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

ID del proyecto	118888
Convocatoria a la que postula la iniciativa	155 - 1C / Jóvenes Emprendedores
Fecha de diligenciamiento	miércoles, 25 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
NICOLE DANIELA GUTIERREZ SILVA	CC	1.007.687.999

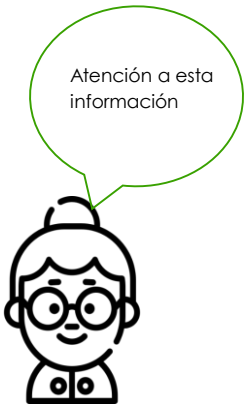
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
ND Beauty Pro	Tolima	Ibagué

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	OTRAS_ACTIVIDADES_DE_SERVICIOS	4791 Comercio al por menor realizado a través de Internet

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**

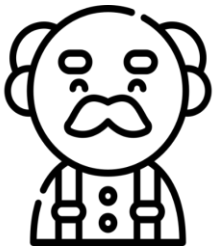
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI



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 UNICAMENTE LAS CELDAS SOMBREADAS EN GRIS.**

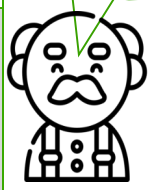
INSTRUCCIONES GENERALES:

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.

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



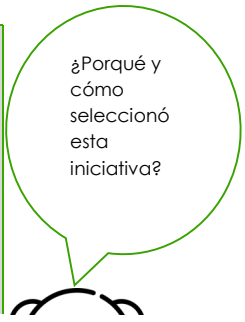
CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR	**CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR**
En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato socieconómico, 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	
Nuestro cliente principal es una persona residente en zonas urbanas, principalmente en Ibagué y municipios del departamento del Tolima, aunque también atendemos clientes de otras regiones de Colombia a través de nuestros canales digitales. El rango de edad está entre los 18 y 45 años, con una mayor concentración en mujeres entre 22 y 40 años, aunque también incluimos hombres jóvenes y adultos (25-45 años) que se interesan cada vez más por el cuidado personal y la dermatología. Pertenecen principalmente a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4, con ingresos mensuales que oscilan entre $1.2 y $4 millones, lo que les permite destinar entre $150.000 y $400.000 mensuales al cuidado de su piel y belleza personal. Estas personas trabajan en diversos sectores:	Nuestro cliente es una persona consciente de su imagen personal y salud, que valora la autenticidad y la transparencia. Le gusta sentirse segura/o con su piel, experimentar nuevas rutinas de cuidado personal y aprender sobre ingredientes y tecnologías cosméticas. Disfruta seguir tendencias de belleza en redes sociales, especialmente el K-Beauty (belleza coreana), y le motiva ver resultados progresivos en su piel. Le encanta recibir asesoría personalizada que le ayude a resolver dudas específicas sobre su tipo de piel. Lo que más le preocupa y le da miedo es comprar productos falsificados o que le causen reacciones alérgicas, invertir dinero en productos que no funcionen, o recibir asesoría poco profesional que dañe su piel. Teme no encontrar productos auténticos

