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

ID del proyecto	108434
Convocatoria a la que postula la iniciativa	154 - 1C / Emprendimiento Femenino
Fecha de diligenciamiento	lunes, 30 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
DIANA CAROLINA GOMEZ MUÑOZ	CC	1.014.221.931

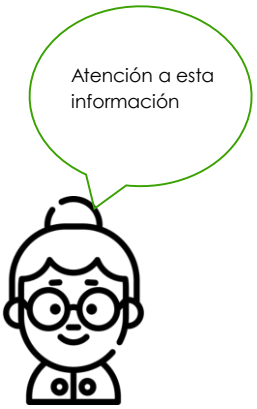
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
PORKY GRASA KETO	Tolima	Ibagué

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	1030 Elaboración de aceites y grasas de origen vegetal y animal

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

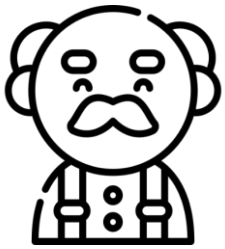
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI



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:

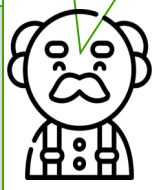
Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde el equipo de profesionales organizarán su participación en una serie de talleres que les guiarán en la construcción del proyecto y el diligenciamiento de esta 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	
PErfil del cliente (canal distribuidor) El cliente de PORKY GRASA KETO son establecimientos comerciales ubicados principalmente en la ciudad de Ibagué. Hablamos de supermercados, restaurantes, tiendas naturistas y tiendas fitness. Son negocios formales, con al menos tres años de funcionamiento, que tienen hacen pedido de manera mensual. De acuerdo a cifras de la camara de comercio de Ibagué tenemos las siguientes cifras: Ibagué Supermercados: se busca llegar a los que cumplan la condición de tamaño mediano y grande, en este orden se tienen 60 establecimientos que cumplen con esta condición de los 2340 registrados como tiendas,	Perfil del Cliente (El Aliado Comercial - B2B) Los propietarios y administradores de negocios en Ibagué son personas pragmáticas y responsables, con una mentalidad orientada al crecimiento y la reputación de su establecimiento. Intereses y Opiniones: Valoran la proveeduría local y la formalidad. Opinan que el mercado está saturado de productos ultraprocesados y buscan "joyas" artesanales que diferencien su góndola o menú. Temores: Su mayor miedo es el desabastecimiento y comercializar productos sin registros sanitarios que pongan en riesgo su licencia o la

