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

ID del proyecto	119063
Convocatoria a la que postula la iniciativa	153 - 1C / Multisectorial
Fecha de diligenciamiento	martes, 31 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
Juan Manuel Cuellar	CC	14.138.347

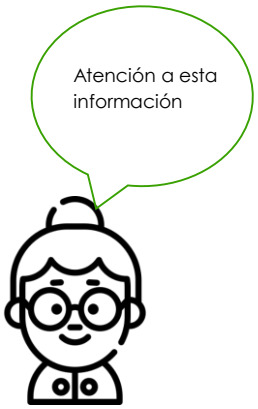
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Prime performance Club	Tolima	Ibagué

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	ACTIVIDADES_ARTÍSTICAS_DE_ENTRETENIMIENTO_Y_RECREACIÓN	9311 Gestión de instalaciones deportivas

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**

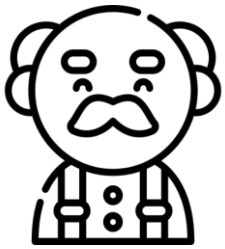
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI



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:

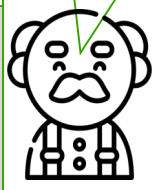
Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde el equipo de profesionales organizarán su participación en una serie de talleres que les guiarán en la construcción del proyecto y el diligenciamiento de esta 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	
Caracteristicas del cliente: El cliente reside principalmente en el barrio Jordán (Comuna 5) y sectores aledaños de la Comuna 4 como Piedrapintada y Calarcá. Se establece un radio de influencia inmediato de acceso peatonal o vehicular de menos de 15 minutos. Estrato socioeconómico: Predominan los estratos 2 y 3. El barrioJordan cuenta con aproximadamente 13.500 habitantes (dato histórico de la JAC ajustado por crecimiento urbano). La Comuna 4 registra 44.077 habitantes (DANE 2019, con proyección superior en 2024-2025) y la Comuna 5 30.549, configurando un radio de influencia inmediato superior a 85.000 personas con acceso peatonal o vehicular de menos de 15 minutos. Tamaño del mercado (Cifras DANE): El radio de influencia impacta a una	A partir de la consulta de fuentes secundarias y de validación realizada durante años se detallan a continuación las preferencias, gustos y perfiles psicográficos del cliente ideal para el gimnasio en Ibagué: Preferencias y Gustos Qué le gusta: Valora la atención personalizada y el acompañamiento de profesionales calificados (especialmente nutricionistas y fisioterapeutas). Prefiere la proximidad a su hogar para evitar desplazamientos largos y aprecia las instalaciones modernas con maquinaria nueva e importada Le gustan las actividades dinámicas como el entrenamiento funcional y las clases grupales musicalizadas (rumba, aeróbicos) que rompen la monotonía del gimnasio tradicional

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



población superior a las 85.000 personas. Según proyecciones del DANE, la Comuna 4 cuenta con aproximadamente 44.077 habitantes y la Comuna 5 con 30.549 habitantes. Además, el 62 % de esta población es físicamente inactiva, lo que representa una oportunidad de captación masiva
Características Demográficas. Rango de edad:
Adultos (Foco principal): Entre los 26 y 45 años, quienes representan el grupo más constante y productivo del sector fitness
Jóvenes y Adolescentes: Entre los 13 y 18 años (estudiantes de bachillerato de instituciones como la IE Jorge Eliécer Gaitán), aprovechando que la población de 0 a 14 años representa el 20 % del sector local (16.000 personas)
Género: Existe un predominio femenino, con una tendencia de participación superior al 55-60 %
Perfil Económico y Capacidad de Compra
Nivel de ingresos: Ingresos familiares promedio para el estrato 3 situados entre 1,8 y 3,5 millones de COP mensuales por hogar
Capacidad de compra: Disposición y liquidez para costear una mensualidad de $90.000, lo cual representa menos del 5 % de su ingreso disponible, permitiéndoles mantener el pago sin afectar significativamente su presupuesto
Frecuencia y Hábitos de Consumo
Frecuencia de compra: El cliente contrata el servicio de forma mensual, usualmente bajo la modalidad de renovación automática por comodidad
Cada cuánto compra: La recurrencia es cada 30 días, manteniendo una permanencia promedio de 4 a 6 meses continuos mientras buscan resultados visibles
Hábitos de consumo:

Qué le da miedo: Teme al sedentarismo y a las enfermedades crónicas derivadas de este, como la obesidad y la hipertensión. También existe un temor latente al riesgo de lesiones si no se cuenta con una técnica adecuada o supervisión profesional
Qué lo hace feliz: Obtener resultados visibles en su control de peso, movilidad y niveles de energía
El ejercicio en sí mismo es una fuente de felicidad (9 de cada 10 personas lo afirman), además de la satisfacción de pertenecer a una comunidad social y reducir el estrés laboral
2. Estilo de Vida y Personalidad
Estilo de vida: Se trata de un adulto productivo que enfrenta altos niveles de estrés en su jornada diaria y busca en el ejercicio un espacio de autocuidado. Es una persona que intenta integrar hábitos saludables en su rutina cotidiana, como caminar más o cuidar su alimentación
Actividades e intereses: Asiste al centro entre 3 y 4 veces por semana
Está interesado en el bienestar preventivo, la suplementación natural sin aditivos y en mejorar su estética física
Personalidad: Se caracteriza por ser proactivo, disciplinado y leal
Es un consumidor que valora la calidad y la constancia, y suele ser un promotor de la "recomendación boca a boca" en su entorno residencial
Opiniones: Cree que el gimnasio no es solo para mejorar el aspecto del cuerpo, sino un pilar fundamental para la salud mental y espiritual
Considera que el sector fitness debe ser un espacio de promoción y prevención de la salud pública
3. Relación con el Producto y Compra
Ventajas deseadas: Busca un servicio integral que combine entrenamiento, nutrición clínica y fisioterapia en un mismo lugar
Valora la flexibilidad de horarios (mañana, tarde y noche) y el uso de

CONSUMIDOR

Nuestro consumidor si bien son los mismos descritos anterioremente. Los Jóvenes y Adolescentes: Entre los 13 y 18 años (estudiantes de bachillerato de instituciones como la IE Jorge Eliécer Gaitán, sagrada familia, instituto juan lozano y lozano, exalumnas de la presentación entre otros), representa el 20% de la población del sector. (16.000 personas). Generalmente ellos no pagan por el servicio, son sus padres quienes realizan la compra, pero ellos son los que consumen el servicio. Habitualmente asisten en jornadas contrarias a sus actividades escolares, es así, que los alumnos de la jornada mañana asisten en la tarde, y los de jornada tarde, asisten en la mañana. Es común ver el gimnasio frecuentado por esta población entre 9 y 11 am y 2:30 a 4:30 pm. También se destaca como consumidor a los jovenes que pertenecen a academias de futbol y patinaje en la ciudad.

El Directorio de Clubes Deportivos del IMDRI muestra las siguientes cifras de escuelas deportivas de futbol y patinaje
Fútbol: Es la disciplina con mayor presencia, contando con al menos 133 clubes de fútbol registrados en el directorio principal, más 3 adicionales bajo una categoría de fútbol americano/fútbol alternativa y 2 de mini fútbol

Patinaje: Existen 27 clubes de patinaje registrados.

Actualmente Ibagué tiene un total de 165 academias. Normalmente estas actividades se generan al aire libre y sus entrenadores buscan gimnasios para complementar la actividad fisica de los estudiantes. En el sector existen 10 parques en los cuales se entrena futbol y patinaje. Estos se convierten en consumidores potenciales para el proyecto.

Cualidades, Preferencias y Gustos: Qué le gusta: El consumidor valora la disciplina, el respeto y la competitividad. Les apasiona representar al departamento en campeonatos nacionales e interligas. Qué le da miedo: Al padre de familia (cliente) le teme al sedentarismo infantil (que afecta al 62 % de la población) y a la inseguridad en los polideportivos públicos. El deportista adulto teme al riesgo de lesiones por falta de técnica o supervisión profesional. Qué lo hace feliz: Obtener resultados técnicos, mejorar el aspecto físico y pertenecer a una comunidad deportiva. Participar en festivales de inicio de temporada y fogueos en escenarios profesionales les genera alta satisfacción. Estilo de vida: Familias proactivas que buscan el bienestar preventivo y la socialización a través del deporte. Son personas que integran la actividad física en su rutina diaria para manejar el estrés académico o laboral
Personalidad: Disciplinados, constantes y con una alta orientación al logro
Intereses y Opiniones: Creen que el deporte es fundamental para la salud mental y espiritual
Valoran la innovación tecnológica, como el uso de apps de seguimiento para ver su evolución técnica
Ventajas deseadas: Instalaciones modernas, atención personalizada y servicios complementarios como fisioterapia para recuperación física y asesoría nutricional para deportistas
Medios de pago: Preferencia por transferencias electrónicas y portales transaccionales (PSE), aunque el efectivo sigue siendo común en clubes de barrio