empleadas administrativas, docentes, profesionales independientes, estudiantes universitarias, emprendedoras y amas de casa que buscan mejorar su apariencia y salud dermatológica. Su nivel educativo es principalmente técnico, tecnológico o universitario. Viven en casa propia o arrendada, muchas son cabeza de familia o madres jóvenes que buscan equilibrar su vida personal con el autocuidado. Sus hábitos de consumo muestran que compran productos de skincare cada 2-3 meses, prefieren adquirirlos por canales digitales (Instagram, WhatsApp Business, páginas web) por comodidad y confianza. Al momento de elegir, priorizan: autenticidad del producto, certificaciones de calidad, asesoría personalizada, precios competitivos y resultados visibles. Investigan en redes sociales, leen reseñas de otros usuarios, comparan precios y valoran enormemente la educación sobre cómo usar correctamente los productos.	en su ciudad o pagar precios excesivos por intermediación. Valora profundamente la honestidad, la educación continua, la sostenibilidad (prefiere productos cruelty-free y veganos) y las marcas que demuestran responsabilidad social. Le hace feliz ver mejoras en su piel, recibir cumplidos, sentirse segura/o sin necesidad de maquillaje, y tener una rutina de autocuidado que le brinde momentos de bienestar. Es una persona que disfruta actividades como hacer ejercicio, salir con amigos, trabajar en su desarrollo personal y profesional. Le gusta comer saludable, mantenerse activa/o y buscar equilibrio entre su vida laboral y personal. Algunas viajan ocasionalmente y aprovechan para conocer nuevas marcas de skincare. Prefiere pagos flexibles (efectivo, transferencia, plataformas digitales como Nequi y Daviplata) y le gusta sentir que recibe más de lo que paga: producto + educación + acompañamiento. Es leal a las marcas que le brindan confianza y resultados, y se convierte en promotor natural recomendando a familiares y amigos. Su principal motivación es mejorar su autoestima y salud dermatológica con productos seguros, efectivos y accesibles.
CONSUMIDOR	
Nuestro consumidor final presenta características similares a nuestro cliente, ya que en la mayoría de los casos quien compra es quien usa los productos. Son personas entre 18 y 45 años, predominantemente mujeres pero con una creciente participación masculina (20-35%), residentes principalmente en Ibagué y el Tolima, aunque también atendemos consumidores de otras ciudades de Colombia a través de nuestro modelo de e-commerce. Pertenecen a estratos 2-6, con ingresos que les permiten invertir en su autocuidado de manera regular. Su nivel educativo es variado, desde técnicos hasta profesionales universitarios. Laboran en diferentes sectores: administración, educación, salud, comercio, emprendimiento o son estudiantes. Viven en zonas urbanas con acceso a internet y dispositivos móviles, lo que facilita su interacción con nuestras plataformas digitales. Sus hábitos de consumo son disciplinados: usan productos de skincare diariamente (mañana y noche), siguen rutinas de 3-7 pasos según su nivel de conocimiento, y renuevan sus productos cada 1-3 meses dependiendo del tipo. Son consumidores informados que investigan antes de usar, leen las instrucciones, ven tutoriales y siguen recomendaciones. Prefieren productos con texturas ligeras, de rápida absorción, fragancias suaves o sin fragancia, y empaques prácticos e higiénicos. Valoran la compatibilidad entre productos y buscan marcas que ofrezcan líneas completas que puedan integrar en su rutina diaria.	Nuestro consumidor es una persona exigente que busca resultados visibles en 4-8 semanas de uso constante. Es educado y curioso: aprende sobre ingredientes activos (como ácido hialurónico, niacinamida, centella asiática), entiende la importancia del pH balanceado y valora la tecnología cosmética coreana. Es constante en sus rutinas, disciplinado en la aplicación de productos y paciente para ver resultados. Le motiva mejorar su autoestima, prevenir el envejecimiento prematuro, tratar preocupaciones específicas (acné, manchas, deshidratación) y mantener una piel saludable a largo plazo. Disfruta el proceso de autocuidado como un momento de bienestar personal, no como una obligación. Es consciente del impacto ambiental y prefiere productos cruelty-free, veganos y con empaques sostenibles. Le preocupa usar ingredientes inadecuados para su tipo de piel, experimentar reacciones adversas o invertir en productos que no cumplan lo prometido. Valora la transparencia en la información, las certificaciones reales y el respaldo de marcas responsables. Le hace feliz ver mejoras en la textura, luminosidad y salud de su piel, recibir cumplidos de otras personas y sentirse seguro/a sin necesidad de maquillaje. Es leal a las marcas que le funcionan y se convierte en embajador natural recomendando productos a su círculo cercano. Sus expectativas incluyen: resultados medibles, seguridad en el uso, compatibilidad con otros productos, relación calidad-precio justificada y acompañamiento post-venta que resuelva sus dudas.

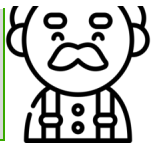
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR

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.

En el Tolima y diversas regiones del país existe un acceso limitado a productos de belleza coreana (K-Beauty) auténticos, certificados y de alta calidad. Las consumidoras y consumidores se enfrentan a una oferta escasa de productos con tecnología cosmética coreana original, lo que los expone a adquirir productos falsificados o de procedencia dudosa a través de intermediarios que elevan significativamente los precios. Además, falta asesoría especializada que guíe a las personas en la selección adecuada de productos según su tipo de piel y necesidades específicas, generando frustración y pérdida de oportunidad para acceder a los beneficios del skincare coreano.
Seleccioné esta iniciativa porque identifiqué una oportunidad real de mercado: personas entre 18 y 45 años, tanto mujeres como hombres, interesadas en el autocuidado y las tendencias de belleza asiática que buscan productos certificados, veganos y cruelty-free, pero no encuentran una fuente confiable en nuestra región. ND Beauty Pro soluciona este problema mediante un modelo de e-commerce que permite distribuir y comercializar productos K-Beauty auténticos no solo en Ibagué y el Tolima, sino en diferentes zonas del país, eliminando intermediarios para ofrecer precios competitivos. Acompañamos cada venta con asesoría personalizada vía WhatsApp Business, tutoriales educativos y seguimiento post-venta, brindando una experiencia integral que va más allá de la simple comercialización, educando al cliente y garantizando su satisfacción con



experiencia integral que va más allá de la simple comercialización, educando al cliente y garantizando su satisfacción con productos 100% auténticos y certificados.



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
Farmatodo / Droguerías de Cadena	Ibagué, Tolima Múltiples puntos físicos App y web para pedidos online	Cosméticos, skincare, cuidado personal, productos de farmacia	$20.000 - $200.000	Marcas posicionadas, alta presencia física y digital, variedad de productos, confianza de marca, múltiples formas de pago	Sin especialización en K-Beauty, productos genéricos sin certificación vegana/cruelty-free, sin asesoría personalizada, sin educación sobre rutinas de skincare coreano
La Esquina de la Belleza	Tolima, Ibagué Ventas al por mayor y detal WhatsApp: 320 312 9130	Productos de belleza general Insumos capilares Distribuidor exclusivo Leche PAL pelo	$30.000 - $250.000	Conocimiento del mercado local, ventas al por mayor y detal, envíos nacionales, distribución exclusiva de algunas marcas	Sin tecnología asiática avanzada, sin certificación ética de productos, sin capacitación técnica, enfoque tradicional sin innovación
Mujer Bella	Tolima, Ibagué Calle 29 # 6-24 Facebook activo	Productos de belleza Asesoría de imagen Cosméticos y cuidado personal	$25.000 - $300.000	Trayectoria en el mercado, ubicación céntrica, ofrece asesoría de imagen, presencia en redes sociales	Precios con intermediarios, sin especialización en K-Beauty, productos no 100% veganos/cruelty-free, sin tecnología profesional avanzada, sin entrega programada en municipios