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



supermercados y minimercados. Restaurantes: se tienen cifras de 2800 restaurantes registrados, se pretende llegar al 5% de este total Tiendas naturistas: En Ibagué se tiene registro de 45 tiendas naturistas y tiendas consideradas fitness. Quienes toman las decisiones de compra en estos establecimientos suelen ser administradores o propietarios entre los 30 y 55 años, con formación técnica o profesional. En su mayoría son personas que viven en viviendas propias o en arriendo con contratos estables, y tienen la capacidad de asumir pagos a proveedores sin que su nivel de endeudamiento supere el 30% de sus ingresos mensuales. Son responsables, buscan productos innovadores, naturales, con buen empaque y presentación, y que les representen una ganancia razonable. Tamaño del Mercado Para determinar el tamaño del mercado, se han utilizado cifras de la Cámara de Comercio de Ibagué, Porkolombia y el DANE (2024). Colombia registra un mercado de 774,558 toneladas de carne de cerdo y derivados. El sector porcino es el de mayor crecimiento en proteína animal (74.1% del crecimiento del sacrificio nacional). El 30% de la población nacional es consumidora potencial de grasas sólidas (segmento de grasas animales). Mercado Regional (Tolima) El departamento procesó 37,967 cabezas de cerdo en 2024, con un crecimiento del 11.7%, superando el promedio nacional (7.2%). Esto demuestra que Ibagué es un polo de consumo en expansión para derivados porcinos. Mercado Objetivo (Ibagué - Segmento B2B):	salud de sus clientes. Temen perder márgenes de utilidad ante la inflación. Motivadores de Felicidad: Les genera satisfacción ver la rotación rápida de inventario y recibir comentarios positivos de sus clientes sobre la innovación de sus productos. Comportamiento de Pago: Prefieren transferencias electrónicas (Nequi, Daviplata o Bancolombia) para trazabilidad contable, aunque manejan efectivo para transacciones diarias. Valoran acuerdos de crédito a corto plazo (8-15 días) tras generar confianza.
CONSUMIDOR	
Perfil del Consumidor Final (Usuario) El consumidor final de PORKY GRASA KETO son personas entre los 20 y 60 años, de cualquier género, que viven en diferentes regiones del país, pero con mayor concentración en ciudades como Bogotá, Medellín, Cali, Ibagué y Pereira, donde se han incrementado los hábitos de alimentación saludable. Se trata de personas con ingresos mensuales entre $1.500.000 y $4.000.000, muchos de ellos profesionales, emprendedores, trabajadores independientes o deportistas que tienen el hábito de invertir en su salud y bienestar. Estos consumidores se preocupan por su alimentación y prefieren productos funcionales, naturales y que apoyen estilos de vida como la dieta cetogénica (Keto), baja en carbohidratos y rica en grasas saludables. Suelen realizar compras en línea o en tiendas especializadas, están informados sobre lo que consumen y valoran la trazabilidad, el origen del producto y su impacto en la salud. Hábitos de Consumo: Frecuencia: El 32% consume frituras a diario y el 58.8% semanalmente. Preferencia: El 30% de los colombianos ya utiliza grasas sólidas (manteca, mantequilla) en su dieta habitual. El consumidor busca saciedad, textura y sabor natural, evitando aceites vegetales ultraprocesados. Cantidad: El consumo per cápita de derivados del cerdo cerró en 14.7 kg/año en 2024.	Perfil del Consumidor Final (El Usuario Keto/Saludable - B2C) Es una persona consciente y disciplinada, que ve la alimentación como su principal medicina. Estilo de Vida y Actividades: Son personas activas que realizan actividad física al menos 3 veces por semana (gimnasio, crossfit o caminatas por el Cañón del Combeima). Participan en comunidades digitales de nutrición y siguen a referentes de la dieta Keto o Paleo. Personalidad y Valores: Son analíticos y curiosos; leen las etiquetas nutricionales antes de comprar. Sus valores son el autocuidado, la honestidad en los procesos de producción y el respeto por lo natural (evitan lo químico). Gustos y Preferencias: Gastronomía: Les apasiona cocinar en casa. Disfrutan rescatar sabores tradicionales (como el sabor que aporta la manteca de cerdo) pero bajo un enfoque científico moderno. Les gusta viajar para conocer ferias gastronómicas y mercados orgánicos. Ventajas Deseadas: Buscan saciedad prolongada, un alto punto de humo para cocinar sin que la grasa se oxide (estabilidad térmica) y un empaque ergonómico que facilite su dosificación. Temores: Les aterra el efecto rebote en su peso, la inflamación sistémica causada por aceites vegetales de semillas y el desarrollo de enfermedades cardiovasculares derivadas de una "falsa" alimentación saludable. Ocasiones y Hábitos de Consumo: Frecuencia: Compra quincenal o mensual según su plan de alimentación. Uso: La emplean como base para sofreír proteínas, en la preparación de huevos al desayuno, o incluso como ingrediente en panadería keto (pan de almendras). Cantidad: Adquieren presentaciones de 250g a 500g, ideales para el

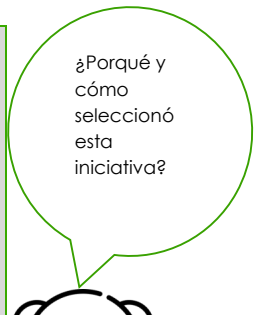
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA O NECESIDAD QUE SE PRETENDE SOLUCIONAR

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.

Problema Central
Inexistencia de una oferta formal, tecnificada y local de grasa de cerdo de alta calidad (Keto) en los canales de comercialización especializados y de consumo masivo en la ciudad de Ibagué, Tolima.
Causas (¿Por qué sucede?)
Las causas se dividen en factores de producción, distribución y cultura de mercado:

Causa 1: Informalidad en la cadena de derivados porcinos. La producción de manteca de cerdo en la región es mayoritariamente artesanal, carece de procesos de inocuidad estandarizados, registros sanitarios y empaques aptos para el sector "saludable".

