diseñadores, confeccionistas y operarios de la región. Además, gracias a su servicio de maquila textil, contribuye al crecimiento de otros empresarios, ya que les permite entregar sus productos con calidad y a tiempo, fortaleciendo así la cadena de valor del sector y generando mayor competitividad. Al mismo tiempo, al promover el consumo de moda sostenible, fomenta una nueva dinámica de mercado que diversifica la oferta del sector textil en la zona y dinamiza la economía local con ventas mensuales que ya alcanzan los $11 millones.
Ambiental	El modelo productivo de Bio Moda se basa en la economía circular. Se desarrollan productos a partir del upcycling de prendas usadas y se utilizan materiales ecológicos en nuevas confecciones, reduciendo significativamente los residuos textiles y el uso de recursos vírgenes. Para el proceso de planchado se emplea energía solar a través de un panel fotovoltaico, lo que disminuye el consumo eléctrico convencional. Asimismo, se prioriza la reutilización de materiales en los procesos de producción y empaque, generando un impacto positivo en la reducción de desechos.
Social	La empresa genera oportunidades de trabajo y formación en confección para mujeres y jóvenes de la región, fortaleciendo la inclusión social y el tejido comunitario. Asimismo, se promueve la cultura del consumo responsable en los clientes, sensibilizando a la comunidad sobre la importancia de elegir productos sostenibles que apoyen a los productores locales
Tecnológico	Bio Moda integra tecnologías de diseño y confección para optimizar procesos y reducir desperdicios en la producción. También se apoya en herramientas digitales para la promoción y comercialización de sus productos, lo que permite ampliar el alcance de mercado y dar visibilidad a la moda sostenible en plataformas online. Además, la incorporación de energías limpias y prácticas ecoeficientes en el proceso productivo fortalece la innovación tecnológica con enfoque ambiental.

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	3	El valor de este indicador se define de acuerdo con la información descrita en el punto 11. Equipo de Trabajo donde se registran los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Eventos de mercadeo	9	Debe darse cumplimiento al indicador descrito en el punto 8. Canales frente a los eventos a realizarse para visibilizar el proyecto.
Contrapartidas	5	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de conocimiento los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Presupuesto	$ 73.300.480	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	19962	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	$ 111.240.000	Ventas a generar en el Año 1

18. MAPA DE ACTORES

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

Nombre	Actor (Internacional, Nacional, Público, Privado)	Localización Geográfica	¿Qué necesita o requiere del actor clave?
Cámara de Comercio de Ibagué	Nacional mixto	Ibagué-Tolima	Asesoría en formalización empresarial, capacitaciones, participación en ferias y ruedas de negocio.
Universidad del Tolima	Nacional – Público (Educación)	Ibagué, Tolima	Apoyo en investigación de textiles sostenibles, innovación en procesos y prácticas de moda circular.
Empresas privadas del sector textil (Coltejer, Fabricato, Artesanías de Colombia)	Nacional – Privado	Colombia	Posibles alianzas estratégicas, compra de maquila y co-creación de colecciones sostenibles.
ProColombia	Nacional – Público	Bogotá, con alcance internacional	Apoyo en la internacionalización de productos, participación en ferias internacionales y acceso a mercados verdes.

Bancóldex / Fondo Nacional de Garantías	Nacional – Público – Financiero	Colombia	Acceso a líneas de crédito blandas, garantías para inversión y capital de trabajo.

19. ASOCIATIVIDAD

Diligenciar este elemento y la Hoja Grupo Asociativo para los proyectos que se presentan de manera asociativa

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?

Describa la trayectoria (si la hay) como grupo asociativo dando respuesta principalmente a estos interrogantes:
¿Qué actividad productiva vienen realizando juntos?
¿Tienen un espacio físico compartido para trabajar (predio, local, taller, galpón, parcela)? ¿Cómo se coordinan para producir o prestar el servicio día a día? ¿Alguna institución pública o privada del municipio los conoce y puede referenciarlos?

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

Indicar las principales responsabilidades que tendrá la asociación

AÑO 4
Ingr
$ 4.89
$ 14.0
$ 14.7
$ 14.7
$ 14.7
$ 15.4
$ 15.0
$ 15.2
$ 15.2
$ 15.5
$ 15.4
$ 15.5
$ 170.9

AÑO 4
Ingr
$ 3.72
$ 3.72
$ 4.21
$ 4.78
$ 4.78
$ 6.56
$ 4.78
$ 4.78
$ 7.29
$ 5.99

	$ 5.99
	$ 9.80
	$ 66.4
AÑO 4	
Ingr	
	$ 92
	$ 92
	$ 1.06
	$ 1.06
	$ 1.38
	$ 1.38
	$ 1.38
	$ 1.38
	$ 1.38
	$ 1.38
	$ 1.38
	$ 1.75
	$ 15.4

	$ 1
	$ 2
	$ 3
	$ 4
	$
	$
	$
5	**$ 2**

tipo
el
Si ó

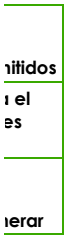
Límites r
financia

lquisición d
e bienes m
hículos aut

Adecuaci
remodela
estructu

ecuacione

as para el r
echos de p
telectual o


itidos
el
es
erar