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

A diferencia de gran parte de la competencia que comercializa productos de contrabando o sin registros, nuestra iniciativa garantiza el 100% de productos con Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) vigente del INVIMA. Esto elimina riesgos de salud para el cliente y asegura la sostenibilidad legal del negocio. Al ser una tienda virtual especializada, rompemos las barreras geográficas. Nuestra estructura logística y de comunicación digital nos permite atender la demanda en toda Colombia con la misma calidez y precisión técnica que una atención presencial, optimizando costos fijos y maximizando el alcance de marca.

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 competencia.

El proyecto consiste en: ND Beauty Pro es una tienda virtual especializada en el cuidado de la piel, ofrecemos diferentes marcas para el cuidado facial, manejando productos en tendencia en redes sociales. Incluimos skincare coreano (K-Beauty) de alta tecnología. Nos distinguimos por ofrecer un catálogo 100% auténtico, proveniente de importadores legales con notificación sanitaria vigente y certificaciones vegan y cruelty-free. Nuestra propuesta va más allá de la venta: democratizamos el acceso a la mejor tecnología cosmética haciendo fuerte enfasis en la cosmética coreana mediante asesoría personalizada, tutoriales y un acompañamiento técnico post-venta vía WhatsApp disponible para cada rincón del país.

Tenemos alcance nacional gracias al alcance que se tiene por ser un comercio electronico.

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.

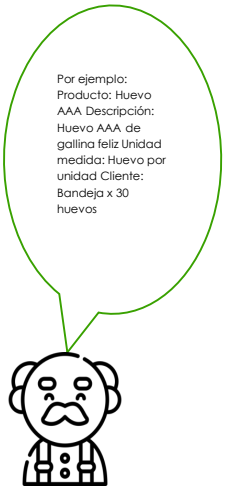
Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

Nuestro:	Comercio especializado en productos de skincare coreano (K-Beauty) certificados
Ayuda:	A mujeres y hombres entre 18-45 años interesadas en autocuidado y tendencias de belleza asiática a acceder a productos auténticos de alta calidad con asesoría experta incluida
Que:	Buscan resultados visibles en su piel, valoran la sostenibilidad (productos veganos y cruelty-free) y desean educación continua sobre nuevas tendencias, pero enfrentan escasa oferta local, precios elevados por intermediación y riesgo de productos falsificados
Mediante:	productos 100% auténticos con certificación, asesoría personalizada vía WhatsApp Business + tutoriales + seguimiento post-venta, pecios competitivos sin intermediarios Modelo e-commerce + educación (Instagram, Facebook, TikTok)



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
Línea de Preparación y Limpieza Profunda	Esta línea se enfoca en el primer y más importante paso de la rutina. incluye limpiadores de base acuosa y oleosa, tónicos y exfoliantes suaves. Formulados con ingredientes como centella asiática o ácido hialurónico para limpiar sin dañar la barrera cutánea	ml	Frascos y tubos de 150ml a 250ml.
Línea de Tratamiento Intensivo (antiedad y imperfecciones) y Nutrición (Sérums y cremas)	Esta línea agrupa los productos de alto valor cosmético que tratan problemas específicos de la piel, permitiendo una mayor rotación de diferentes activos. Concentrados, esencias, ampollas y sérums con tecnología coreana avanzada (niacinamida, péptidos, mucina de caracol). Enfocada en tratar acné, manchas, deshidratación y prevención del envejecimiento	ml	Frascos goteros o dosificadores de 30ml a 50ml
Línea de Protección y Perfeccionamiento (Glass Skin & Shield)	Esta línea capitaliza la alta demanda de protectores solares coreanos, conocidos por su textura ligera, y los productos de acabado que dan el aspecto de "piel de porcelana" Protectores solares de amplio espectro (SPF 50+ PA++++), BB creams y mists hidratantes. Productos que protegen de la radiación UV mientras aportan hidratación y un acabado natural	Unidad (ml/gr)	Tubos o frascos de 50ml a 100ml

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

Línea de Preparación y Limpieza Profunda			
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 y control de inventario	2-3 horas por recepción	Computador, software de inventarios, espacio de almacenamiento	Emprendedora