Causa 2: Desconexión logística regional. Los supermercados y tiendas fitness de Ibagué no cuentan con proveedores locales que entreguen el producto procesado y listo para la venta (Retail Ready), dependiendo de proveedores de otras ciudades.



Causa 3: Brecha de innovación en el sector salud-alimentación. Falta de productos derivados del cerdo que se alineen específicamente con tendencias nutricionales modernas (Dieta Keto/Paleo), los cuales exigen pureza (sin aditivos) y etiquetado transparente.
Efectos (¿Qué consecuencias trae?)
Los efectos impactan tanto al comerciante como al consumidor final:



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
GRASSANA	Bogotá	GRASA DE CERDO KETO EN PRESENTACION DE 1000 GR	$ 35.000	Variedad en las presentaciones del producto, diversidad en sabores, alternativa de otros productos a base de grasa de cerdo.	Fragilidad en el empaque, demoras en el alistamiento del producto, altos costos en los envíos.
PROCE GRASAS	Bogotá	GRASA DE CERDO KETO EN PRESENTACION DE 1000 GR	$ 22.000	Amplia Trayectoria en el mercado, bajos precios, Variedad en las presentaciones.	Contaminación por empaque, bajo marketing multicanal, No tiene variedad en los metodos de pago
Catalan tradición del campo	Medellin	Grasa DE CERDO presentación 245 ML	$ 11.900	Empaque de Vidrio, Registro Sanitario Invima ,Múltiples opciones de Entrega, Vigencia del producto entre 6 meses y 1 año	Fragilidad en el empaque, Falta de mano de obra, baja estrategia de comunicación.

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

Las ventajas competitivas que diferencian esta iniciativa frente a la competencia (productores artesanales informales y aceites vegetales industriales) se centran en tres pilares:

1. Especialización en el Nicho Saludable (Keto-Focussed)
A diferencia de los competidores tradicionales que venden "manteca de cerdo" como un subproducto genérico, nuestra marca se posiciona como un alimento funcional. La certificación (implícita en el proceso) de que es grasa 100% natural, sin aditivos, conservantes ni mezclas de aceites de semillas, nos otorga exclusividad en el segmento de consumidores Keto y Fitness que son altamente exigentes con la calidad nutricional.

2. Formalidad e Inocuidad con Origen Regional
Nuestra ventaja radica en la tecnificación del proceso. Mientras que la oferta local en Ibagué es mayoritariamente informal (venta a granel sin registro), PORKY GRASA KETO ofrece:

Estándares de Inocuidad: Garantía de un producto libre de impurezas y con vida útil prolongada mediante empaque adecuado.

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:

PORKY GRASA KETO es una iniciativa empresarial dedicada al procesamiento y comercialización de grasa de cerdo de alta pureza, diseñada específicamente como un insumo nutricional funcional para el mercado de la salud y el bienestar en Ibagué. Propuesta de Valor (Lo que nos hace únicos):
Pureza Garantizada: Obtenida exclusivamente de cerdos con certificación de origen, garantizando una materia prima libre de trazas químicas. Es un producto 100% natural, sin conservantes, aditivos ni mezclas de aceites vegetales, manteniendo un perfil de ácidos grasos estable.
Empaque de Alta Gama (Sostenibilidad e Inocuidad): A diferencia de la competencia informal, nuestro producto se presenta en recipientes de vidrio. Esto no solo preserva las propiedades organolépticas (sabor y olor) y evita la oxidación, sino que responde a la tendencia de consumo responsable y libre de plásticos.
Estatus Sanitario: El mayor diferencial competitivo es la garantía de Registro Sanitario INVIMA, lo que

El producto actúa como un combustible eficiente para el metabolismo en dietas cetogénicas y paleo:
Optimización Metabólica: Facilita la transición hacia la quema de grasa como fuente primaria de energía (cetosis).
Rendimiento Bioenergético: Mejora la claridad mental y el rendimiento físico al proporcionar una fuente de energía constante, evitando los picos de insulina asociados a los carbohidratos.
Versatilidad Culinaria: Posee un alto punto de humo, lo que la hace más segura para cocinar a altas temperaturas en comparación con los aceites de semillas.