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 de Salud Pública: Inactividad y Sedentarismo
Cifras alarmantes: En Ibagué, el 62 % de la población es físicamente inactiva
Además, a nivel nacional, el 56 % de los adultos sufre de sobrepeso u obesidad, condiciones que aumentan el riesgo de enfermedades crónicas no transmisibles como la hipertensión y la diabetes
Sedentarismo infantil: En la comuna 4 y 5, hay aproximadamente 16,000 niños y adolescentes que carecen de suficientes espacios de actividad física estructurada para combatir el sedentarismo y apoyar su desarrollo motor
Carencia de Oferta Integral y Especializada
Limitaciones de la competencia: Los centros de entrenamiento cercanos suelen tener instalaciones pequeñas, maquinaria desactualizada o se enfocan únicamente en el ejercicio físico (pesas o CrossFit), careciendo de un acompañamiento profesional interdisciplinarioNecesidad desatendida: Existe una demanda no satisfecha de servicios que integren el entrenamiento deportivo con nutrición clínica y fisioterapia en un mismo lugar
Esta falta de visión holística impide que los usuarios traten de manera efectiva sus patologías, rehabilitaciones o metas estéticas
Falta de infraestructura en la zona: A pesar de ser una zona residencial-comercial de alto flujo poblacional (radio de influencia de

¿Porqué y cómo seleccionó esta iniciativa?

Falta de infraestructura en la zona. A pesar de ser una zona residencial-comercial de alto flujo poblacional (radio de influencia de más de 85,000 personas), los gimnasios ubicados en los centros comerciales mantienen muy llenos y genera inconformidad para los usuarios que no encuentran maquinas libres a la hora de entrenar, aumentando el tiempo en el gym, lo que hace que desistan de ir al gimnasio por falta de tiempo. Con un gimnasio con la capacidad instalada que tendrá este, encontraran otra opción para sus entrenamientos
Necesidades Específicas por Segmento



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
Zona Fit	Tolima, Ibague	Centro de entrenamiento deportivo	$80000 /mes	Tiempo de estableciemiento de la empresa en el sector. Especialidad en rutinas de crossfit como diferenciador. Eventos propios y en sociedad con empresas similares ya establecidos y reconocidos por la comunidad Crossfitera	No hay maquinaria de musculación Personal especializado solo en entrenamiento funcional No hay asesoria de nutrición , ni de fisioterapia Instalaciones pequeñas
Tienda CR Fitness Gym	Tolima, Ibague	Centro de entrenamiento deportivo	$90,000 /mes	Mas de tres años de establecimiento en la zona como un gimnasio de pesas enfocado en varios deportes como el futbol. Tienen una tienda de suplementacion deportiva completa	Poseen poca maquinaria de musculación No hay asesoria de nutrición , ni de fisioterapia Instalaciones pequeñas
Beto Gym	Tolima, Ibague	Centro de entrenamiento deportivo	$ 65,000 / mes	Bajo costo de mensualidad Años de establecimeinto en la zona	Poseen maquinaria de musculación antigua y desactualizada No hay asesoria de nutrición , ni de fisioterapia Instalaciones pequeñas