Almacenamiento adecuado (control de temperatura y humedad)	Permanente	Estanterías, espacio climatizado, control de fechas	Emprendedora
Publicación en canales digitales (Instagram, Facebook, WhatsApp Business)	3-4 horas semanales	Computador/celular, cámaras, herramientas de diseño	Emprendedora
Atención al cliente y asesoría personalizada vía WhatsApp	2-4 horas diarias	WhatsApp Business, celular/computador, catálogo digital	Emprendedora
Gestión de pedidos y facturación	1-2 horas diarias	Software de facturación, computador, impresora	Emprendedora
Empaque y preparación de envíos	30-45 min por pedido	Material de empaque biodegradable, cajas, etiquetas	Emprendedora
Coordinación de envíos con transportadoras	30 min diarios	Computador, plataformas de transportadoras	Emprendedora
Seguimiento post-venta y fidelización	1-2 horas diarias	WhatsApp Business, CRM básico, redes sociales	Emprendedora

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
3	8	26	624

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

Línea de Tratamiento Intensivo (antiedad y imperfecciones) y Nutrición (Sérums y cremas)			
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 y control de inventario	2-3 horas por recepción	Computador, software de inventarios, espacio de almacenamiento	Emprendedora
Almacenamiento adecuado (control de temperatura y humedad)	Permanente	Estanterías, espacio climatizado, control de fechas	Emprendedora
Publicación en canales digitales (Instagram, Facebook, WhatsApp Business)	3-4 horas semanales	Computador/celular, cámaras, herramientas de diseño	Emprendedora

Atención al cliente y asesoría personalizada vía WhatsApp	2-4 horas diarias	WhatsApp Business, celular/computador, catálogo digital	Emprendedora
Gestión de pedidos y facturación	1-2 horas diarias	Software de facturación, computador, impresora	Emprendedora
Empaque y preparación de envíos	30-45 min por pedido	Material de empaque biodegradable, cajas, etiquetas	Emprendedora
Coordinación de envíos con transportadoras	30 min diarios	Computador, plataformas de transportadoras	Emprendedora
Seguimiento post-venta y fidelización	1-2 horas diarias	WhatsApp Business, CRM básico, redes sociales	Emprendedora

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
2	8	26	416

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

Línea de Protección y Perfeccionamiento (Glass Skin & Shield)			
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 y control de inventario	2-3 horas por recepción	Computador, software de inventarios, espacio de almacenamiento	Emprendedora
Almacenamiento adecuado (control de temperatura y humedad)	Permanente	Estanterías, espacio climatizado, control de fechas	Emprendedora
Publicación en canales digitales (Instagram, Facebook, WhatsApp Business)	3-4 horas semanales	Computador/celular, cámaras, herramientas de diseño	Emprendedora
Atención al cliente y asesoría personalizada vía WhatsApp	2-4 horas diarias	WhatsApp Business, celular/computador, catálogo digital	Emprendedora
Gestión de pedidos y facturación	1-2 horas diarias	Software de facturación, computador, impresora	Emprendedora

Empaque y preparación de envíos	30-45 min por pedido	Material de empaque biodegradable, cajas, etiquetas	Emprendedora
Coordinación de envíos con transportadoras	30 min diarios	Computador, plataformas de transportadoras	Emprendedora
Seguimiento post-venta y fidelización	1-2 horas diarias	WhatsApp Business, CRM básico, redes sociales	Emprendedora

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
3	8	26	624

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	X
Asociación	
Asociación Campesina	
Cooperativa	
Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S (solo 1 socio)	
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.**	Registro de la actividad económica de distribución de productos de belleza y cuidado personal. Incluye matrícula mercantil, registro de nombre comercial "ND BEAUTY PRO" y obtención del NIT. Actividad: 4791 Comercio al por menor realizado a través de Internet	$ 150.000	1

RUT (Registro Único Tributario)	Actualización ante la DIAN con las actividades económicas correspondientes a comercio electrónico de productos cosméticos.	$ 0	2 dias
Protección al Consumidor (SIC)	Al ser una venta a distancia, aplica bajo la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) y la reciente Ley 2439 de 2024, que refuerza la protección en e-commerce. Derecho de Retracto: El cliente tiene 5 días hábiles tras recibir el producto para devolverlo y pedir el reembolso (incluso si no tiene fallas). Nota: En cosméticos, el retracto solo aplica si el producto no ha sido usado y conserva sus sellos de seguridad por razones de higiene. ESto se informa en la página web del emprendimiento	$ 0	0
Copia de la NSO (Notificación Sanitaria Obligatoria)	Este emprendimiento es distribuidor, es decir, no importa directamente ningún producto fuera del país. Sin embargo, para comercializar los productos importados se solicita al provedor Copia de la NSO (Notificación Sanitaria Obligatoria) cada producto debe tener un número de NSO vigente emitido por el INVIMA. Cada producto debe tener ficha técnica en español y contener los siguientes datos: Nombre y NIT del importador. Número de NSO. Ingredientes (INCI) y advertencias.	$ 0	0
TOTAL		$ 150.000	

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**
Diseño de marca: arquitectura de la marca, diseño de catalogo digital	$ 1.200.000
Campaña de Ads (Meta & TikTok) Ejecución de pauta publicitaria segmentada por intereses (skincare, cosmética coreana, bienestar) para atraer tráfico de las principales ciudades de Colombia. Objetivo: Aumentar el alcance de la marca y dirigir tráfico calificado a la tienda	$ 8.000.000

Página Web Transaccional (E-commerce): Desarrollo y lanzamiento de una plataforma web optimizada para móviles con carrito de compras, pasarela de pagos segura y blog de educación en K-Beauty. Venta a través de E-commerce y Redes Sociales: Operación de la	$ 2.000.000
TOTAL	**$ 11.200.000**