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.

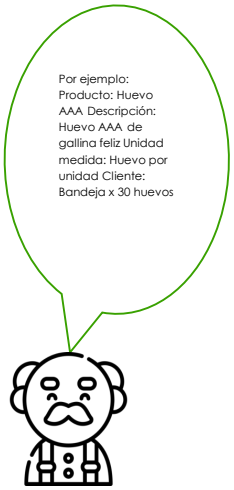
Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

Nuestro:	producto ofrece grasa de cerdo premium 100% natural, empacada higiénicamente y lista para su consumo.
Ayuda:	a supermercados, tiendas y restaurantes a ampliar su portafolio con una opción funcional y saludable. Así mismo ayuda a consumidor final a incluir en su dieta grasas saludables de la mas alta calidad favoreciendo la perdida de peso y aportando beneficios a su salud. Favorece a quienes llevan una dieta keto
Que:	responde a las necesidades de consumidores que siguen dietas cetogénicas o buscan mejorar su nutrición.
Mediante:	una presentación atractiva, segura y de fácil uso, que garantiza calidad y confianza al cliente. Precio asequible



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
PORKY GRASA KETO	GRASA DE CERDO PREMIUM 100% NATURAL es el primer derivado porcino tecnificado en Ibagué diseñado para el mercado fitness y médico. Mediante un proceso de extracción limpia y un empaque premium en vidrio con registro INVIMA, resolvemos la desconfianza del consumidor hacia las grasas tradicionales, ofreciendo un aliado gastronómico que potencia la salud cardiovascular y el rendimiento cognitivo	unidad	ENVASE 100 ml

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

PORKY GRASA KETO			
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)
Seleccion y Preparación de la Materia Prima	1 Hora	Meson de acero inoxidable, Marmita	Emprendedora

Procesamiento de la Materia Prima	4 Horas	Dosiciadora, Molino Eléctrico, Marmita	Emprendedora
Clarificación y Refinación	3 Horas	Meson de acero inoxiable	Emprendedora
Envasado y Almacenamiento	1 Hora	Selladora, Meson de Acero Inoxidable , Congelador, Pistola a calor	Emprendedora
Control de Calidad	1 Hora	Análisis Fisico - Químico	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
10	8	26	2.080

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

0			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)

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
			0

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

0			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)

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.**

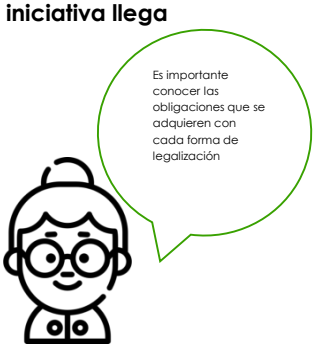
Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
			0

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.**	Se realiza registro en camara de comercio como persona juridica ya que se cuenta actualmente con camara de comercio como persona natural	$ 600.000	20 días

Uso de Suelo	Este documento lo expiden en la alcaldia, en el departamento de planeacion y sirve para expedir un permiso ante la autoridad local sobre el inicio de una explotación comercial sobre un terreno en especifico, ademas de que el solicitante se compromete a no sobre explotar el terreno del cual se esta pidiendo el permiso.	$ 0	30 días
Permiso sanitario REGISTRO SANITARIO INVIMA	Resolución 2154 de 2012 del Ministerio de Salud y Protección social. Realizar el trámite de solicitud para la visita de Inspección y control Sanitaria por la Secretaria de Salud Municipal, una vez se radique, las visitas para la ciudad de Ibagué pueden ser programadas a los 6 meses PORKY GRASA KETO ya cuenta con el Registro Sanitario Invima para el producto grasa de cerdo RSA.0031318-2024. Este esta expedido para la persona natural Porky grasa keto. Se deberá solicitar el traspaso para la persona juridica.	$ 0	1 día
DIAN	Registro ante la autoridad tributaria que identifica a la empresa como contribuyente y permite realizar actividades economicas legales y cumplir con las obligaciones fiscales. Registro ante la autoridad tributaria que identifica a la empresa como contribuyente y permite realizar actividades economicas legales y cumplir con las obligaciones fiscales.	$ 0	1 día
Permiso de bomberos	Se dirige a la estación de bomberos local se solicita el documento, una vez solicitado el documento se establece un dia para la visita donde revisan que el lugar cumpla con los requisitos minimos contra incendios como extintores, salidas de emergencia y botiquines, una vez se de el visto bueno la estacion de bomberos expiden el documento. En Ibagué las visitas se estan programando mucho tiempo después de la radicación del documentos	$ 0	1 día
Policia Nacional	En Colombia, para abrir un negocio no se necesita un "permiso de policía" como tal, pero sí es necesario informar a la policía sobre la apertura del establecimiento. Se debe informar por escrito a la estación de policía de la localidad sobre la apertura del establecimiento. Se requiere la matrícula mercantil, que se obtiene al registrarse en la Cámara de Comercio. Es necesario obtener el Registro Único Tributario (RUT) expedido por la DIAN. El local debe cumplir con las normas sobre uso del suelo establecidas por el municipio.	$ 0	1 día
TOTAL		$ 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**
Estrategia digital: fortalecer perfiles activos en Facebook, tik tok e Instagram con fotos y videos de resultados, promociones y testimonios y Publicar contenido de valor para generar valor y confianza. Pautar en estas plataformas contratando con recursos propios un comunity manager	$ 2.000.000
MATERIAL PUBLICITARIO: Pendón y aviso publicitario para el punto de fabrica	$ 600.000