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

Prime Performance Club se posicionara como un centro de bienestar importante en la zona norte de la ciudad de Ibagué, ofreciendo amplias instalaciones, cómodas y modernas que garantizan un ambiente agradable y con la tecnología necesaria para el acompañamiento de la población.
Nuestra principal ventaja competitiva radica en un modelo de atención integral y especializada, donde el usuario accede a asesoría profesional en entrenamiento deportivo, nutrición clínica y fisioterapia en un mismo lugar, resolviendo la carencia de servicios interdisciplinarios en la zona
Contaremos con maquinaria suficiente, moderna, importada y nueva con una capacidad instalada para atender a más de 300 personas activas, lo que permite un flujo eficiente y cómodo para los usuarios de los estratos 2 y 3. Vale mencionar que el proyecto se encuentra en su fase de adecuaciones y adquisición de maquinaria para iniciar con recursos propios mientras se otorgan los recursos Fondo Emprender.
Para dinamizar la experiencia y fomentar la interacción social, se dictarán clases de actividad física musicalizada, una tendencia que motiva a los consumidores al romper la monotonía del gimnasio tradicional y combatir el alto índice de sedentarismo local.
El centro brinda asesoría experta en el uso de suplementación alimenticia, deportiva y clínica, respondiendo a la demanda de un mercado que busca cada vez más el bienestar preventivo y productos de alta calidad. A su vez una ventaja competitiva importante es el perfil del emprendedor líder de este proyecto, quien se ha especializado en nutrición a

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:

Nuestro Centro de entrenamiento deportivo brinda asesoria porfesional en nutrición clinica y deportiva, Fisioterapia, actividades fisicas musicalizadas y asesoria en suplementacion alimenticia, deportiva y clinica. Ofrecemos amplias instalaciones, cómodas y modernas que garantizan un ambiente agradable y con la tecnología necesaria para el acompañamiento de la población.
Nuestra principal ventaja competitiva radica en un modelo de atención integral y especializada, donde el usuario accede a asesoría profesional en entrenamiento deportivo, nutrición clínica y fisioterapia en un mismo lugar, resolviendo la carencia de servicios interdisciplinarios en la zona

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.

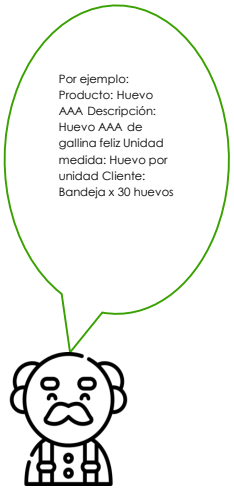
Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

Nuestro:	Centro de entrenamiento fisico brinda educacion profesional del ejercicio y la nutrición como pilares de la salud y
Ayuda:	a conscientizar y generar habitos saludables en torno a mejorar capacidades fisicas, motoras, mentales y de recuperacion fisica y nutricional
Que:	fortalece el bienestar personal y social
Mediante:	un ambiente agradable, con la tecnologia necesaria y los profesionales idoneos para acompañar cada proceso de la poblacion circundante de todas las edades



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
Entrenamiento fisico deportivo	Valoracion fisica inicial, programacion de rutinas de ejercicio personalizado y acompañamiento para el desarrollo de la misma	Mensualidad	Acceso a zona de entrenamiento por 30 días
Servicio de nutricion	Valoración inicial de las patologias y/o objetivos personales, programación del plan nutricional personalizado y seguimeinto periodico de avances cuantitativos.	Consulta nutrición	Entrega de informe de programación a seguir y citas de control y chequeo
Servicio de fisioterapia	Valoracion inicial de los pacientes, diagnostico y programamcion de las actividades terapeuticas y acompañamiento en cada sesion requerida.	Consulta Fisioterapia	programacion y citas de trabajo terapeutico

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

Entrenamiento fisico deportivo			
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)
Antropometria inicial: Valoración cuantitativa inicial de las medidas, proporciones y dimensiones del cuerpo Humano	30 minutos	Plicometro, cinta antropometrica, marcador de tinta	Preparadr fisico. Se contempla la contratación de 2 entrenadores en turnos de 8 horas cada uno. Para efectos del proyecto se relaciona en el punto 11, solo 1 entrenador ya que no podemos comprometer los

Planificación de del programa de entrenamiento: generación de un conjunto de actividades organizadas y diagramadas en busca de un objetivo trazado por el usuario	60 minutos	Computador y software	Preparadr fisico. Se contempla la contratación de 2 entrenadores en turnos de 8 horas cada uno. Para efectos del proyecto se relaciona en el punto 11, solo 1 entrenador ya que no podemos comprometer los
Acompañamiento de la ejecución: guia y correción de la biomecanica de cada ejercicio programado en la rutina.	90 minutos diarios / 4 dias a la semana	Maquinaria de musculación, cronometro, centro de entrenmiento amplio y equipado	Preparadr fisico. Se contempla la contratación de 2 entrenadores en turnos de 8 horas cada uno. Para efectos del proyecto se relaciona en el punto 11, solo 1 entrenador ya que no podemos comprometer los
Antropometria de avance: Valoración cuantitativa inicial de las medidas, proporciones y dimensiones del cuerpo Humano que al compararlo con la antropometria inicial evidencia en progreso trazado en los objetivos	60 minutos / cada 7 semanas	Computador y software	Preparadr fisico. Se contempla la contratación de 2 entrenadores en turnos de 8 horas cada uno. Para efectos del proyecto se relaciona en el punto 11, solo 1 entrenador ya que no podemos comprometer los