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			
Muestra del producto	x	micro-influencer del sector salud/belleza. Los participantes deberán registrarse en la base de datos de la web para ganar un kit completo	$ 1.000.000
Otra	x	de puntos donde los clientes acumulan beneficios por cada compra realizada en la web. Los puntos podrán redimirse por productos de la	$ 0
Ninguna			
Total			**$ 1.000.000**

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			$ 0
A domicilio			$ 0
Con distribuidores			
Otro			$ 0
Total			**$ 0**

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 ingresos de $87.050.000 para el primer año de operación se sustenta en una estrategia de Social Commerce y Retail Educativo. Para alcanzar el objetivo, se requiere la venta de 872 unidades anuales, lo que representa un promedio de 72 unidades mensuales. Dado que el modelo de negocio es 100% digital, esta meta es altamente viable considerando que el mercado de K-Beauty en Colombia presenta un crecimiento sostenido. El Ticket Promedio se estima en $100.000 COP, valor alineado con los precios de mercado para rutinas que integran nuestras tres líneas (Limpieza, Tratamiento y Protección). La generación de ingresos se apoya en una inversión mensual en pauta digital (Meta Ads y TikTok Ads) segmentada por intereses técnicos en salud y belleza. Se proyecta un Costo de Adquisición de Cliente (CAC) promedio de $16.000 COP, esto esta dado a la validación de mercado realizada, la cual muestra en promedio este CAC. Con el presupuesto de pauta asignado, se garantiza el tráfico necesario para generar los leads mensuales requeridos. Se estima una tasa de conversión del 2% en la página web y del



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

Línea de Preparación y Limpieza Profunda	$ 90.000	$ 94.500	$ 99.225	$ 104.186	$ 109.396
Línea de Tratamiento Intensivo (antiedad y imperfecciones) y Nutrición (Sérums y cremas)	$ 110.000	$ 115.500	$ 121.275	$ 127.339	$ 133.706
Línea de Protección y Perfeccionamiento (Glass Skin & Shield)	$ 100.000	$ 105.000	$ 110.250	$ 115.763	$ 121.551

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	Línea de Preparación y Limpieza Profunda

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	20	$ 1.800.000	30	$ 2.835.000	35	$ 3.472.875	54
Mes 2	24	$ 2.160.000	32	$ 3.024.000	36	$ 3.572.100	56
Mes 3	24	$ 2.160.000	35	$ 3.307.500	37	$ 3.671.325	56
Mes 4	23	$ 2.070.000	35	$ 3.307.500	38	$ 3.770.550	53
Mes 5	25	$ 2.250.000	37	$ 3.496.500	40	$ 3.969.000	53
Mes 6	25	$ 2.250.000	35	$ 3.307.500	41	$ 4.068.225	53
Mes 7	24	$ 2.160.000	36	$ 3.402.000	43	$ 4.266.675	51
Mes 8	24	$ 2.160.000	37	$ 3.496.500	44	$ 4.365.900	48
Mes 9	26	$ 2.340.000	37	$ 3.496.500	47	$ 4.663.575	48
Mes 10	28	$ 2.520.000	40	$ 3.780.000	50	$ 4.961.250	48
Mes 11	27	$ 2.430.000	42	$ 3.969.000	53	$ 5.258.925	53
Mes 12	28	$ 2.520.000	44	$ 4.158.000	55	$ 5.457.375	53
TOTAL	**298**	**$ 26.820.000**	**440**	**$ 41.580.000**	**519**	**$ 51.497.775**	**626**

PRODUCTO O SERVICIO 2	Línea de Tratamiento Intensivo (antiedad y imperfecciones) y Nutrició

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	18	$ 1.980.000	30	$ 3.465.000	35	$ 4.244.625	54
Mes 2	22	$ 2.420.000	32	$ 3.696.000	36	$ 4.365.900	56
Mes 3	22	$ 2.420.000	35	$ 4.042.500	37	$ 4.487.175	56
Mes 4	24	$ 2.640.000	35	$ 4.042.500	38	$ 4.608.450	53
Mes 5	23	$ 2.530.000	37	$ 4.273.500	40	$ 4.851.000	53
Mes 6	23	$ 2.530.000	35	$ 4.042.500	41	$ 4.972.275	53
Mes 7	26	$ 2.860.000	36	$ 4.158.000	43	$ 5.214.825	51
Mes 8	22	$ 2.420.000	37	$ 4.273.500	44	$ 5.336.100	48
Mes 9	24	$ 2.640.000	37	$ 4.273.500	47	$ 5.699.925	48
Mes 10	24	$ 2.640.000	40	$ 4.620.000	50	$ 6.063.750	48

Mes 11	27	$ 2.970.000	42	$ 4.851.000	53	$ 6.427.575	53	
Mes 12	28	$ 3.080.000	44	$ 5.082.000	55	$ 6.670.125	53	
TOTAL	**283**	**$ 31.130.000**	**440**	**$ 50.820.000**	**519**	**$ 62.941.725**	**626**	