TOTAL	**$ 2.600.000**

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	Entrega de material promocional de la empresa como almanaque con datos de la empresa	$ 300.000
Otra			
Ninguna			
Total			**$ 300.000**

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			
A domicilio			
Con distribuidores	x	les entrega el producto en el establecimiento, en la cantidad, día y horario requerido. El cliente asume el valor del envío o en su defecto	$ 0
Otro	x	Se realizara venta a través de canales digitales como whatsapp Business, redes sociales, mercadolibre y pagina web de la empresa	$ 400.000
Total			**$ 400.000**

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 ha estructurado bajo un modelo de crecimiento mixto a cinco años, diseñado bajo principios de prudencia financiera y resiliencia económica. A continuación, se detallan los pilares que sustentan esta estimación: Actualmente, el proyecto cuenta con una capacidad de 10 unidades/hora. Con la tecnología solicitada al Fondo Emprender, la capacidad técnica instalada se triplicará a 30 unidades/hora, permitiendo un potencial de 6,240 unidades mensuales. Sin embargo, para efectos de la proyección financiera y con el objetivo de presentar un escenario conservador (pesimista) que garantice la sostenibilidad del flujo de caja, se ha decidido proyectar inicialmente solo el 10% de la capacidad mensual (aprox. 200 a 250 unidades). Esta decisión estratégica se debe a mantener una Tasa Interna de Retorno (TIR) coherente con la realidad del sector agroindustrial, evitando sobreestimaciones que comprometan la viabilidad del proyecto. Se reconoce que alcanzar el 100% de la capacidad operativa (30 unidades/hora) requiere la vinculación de



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

PORKY GRASA KETO	$ 39.000	$ 40.950	$ 42.998	$ 45.147	$ 47.405
0		$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
0		$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

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	PORKY GRASA KETO

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	120	$ 4.680.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 2	120	$ 4.680.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 3	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 4	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 5	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 6	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 7	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 8	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 9	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 10	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 11	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
Mes 12	230	$ 8.970.000	280	$ 11.466.000	320	$ 13.759.200	350
TOTAL	**2540**	**$ 99.060.000**	**3360**	**$ 137.592.000**	**3840**	**$ 165.110.400**	**4200**

PRODUCTO O SERVICIO 2	0

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 2		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 3		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 4		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 5		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 6		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 7		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 8		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 9		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 10		$ 0		$ 0		$ 0	

Mes 11		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 12		$ 0		$ 0		$ 0		
TOTAL	**0**	**$ 0**	**0**	**$ 0**	**0**	**$ 0**	**0**	

PRODUCTO O SERVICIO 3	0

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	
Mes 1		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 2		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 3		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 4		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 5		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 6		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 7		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 8		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 9		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 10		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 11		$ 0		$ 0		$ 0		
Mes 12		$ 0		$ 0		$ 0		
TOTAL	**0**	**$ 0**	**0**	**$ 0**	**0**	**$ 0**	**0**	