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
50	16	30	24.000

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

Servicio de nutricion			
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)
Antropometria inicial: Valoración cuantitativa inicial de las medidas, proporciones y dimensiones del cuerpo Humano y entrevista para conocer afecciones de salud.	60 minutos	Plicometro, cinta antropometrica, marcador de tinta, computador	Profesional en nutrición clinica
Planificación de del programa de nutrición dependiendo del caso con analiticas de sangre a la mano	90 minutos	Computador y software	Profesional en nutrición clinica
Acompañamiento del proceso y aclaración de dudas en la ejecución	20 minutos dia por medio	Telefono y software de comunicación	Profesional en nutrición clinica

Antropometria de avance: Valoración cuantitativa inicial de las medidas, proporciones y dimensiones del cuerpo Humano que al compararlo con la antropometria inicial evidencia en progreso trazado en los objetivos	90 minutos / cada 7 semanas	Computador y software	Profesional en nutrición clinica

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
1	4	15	60

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

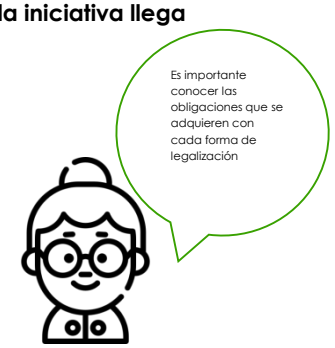
Servicio de fisioterapia			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Evaluación inicial: diagnostico fisioterapeutico en cita programada de las disfunciones del movimiento y condicion fisica del paciente	60 minutos	Camillla y consultori o adecuado con mateiral clinico especializado	Profesional en Fisioterapia. El pago de la fisioterapeuta se realizara por obra o labor, es decir, cada que se realice una terapia se cancela el servicio. Por esta razón no se contempla en el punto 11 equipo de
Planificación de del programa de fisiotarapia dependiendo del caso sea de rehabilitacion, trtmiento del dolor, ejercicio terapeuticoo reeducacion funcional	90 minutos	Computador y software	Profesional en Fisioterapia. El pago de la fisioterapeuta se realizara por obra o labor, es decir, cada que se realice una terapia se cancela el servicio. Por esta razón no se contempla en el punto 11 equipo de
Terapias fisiotarapeuticas: metodologias clinicas espacializadas segun cada caso particlualr	60 minutos / 3 dias por semana	Camillla y consultori o adecuado con mateiral clinico especializado	Profesional en Fisioterapia. El pago de la fisioterapeuta se realizara por obra o labor, es decir, cada que se realice una terapia se cancela el servicio. Por esta razón no se contempla en el punto 11 equipo de
Evaluación Final: diagnosticode avance del proceso especifico	90 minutos	Camillla y consultori o adecuado con mateiral clinico especializado	Profesional en Fisioterapia. El pago de la fisioterapeuta se realizara por obra o labor, es decir, cada que se realice una terapia se cancela el servicio. Por esta razón no se contempla en el punto 11 equipo de

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

Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
1	4	15	60

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.**	Creación camara y camercio de establecimiento como persona juridica	$ 500.000	1