PRODUCTO O SERVICIO 3	Línea de Protección y Perfeccionamiento (Glass Skin & Shie

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	
Mes 1	22	$ 2.200.000	30	$ 3.150.000	35	$ 3.858.750	54	
Mes 2	22	$ 2.200.000	32	$ 3.360.000	36	$ 3.969.000	56	
Mes 3	22	$ 2.200.000	35	$ 3.675.000	37	$ 4.079.250	56	
Mes 4	23	$ 2.300.000	35	$ 3.675.000	38	$ 4.189.500	53	
Mes 5	24	$ 2.400.000	37	$ 3.885.000	40	$ 4.410.000	53	
Mes 6	24	$ 2.400.000	35	$ 3.675.000	41	$ 4.520.250	53	
Mes 7	24	$ 2.400.000	36	$ 3.780.000	43	$ 4.740.750	51	
Mes 8	25	$ 2.500.000	37	$ 3.885.000	44	$ 4.851.000	48	
Mes 9	27	$ 2.700.000	37	$ 3.885.000	47	$ 5.181.750	48	
Mes 10	23	$ 2.300.000	40	$ 4.200.000	50	$ 5.512.500	48	
Mes 11	27	$ 2.700.000	42	$ 4.410.000	53	$ 5.843.250	53	
Mes 12	28	$ 2.800.000	44	$ 4.620.000	55	$ 6.063.750	53	
TOTAL	**291**	**$ 29.100.000**	**440**	**$ 46.200.000**	**519**	**$ 57.219.750**	**626**	

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 ($)	**Cantidad requerida en el año 1**	Valor Total Año 1 ($)
Hosting y dominio	$ 150.000	1	$ 150.000
Servicio de internet	$ 100.000	12	$ 1.200.000
Servicio de energia	$ 150.000	12	$ 1.800.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 400.000		**$ 3.150.000**



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			**Línea de Preparación y Limpieza Profunda**	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Costo de compra del producto se maneja un promedio entre los diferentes rangos de precios ofrecidos	Unidad	$ 30.000	1	$ 30.000
Costo de captación del cliente x interne	costo por resultado	$ 16.000	1	$ 16.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 46.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2			**Línea de Tratamiento Intensivo (antiedad y imperfecciones) y Nutrición (Sérums y cremas)**	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Costo de compra del producto	Unidad	$ 39.000	1	$ 39.000
Costo de captación del cliente x interne	costo por resultado	$ 16.000	1	$ 16.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 55.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3			**Línea de Protección y Perfeccionamiento (Glass Skin & Shield)**	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
Costo de compra del producto	Unidad	$ 41.000	1	$ 41.000
Costo de captación del cliente x interne	costo por resultado	$ 16.000	1	$ 16.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 57.000

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	de Preparación y Limpieza Pro	(antiedad y imperfecciones)	ción y Perfeccionamiento (Gl
Precio de Venta	$ 90.000	$ 110.000	$ 100.000

Costo Variable	$ 46.000	$ 55.000	$ 57.000
Margen de contribución	$ 44.000	$ 55.000	$ 43.000
% Participación	30%	40%	30%
Margen de contribución ponderado	$ 13.200	$ 22.000	$ 12.900
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	8,316008316		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**2**	**3**	**2**

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	$ 12.200.000	$ 12.810.000	$ 13.450.500	$ 14.123.025
Gastos Bancarios	$ 30.000	12	$ 360.000	$ 378.000	$ 396.900	$ 416.745
Registro mercantil	$ 150.000	1	$ 150.000	$ 157.500	$ 165.375	$ 173.644
Software para registrar ventas	$ 50.000	12	$ 600.000	$ 630.000	$ 661.500	$ 694.575
Papeleria	$ 30.000	12	$ 360.000	$ 378.000	$ 396.900	$ 416.745
Empaques	$ 80.000	12	$ 960.000	$ 1.008.000	$ 1.058.400	$ 1.111.320
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL			**$ 14.630.000**	**$ 15.361.500**	**$ 16.129.575**	**$ 16.936.054**

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



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

Rol o cargo	Tipo de vinculación	Principales Funciones o Actividades a realizar	Asignación Mensual ($)	Factor prestacional	Total Asignación Mensual	Meses requeridos en Año 1

Gerente	Contrato Laboral a término indefinido	Gestión administrativa, financiera y control de inventarios. Atención comercial personalizada vía WhatsApp Business, asesoría técnica especializada en productos K-Beauty, verificación rigurosa de certificaciones veganas/cruelty-free, coordinación de entregas, gestión estratégica de redes sociales y creación de contenido educativo sobre tendencias de belleza coreana	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	6
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
TOTAL					**$ 2.692.192**	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	4

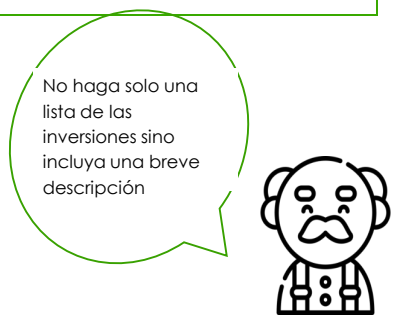
12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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



Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Computador portátil de alto rendimiento para gestión de tienda virtual, procesamiento de pedidos, atención al cliente por WhatsApp Business, creación de contenido para redes sociales y administración de	$ 3.500.000	1	$ 3.500.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Mueble para almacenamiento y organización de productos	$ 1.000.000	1	$ 1.000.000
Adquisición o arriendo de bienes muebles y vehículos automotores	Escritorio y silla ergonomica	$ 800.000	1	$ 800.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Microfono DJI Mic 2 para grabación en vivo, reel o contenido en video	$ 800.000	1	$ 800.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Softbox (Luz de estudio)	$ 150.000	1	$ 150.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0

Lín fi
Adquis de bi vehícu
Ade ren e
Ac
Tasas de propie

				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 6.250.000**

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		$ 12.200.000	1	$ 12.200.000
Insumos para el ciclo productivo	Materia prima (limpiadores faciales con HA y serum coreana, protector solar)	$ 41.600.000	1	$ 41.600.000
Pago de salarios u honorarios	salario gerente	$ 2.692.192	5	$ 13.460.960
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	**$ 67.260.960**

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 permitidos**
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	**$ 73.510.960**	**Cumple recursos para el número de integrantes registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**1**	**Cumple empleos a genera**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

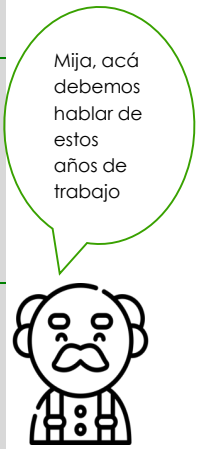
Se muestran los rangos y montos definidos en el Acuerdo 007 de 2025; sin embargo, los términos de referencia tienen la facultad de definir algunos de ellos. Se debe revisar los términos de referencia de la Convocatoria para conocer los rangos y montos permitidos en las postulaciones

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	ND Beauty Pro cuenta con 1 año de funcionamiento, no cuenta con cámara de comercio, solo cuenta con RUT como persona natural. ND Beauty Pro opera bajo un marco de estricto cumplimiento legal, fundamentado en la Decisión 833 de la Comunidad Andina y las disposiciones del INVIMA para la comercialización de productos cosméticos en Colombia. El proyecto garantiza la trazabilidad y seguridad sanitaria de su catálogo mediante una política de abastecimiento exclusiva con importadores y fabricantes nacionales que cuenten con la Notificación Sanitaria Obligatoria (NSO) vigente. Asimismo, la operación digital se encuentra alineada con la Ley 1480 de 2011 (Estatuto del Consumidor) y la Ley 1581 de 2012 (Habeas Data), asegurando transparencia en el derecho de retracto, la reversión de pagos y la protección de datos personales de nuestros clientes a nivel nacional
Comercial	El proyecto ha validado su modelo comercial con ventas mensuales entre $2-3 millones y una base de 30 clientes fidelizados. Se han implementado estrategias de marketing digital a través de Instagram y TikTok y WhatsApp Business combinando pauta paga y contenido orgánico. Se cuenta con una landin page y herramientas de validación como Jobs to be Done, tarjeta de persona y mapa de empatía. La propuesta de valor se centra en productos 100% auténticos con certificación NSO expedida por Invima para productos importados y registro invima para productos nacionales. Para garantizar que se comercializan productos legales y originales se tienen relaciones comerciales con proveedores certificados como son Chok Chok Skin y Harumi (Airlaf Internacional SAS)
Técnico	Se ha definido una estrategia digital de inicio y se cuenta con un inventario inicial valorado en $12 millones de productos de Belleza que estan rotando. La plataforma operativa incluye por el momento WhatsApp Business para atención personalizada, landin page y redes sociales



Ambiental	ND Beauty Pro integra prácticas sostenibles desde su propuesta de valor, seleccionando exclusivamente productos con certificación cruelty-free y vegana y con su respectivo número de NSO. Se promueve el consumo consciente mediante empaques biodegradables y políticas de reducción de plásticos. Los productos ofrecidos priorizan fórmulas con ingredientes naturales y procesos de producción sostenibles, contribuyendo al ODS 12 (Producción y Consumo Responsables).
Ventas	El emprendimiento actualmente tiene ventas promedio mes entre 2 y 3 millones de pesos, estas ventas se han logrado por medio de canales digitales como instagram, tiktok y whatsapp Bussines, landin page. Se cree que con mayor inversión en la estrategia digital se alcanzaran ventas superiores a las actuales, además se contempla ampliar la estrategía digital a otros canales como tienda virtual por medio de página web optimizada

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

El proyecto inicio con estas rede sociales: tiktok @elysian.Beauty. Instagram https://www.instagram.com/elysian.kbeauty?igsh=NnJ4cGx5bHp4aGJ6 y una landin page https://elysiankbeauty.com/, la cual se quiere optimizar, construir con una nueva arquitectura de marca, logrando cautivar más el publico objetivo.