10. COSTOS Y GASTOS

Primero, debe definir los costos fijos asociados a su proyecto. Es decir, aquellas actividades que se relacionan directamente o siempre están presentes para poder producir o prestar el servicio.(Diligenciar solamente las celdas en gris)

Nota: En los Costos Fijos **NO CONSIDERAR LA MANO DE OBRA**, dado que se contabiliza en el elemento EQUIPO DE TRABAJO

COSTOS FIJOS			
Descripción	Valor mensual ($)	**Cantidad requerida en el año 1**	Valor Total Año 1 ($)
Arriendo	$ 1.200.000	12	$ 14.400.000
Servicios publicos	$ 700.000	12	$ 8.400.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 1.900.000		**$ 22.800.000**



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				**PORKY GRASA KETO**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Costo Materia Prima Por Producto	unidad	$ 10.000	1	$ 10.000
Costo Insumos Por Producto	unidad	$ 5.000	1	$ 5.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 15.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				**0**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 0

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3				**0**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 0

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	PORKY GRASA KETO	0	0
Precio de Venta	$ 39.000	$ 0	$ 0

Costo Variable	$ 15.000	$ 0	$ 0
Margen de contribución	$ 24.000	$ 0	$ 0
% Participación	100%		
Margen de contribución ponderado	$ 24.000	$ 0	$ 0
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	79,16666667		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**79**	**0**	**0**

GASTOS DE ADMINISTRACIÓN Y VENTAS

Los gastos de administración y ventas son aquellos costos que no hacen parte directa de la producción, pero que son necesarios para que la organización o asociación pueda funcionar y vender.
Por ejemplo están los gastos de oficina, papelería, servicios de teléfono o internet, gastos para dar a conocer y ofrecer el producto o servicio, como publicidad, participación en ferias, afiches, volantes, mensajes por redes sociales, transporte para llevar el producto al cliente o comisiones por ventas.
En resumen: son los gastos para manejar bien la organización y para lograr que el producto o servicio llegue al cliente

Descripción	Valor mensual ($)	Cantidad o Meses requeridos en el Año 1	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Publicidad	Anual	Anual	$ 3.300.000	$ 3.465.000	$ 3.638.250	$ 3.820.163
Dotaciones	$ 400.000	2	$ 800.000	$ 840.000	$ 882.000	$ 926.100
productos de aseo	$ 50.000	4	$ 200.000	$ 210.000	$ 220.500	$ 231.525
Gastos financieros	$ 20.000	12	$ 240.000	$ 252.000	$ 264.600	$ 277.830
Registro mercantil	$ 600.000	1	$ 600.000	$ 630.000	$ 661.500	$ 694.575
Internet	$ 120.000	8	$ 960.000	$ 1.008.000	$ 1.058.400	$ 1.111.320
Software de facturación	$ 150.000	12	$ 1.800.000	$ 1.890.000	$ 1.984.500	$ 2.083.725
Manual de sistema de seguridad y sa	$ 1.000.000	1	$ 1.000.000	$ 1.050.000	$ 1.102.500	$ 1.157.625
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL			**$ 8.900.000**	**$ 9.345.000**	**$ 9.812.250**	**$ 10.302.863**

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	Contrato Laboral a término indefinido	Desarrollar y implementar planes estratégicos para alcanzar los objetivos de la empresa, incluyendo la producción, comercialización y distribución de grasa de cerdo, Supervisar y gestionar la producción de grasa de cerdo, asegurando que se cumplan los estándares de calidad y seguridad, Gestionar los recursos financieros de la empresa, incluyendo la planificación presupuestaria, la gestión de costos y la	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	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	6
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
TOTAL					**$ 3.392.192**	

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

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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

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	Marmita 250 Litros (recipiente interno fabricado en acero 100% inoxidable calibre 10) bajo consumo de gas, sistema fijo con llave de desague, quemador tipo boquilla con soplete de aireación	$ 29.900.000	1	$ 29.900.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Pistola a Calor	$ 1.900.000	1	$ 1.900.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Congelador Sistema de tubería en su interior (base y cuatro paredes) que garantiza mayor capacidad de enfriamiento.	$ 4.900.000	3	$ 14.700.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	selladora Industrial Máquina de sellado de inducción Traje	$ 4.200.000	1	$ 4.200.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Mesa en acero inoxidable	$ 2.800.000	2	$ 5.600.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0