Permiso Secretaria de salud	Solicitud escrita y tramite de visita por parte de funcionarios de la alcaldia	$ 0	60
Permiso certificado inspeccion de bomberos	Solicitud escrita y tramite de visita del cuerpo de bomberos	$ 0	60
Poliza de responsabilidad civil (aseguradora)	la póliza de responsabilidad civil (generalmente responsabilidad civil extracontractual	$ 1.200.000	7
Permiso policia	Se radicara oficio ante el puesto de policia del éxito para informar de la apertura del establecimiento	$ 0	1
Concepto de Uso de Suelos	Documento que certifica que la actividad económica de gimnasio está permitida en la ubicación elegida	$ 0	30
Seguridad y Salud en el Trabajo (SST)	Es necesario implementar un Manual de SST para garantizar la seguridad de empleados y usuarios	$ 1.000.000	30
Manual de saneamiento basico protocolos de bioseguridad	El manual debe estar por escrito y disponible para consulta de la autoridad sanitaria en cualquier momento. Lo elabora el profesional proponente del proyecto quien tiene la competencia y se ha realizado la consulta en Secretaria de Salud del municipio, quienes han facilitado los formatos que deben tener listos para la apertura del establecimiento, que se proyecta para mayo.	$ 0	60
TOTAL		$ 2.700.000	

8. CANALES (¿Cómo van a conocer mi negocio?)

¿De que forma espera que los clientes sepan de sus productos o servicios? Indique los canales para comunicar su producto a la comunidad.

Estrategia de comunicación Indique la acción a realizar (Ejemplo: Página Web, Tarjetas, Pendones, entre otros) **(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**
Redes sociales	$ 2.000.000
Volantes y Pendones	$ 600.000

Evento de inaguracion	$ 1.000.000
TOTAL	**$ 3.600.000**

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	Souvenir (proteina+creatina)	$ 1.000.000
Otra	X	Cuñas radiales	$ 1.000.000
Ninguna			
Total			**$ 2.000.000**

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	x	que permite a los negocios aparecer en Google Maps y en los resultados locales de búsqueda de Google.	$ 0
A domicilio			
Con distribuidores			
Otro			
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 ventas se realiza a 5 años, se tiene en cuenta principalmente la capacidad instalada del proyecto. Para este ejercicio se plantea la prestación de servicio en un escenario normal. La proyección de ventas se fundamenta en un modelo de crecimiento gradual y realista, respaldado por una validación comercial previa de varios años, así como un estudio de localización del local estrategico para los fines del proyecto. Adicional se fundamenta en un modelo de crecimiento mixto que integra tanto la expansión de la cuota de mercado como el ajuste por variables macroeconómicas de referencia nacional. Se ha aplicado un incremento anual a los precios de venta indexado al Índice de Precios al Consumidor (IPC) proyectado, tomando como referencia proyecciones del Banco de la Republica, se establece un incremento porcentual del 5% para el año 2 al 5 asegurando que el valor real de la oferta se mantenga frente a la pérdida del poder adquisitivo del consumidor. Simultáneamente, la estimación de los márgenes de rentabilidad considera las fluctuaciones del Índice de Precios del Productor (IPP). Las proyecciones respetan los límites 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

Entrenamiento fisico deportivo	$ 90.000	$ 94.500	$ 99.225	$ 104.186	$ 109.396
Servicio de nutricion	$ 220.000	$ 231.000	$ 242.550	$ 254.678	$ 267.411
Servicio de fisioterapia	$ 150.000	$ 157.500	$ 165.375	$ 173.644	$ 182.326

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	Entrenamiento fisico deportivo

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	65	$ 5.850.000	160	$ 15.120.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 2	65	$ 5.850.000	160	$ 15.120.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 3	90	$ 8.100.000	180	$ 17.010.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 4	100	$ 9.000.000	170	$ 16.065.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 5	130	$ 11.700.000	170	$ 16.065.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 6	140	$ 12.600.000	170	$ 16.065.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 7	140	$ 12.600.000	180	$ 17.010.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 8	140	$ 12.600.000	180	$ 17.010.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 9	140	$ 12.600.000	180	$ 17.010.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 10	140	$ 12.600.000	180	$ 17.010.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 11	140	$ 12.600.000	180	$ 17.010.000	180	$ 17.860.500	200
Mes 12	140	$ 12.600.000	180	$ 17.010.000	180	$ 17.860.500	200
TOTAL	**1430**	**$ 128.700.000**	**2090**	**$ 197.505.000**	**2160**	**$ 214.326.000**	**2400**