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 ($)
Computador	$ 3.500.000								
Mueble para almacenamiento y organización de productos	$ 1.000.000								
Insumos para el ciclo productivo	$ 20.000.000	$ 10.800.000	$ 10.800.000						
Pago de salarios u honorarios		$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192			
Estrategia de comunicación		$ 3.050.000	$ 3.050.000	$ 3.050.000	$ 3.050.000				
Microfono y softbox	$ 950.000								
Escritorio y silla		$ 800.000							
TOTAL	**$ 25.450.000**	**$ 17.342.192**	**$ 16.542.192**	**$ 5.742.192**	**$ 5.742.192**	**$ 2.692.192**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 73.510.960**	**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	ND Beauty Pro dinamiza la economía digital al fomentar la formalización del comercio de cosméticos en el país. El proyecto contribuye al crecimiento del e-commerce nacional, proyectando la generación de empleos directos en el segundo año (gestión administrativa y técnica) e indirectos (servicios logísticos y de transporte). Al operar exclusivamente con importadores legales, se asegura el pago de aranceles e IVA, fortaleciendo el recaudo tributario y combatiendo el mercado informal de productos de contrabando que afecta la competitividad del sector belleza en Colombia.
Ambiental	Nuestra iniciativa promueve el consumo consciente mediante la selección exclusiva de productos K-Beauty con certificación vegana y cruelty-free, alineados con valores de sostenibilidad. Al operar 100% online, reducimos significativamente la huella de carbono al eliminar desplazamientos físicos de clientes a puntos de venta. Implementamos empaques biodegradables y políticas de reducción de plásticos en todos nuestros envíos. La digitalización completa de procesos minimiza el uso de papel. Al ofrecer productos de alta calidad y duración, disminuimos la frecuencia de reposición y el desperdicio. Educamos a nuestra comunidad digital sobre prácticas sostenibles en rutinas de skincare, promoviendo el cuidado de la piel responsable con el planeta. Contribuimos al ODS 12 (Producción y Consumo Responsables) mediante un modelo de negocio que demuestra que la belleza y la sostenibilidad pueden coexistir en el comercio electrónico.
Social	ND Beauty Pro empodera a hombres y mujeres del Tolima y Colombia al democratizar el acceso a productos de skincare coreano de calidad internacional, eliminando barreras geográficas mediante nuestro modelo 100% digital. Fomentamos la educación en autocuidado y bienestar a través de contenido educativo en redes sociales, tutoriales virtuales, ayudando a nuestra comunidad a desarrollar rutinas de cuidado de la piel efectivas y saludables. Al priorizar productos éticos (veganos, cruelty-free), promovemos valores de respeto y responsabilidad social. Creamos una comunidad digital inclusiva donde hombres y mujeres de todas las edades encuentran información confiable, rompiendo estigmas sobre el cuidado masculino de la piel.
Tecnológico	El impacto tecnológico reside en la implementación de un ecosistema digital de ventas y asesoría técnica para la compra. El proyecto utiliza herramientas de e-commerce transaccional, automatización de atención al cliente vía WhatsApp Business y canales de educación en tiempo real (Live Streaming). Esta transformación digital permite romper las barreras geográficas, ofreciendo una experiencia de usuario personalizada basada en datos, lo que posiciona a la empresa como un referente de Retail Tech en el sector cosmético colombiano, optimizando los tiempos de respuesta y la precisión en los diagnósticos de cuidado facial remotos.

17. INDICADORES

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

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	1	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	5	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	$ 73.510.960	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	872	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	$ 87.050.000	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	Regional - Publico/Privada	Ibague - Tolima	Apoyo en formación empresarial, participación en ferias, networking y acompañamiento en procesos de formalización y crecimiento.
Innpulsa Colombia	Nacional – Público	Bogotá, cobertura nacional	Apoyo en innovación, aceleración empresarial y acceso a convocatorias de cofinanciación.
ProColombia	Nacional – Público	Bogotá, cobertura nacional	Asesoría en procesos de importación, conexión con proveedores internacionales de productos K-Beauty y acceso a inteligencia de mercados para identificar tendencias globales
Alcaldía de Ibagué – Secretaría de Desarrollo Económico	Regional – Público	Ibagué, Tolima	Acceso a programas de apoyo para emprendedores, convocatorias de financiación y promoción del emprendimiento local.□

Gobernaciom del Tolima	Regional – Público	Ibagué, Tolima	acceso a programas de apoyo productivo, fondo de emprendimiento, participacion en proyectos regionales

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

C 4	
Ingr	
$ 5.62	
$ 5.83	
$ 5.83	
$ 5.52	
$ 5.52	
$ 5.52	
$ 5.31	
$ 5.00	
$ 5.00	
$ 5.00	
$ 5.52	
$ 5.52	
$ 65.2	
n (Sér	
C 4	
Ingr	
$ 6.87	
$ 7.13	
$ 7.13	
$ 6.74	
$ 6.74	
$ 6.74	
$ 6.49	
$ 6.11	
$ 6.11	
$ 6.11	

$ 6.74
$ 6.74
$ 79.7
eld)
C 4
Ingr
$ 6.25
$ 6.48
$ 6.48
$ 6.13
$ 6.13
$ 6.13
$ 5.90
$ 5.55
$ 5.55
$ 5.55
$ 6.13
$ 6.13
$ 72.4

$ 1

$

$

$

$

$ 1

$ 1

ó

nites r
nancio

sición c
enes m
los aut

ecuaci
nodela
structu

decuac
técnic

para e
derech
edad in
o indus