				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 56.300.000**

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		$ 3.300.000	1	$ 3.300.000
Pago de salarios u honorarios	Gerente	$ 2.692.192	4	$ 10.768.768
Pago de salarios u honorarios	Contador	$ 700.000	4	$ 2.800.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	**$ 16.868.768**

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	**$ 73.168.768**	**Cumple recursos para número de integrante registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**2**	**Cumple empleos a gen**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

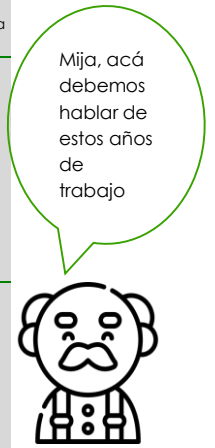
Se muestran los rangos y montos definidos en el Acuerdo 007 de 2025; sin embargo, los términos de referencia tienen la facultad de definir algunos de ellos. Se debe revisar los términos de referencia de la Convocatoria para conocer los rangos y montos permitidos en las postulaciones

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	La empresa cuenta con Camara de comercio como persona natural con fecha de matricula del 23 de abril de 2024, con una actividad economica c1033 (Elaboración de aceites y grasas de origen animal). Adicional la empresa cuenta con Registro Invima número 0031318-2024. Se cuenta con Rut para la persona natural
Comercial	La emprendedora cuenta con una base sólida de aproximadamente 50 clientes fidelizados, construida a lo largo de 2 años de trabajo continuo en la ciudad de Ibagué. Cuenta con una buena relación con clientes que compran el producto para consumo del hogar y clientes de tipo institucional. Se manejan ventas online por medio de whatsapp
Técnico	Se cuenta con una planta de procesamiento que cumple con el Registro Sanitario Invima. Esta planta consta de 2 pisos, el primer piso esta el area de producción (bodega, zona de fabricación, area de envasado, etiquetado, embalaje), la planta 1 cuenta con 2 baños y en el segundo piso esta ubicada el area administrativa. Maquinaria y equipo adquirido: a la fecha la empresaria ha adquirido la marmita, dosificadora para envase, 2 mesas de acero inoxidable, empaques, 4 estantes.



Ambiental	Protocolo de desinfección: se tiene establecido un protocolo de desinfección para el establecimiento el cual fue diseñado por una ingeniera de alimentos. La planta cuenta con pozo septico que cumple la función de recibir, separar y tratar las aguas residuales, utilizando procesos biológicos y físicos para degradar la materia orgánica, separar sólidos en lodos y espumas, y liberar el líquido tratado al medio ambiente de forma segura
Ventas	En los ultimos 2 años se han tenido ventas constantes, al inicio del proyecto se vendian un promedio de 80 frascos mensuales, con el paso del tiempo este promedio ha crecido producto de la validación de mercado, y como respuesta a la estrategia de posicionamiento creada por la emprendedora. Actualmente se tienen ventas superiores a 150 frascos mensuales. En este momento se envian 30 cajas mensuales para popayan a una empresa llamada Porcicauca. Adicional se comercializan productos a nivel nacional pedidos que se realizan vía whatsapp

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

Porky grasa keto tiene presencia en https://porky.rdi.store/, Catálogo Digital Interactivo creado a través de la plataforma tecnológica RediRedi. Funciona como una Tienda Virtual o E-commerce ligero diseñado específicamente para facilitar ventas rápidas a través de WhatsApp y redes sociales. Allí se contemplan presentaciones desde 130 gramos hasta 1000 gramos. Para el proyecto se define solo una presentación, puesto que es la que más rotación tiene. Tenemos perfil en google maps https://maps.app.goo.gl/txHm5tAPCpr2DXgP8?g_st=iw. Tenemos perfil creado en instagram sin movimiento se debe mejorar su contenido, biografia https://www.instagram.com/porky_grasa__keto?igsh=ODMyc3ZrN2RocHc0
En el momento se comercializa a los clientes ya habituales. Se espera fortalecer la estrategia digital para llegar a un mercado más extenso. En el proyecto no se contempla un costo más elevado de la estrategia digital puesto que esta la amarra automaticamente a los recursos a pedirle a Fondo Emprender excediendo el monto a pedir. Sin embargo, somos consientes que debemos invertir con recursos propios a esta actividad