PRODUCTO O SERVICIO 2	Servicio de nutricion

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	15	$ 3.300.000	15	$ 3.465.000	18	$ 4.365.900	20
Mes 2	15	$ 3.300.000	15	$ 3.465.000	18	$ 4.365.900	20
Mes 3	17	$ 3.740.000	16	$ 3.696.000	20	$ 4.851.000	20
Mes 4	17	$ 3.740.000	17	$ 3.927.000	22	$ 5.336.100	25
Mes 5	16	$ 3.520.000	17	$ 3.927.000	22	$ 5.336.100	25
Mes 6	16	$ 3.520.000	18	$ 4.158.000	22	$ 5.336.100	25
Mes 7	16	$ 3.520.000	18	$ 4.158.000	22	$ 5.336.100	22
Mes 8	16	$ 3.520.000	16	$ 3.696.000	22	$ 5.336.100	22
Mes 9	20	$ 4.400.000	18	$ 4.158.000	20	$ 4.851.000	20
Mes 10	20	$ 4.400.000	16	$ 3.696.000	20	$ 4.851.000	20

Mes 11	19	$ 4.180.000	10	$ 2.310.000	10	$ 2.425.500	10	
Mes 12	19	$ 4.180.000	10	$ 2.310.000	10	$ 2.425.500	10	
TOTAL	**206**	**$ 45.320.000**	**186**	**$ 42.966.000**	**226**	**$ 54.816.300**	**239**	

PRODUCTO O SERVICIO 3	Servicio de fisioterapia

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	20	$ 3.000.000	38	$ 5.985.000	42	$ 6.945.750	42
Mes 2	22	$ 3.300.000	39	$ 6.142.500	43	$ 7.111.125	43
Mes 3	25	$ 3.750.000	38	$ 5.985.000	44	$ 7.276.500	44
Mes 4	25	$ 3.750.000	36	$ 5.670.000	43	$ 7.111.125	43
Mes 5	25	$ 3.750.000	37	$ 5.827.500	44	$ 7.276.500	44
Mes 6	27	$ 4.050.000	38	$ 5.985.000	45	$ 7.441.875	45
Mes 7	27	$ 4.050.000	39	$ 6.142.500	45	$ 7.441.875	45
Mes 8	30	$ 4.500.000	40	$ 6.300.000	45	$ 7.441.875	45
Mes 9	28	$ 4.200.000	42	$ 6.615.000	46	$ 7.607.250	46
Mes 10	30	$ 4.500.000	42	$ 6.615.000	47	$ 7.772.625	47
Mes 11	35	$ 5.250.000	42	$ 6.615.000	47	$ 7.772.625	47
Mes 12	35	$ 5.250.000	40	$ 6.300.000	45	$ 7.441.875	45
TOTAL	**329**	**$ 49.350.000**	**471**	**$ 74.182.500**	**536**	**$ 88.641.000**	**536**

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 ($)	Cantidad requerida en el año 1	Valor Total Año 1 ($)
Canon arrendamiento	$ 6.000.000	12	$ 72.000.000
Servicios publico agua, Luz, gas	$ 750.000	12	$ 9.000.000
Internet y telefonia movil	$ 120.000	12	$ 1.440.000
seguro de maquinaria	$ 100.000	12	$ 1.200.000
Mensualidad Alarmas y seguridad	$ 200.000	12	$ 2.400.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 7.170.000		**$ 86.040.000**



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			**Entrenamiento fisico deportivo**	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Costos fijos + Depreciacion maquinaria m	unidad	$ 32.600	1	$ 32.600
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 32.600

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2			**Servicio de nutricion**	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Hora de consulta, plan de alimentación, t	Unidad	$ 100.000	1	$ 100.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 100.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 3			**Servicio de fisioterapia**	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario	Cantidad por unidad de producto	Valor Total
Hora de sesión fisioterapeuta	unidad	$ 60.000	1	$ 60.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 60.000

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

PRODUCTOS O SERVICIOS	Entrenamiento fisico deportivo	Servicio de nutricion	Servicio de fisioterapia
Precio de Venta	$ 90.000	$ 220.000	$ 150.000

Costo Variable	$ 32.600	$ 100.000	$ 60.000
Margen de contribución	$ 57.400	$ 120.000	$ 90.000
% Participación	70%	15%	15%
Margen de contribución ponderado	$ 40.180	$ 18.000	$ 13.500
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	100,0279018		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**70**	**15**	**15**