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 ($)
Maquinarias y equipos		$ 28.150.000	$ 28.150.000						
Gerente		$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192				
Contador		$ 700.000	$ 700.000	$ 700.000	$ 700.000				
Estrategia digital		$ 1.100.000	$ 1.100.000	$ 1.100.000					
TOTAL	**$ 0**	**$ 32.642.192**	**$ 32.642.192**	**$ 4.492.192**	**$ 3.392.192**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 73.168.768**	**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	Económico PORKY GRASA KETO dinamiza la economía de Ibagué al fortalecer la cadena de valor porcina regional, la cual registró un crecimiento local del 11.7% en 2024. Rentabilidad Comercial: Genera nuevas oportunidades de negocio para 60 supermercados y 140 restaurantes en Ibagué, ofreciendo márgenes de utilidad competitivos frente a productos industriales externos. Empleabilidad: Contribuye a la generación de empleo directo en las áreas de producción, logística y ventas, además de empleos indirectos en la red de proveedores de cerdo certificados del Tolima.
Ambiental	El proyecto adopta un modelo de Economía Circular y Sostenibilidad: Reducción de Plásticos: El uso de envases de vidrio reciclables y reutilizables reduce drásticamente la huella plástica en la cadena de distribución. Cero Desperdicios (Upcycling): Incentiva el aprovechamiento integral del cerdo. Los chicharrones resultantes del proceso de extracción se reintegran a la cadena alimentaria local (fábricas de tamales), evitando desperdicios orgánicos y optimizando los recursos de la planta. Producción Local: Al ser un producto procesado en Ibagué para consumo local, se reducen las emisiones de carbono asociadas al transporte logístico desde otras ciudades.
Social	Salud Pública: Promueve el bienestar mediante el acceso a grasas naturales de alta calidad, impactando positivamente al 30% de la población que ya consume grasas sólidas y busca opciones cardiosaludables (Keto). Seguridad Alimentaria: Genera confianza y tranquilidad en las familias al ofrecer trazabilidad total y estándares de inocuidad garantizados. Identidad Regional: Fortalece el orgullo tolimense al transformar una materia prima tradicional en un producto innovador de valor agregado, posicionando a Ibagué como referente en nutrición funcional.
Tecnológico	Estandarización de Procesos: Implementación de técnicas de extracción térmica controlada y envasado al vacío bajo estrictos estándares de calidad e inocuidad alimentaria. Transformación Digital: Integración de herramientas de Comercio Electrónico mediante un catálogo digital interactivo (plataforma .rdi.store) que facilita la gestión de pedidos 24/7, optimiza la experiencia del cliente y permite la analítica de datos para la toma de decisiones comerciales.

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	2	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	$ 73.168.768	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	2540	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	$ 99.060.000	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?
INVIMA	NACIONAL	BOGOTA	Otorga el registro sanitario y asegura el cumplimiento de normativas de inocuidad
Cámara de Comercio de Ibagué	REGIONAL	IBAGUE	Brinda respaldo empresarial, redes de contacto y apoyo a la formalización.
Productores porcinos certificados	REGIONAL	TOLIMA Y ALREDEDORES	Proveen la materia prima (grasa de cerdo de alta calidad).
Supermercados y restaurantes	NACIONAL	NACIONAL	Canales de distribución, comercialización y contacto directo con el consumidor.

Tiendas naturistas y fitness	NACIONAL	NACIONAL	Comercialización especializada en el nicho saludable y keto.

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
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 15.8
$ 189.6

AÑO 4
Ingr
$
$
$
$
$
$
$
$
$
$

	$
	$
	$
AÑO 4	
Ingr	
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$

	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$ 1

tipo
el
Si ó

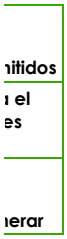
Límites r
financia

lquisición d
e bienes m
hículos aut

Adecuaci
remodela
estructu

ecuacione

as para el r
echos de p
telectual o


itidos
el
es
erar