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	$ 5.600.000	$ 5.880.000	$ 6.174.000	$ 6.482.700
Dotacion personal	$ 1.500.000	1	$ 1.500.000	$ 1.575.000	$ 1.653.750	$ 1.736.438
Manual de SST	$ 1.000.000	1	$ 1.000.000	$ 1.050.000	$ 1.102.500	$ 1.157.625
Matricula mercantil	$ 500.000	1	$ 500.000	$ 525.000	$ 551.250	$ 578.813
Servicios bancarios	$ 40.000	12	$ 480.000	$ 504.000	$ 529.200	$ 555.660
Software de facturación	$ 700.000	1	$ 700.000	$ 735.000	$ 771.750	$ 810.338
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL			**$ 9.780.000**	**$ 10.269.000**	**$ 10.782.450**	**$ 11.321.573**

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 y nutricionista	Contrato Laboral a término indefinido	Direccion de estrategia tecnica y comercial, representacion en eventos interinstitucionales y sociales servicio en el area de nutricion Y apoyo en el area de contabilidad y pagos administrativos. Nota: se relacionan 6 meses en esta tabla los cuales se cubriran con ventas de la empresa. Los meses restantes se solicitaran a fondo emprender en gastos preoperativos	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	6
Entrenador 1	Prestación de servicios	Realizacion de antropometrias a usuarios nuevos y evaluaciones periodicas de avance guia y exposicion de las instalaciones y servicios a futuros usuarios programación de rutinas de entrenamiento acompañamiento y correcciones biomecanicas de la ejecucion del trabajo de los usuarios. Nota: Nota: se relacionan 6 meses en esta tabla los cuales se cubriran con ventas de la empresa. Los meses restantes se	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	6
Contador publico	Prestación de servicios	Elaboración y análisis de estados financieros. Registros y control de transacciones contables. Análisis de costos y rentabilidad. Asesoramiento fiscal y tributaria. Nota: se relacionan 6 meses en esta tabla los cuales se cubriran con ventas de la empresa. Los meses restantes se solicitaran a fondo emprender en gastos preoperativos	$ 700.000	NO	$ 700.000	6
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
TOTAL					**$ 6.084.383**	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	6

12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

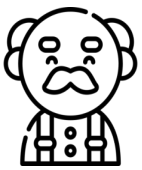
Defina cuanto es el valor del proyecto, indicando que actividades serán solicitadas para financiar con el Recurso de Fondo Emprender.

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	Maquinaria de entrenamiento fisico importada (incluye fletes e instalación) (SUPER SMITH, TROTADORA CURVA, E22, ADDUCTOR, HAMMER ADDUCTOR, SENTADILLA CON CINTURO SERIO 600, ELEVACION PELVIDA CON CINTURON)	$ 38.000.000	1	$ 38.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Equipos de computo recepcion y equipos	$ 2.600.000	1	$ 2.600.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Herramientas consultorios nutricion y fisioterapia (plicometro, bascula digital, banco pliometria, camilla, bandas elasticas, rodillos, goniometros, fitball y Equipo de estimulacion electrica transcutanea)	$ 3.000.000	1	$ 3.000.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 43.600.000**

En este punto puede describir
Adecuaciones
Permisos y Licencias
Materia prima
Mano de obra
Otros Costos (Ej: Transporte, Empaques, Etiquetas…)
Gastos de administración y ventas (Arriendo, Publicidad, Recurso humano administrativo), entre otros

GASTOS ANTES DE INICIAR (PREOPERATIVOS)

Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Estrategia de comunicación		$ 5.600.000	1	$ 5.600.000
Pago de salarios u honorarios	Pago del gerente	$ 2.692.192	4	$ 10.768.768
Pago de salarios u honorarios	Pago contador	$ 700.000	4	$ 2.800.000
Pago de salarios u honorarios	Pago del entrenador	$ 2.692.192	4	$ 10.768.768
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	**$ 29.937.536**

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	**$ 73.537.536**	**Cumple recursos para número de integrante registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**3**	**Cumple empleos a gen**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

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

Individual	
Hasta SMMLV	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1
56	3
70	5

Asociaciones de aprendices y/o egresados del SENA, iniciativas asociativas, cooperativas de las personas de la economía popular y demás formas asociativas de campesinos			
Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
200	299	5-9.	7
300	399	10-14.	8
400	500	15 en adelante	10

Asociaciones Campesinas / Cooperativas campesinas y otras formas asociativas campesinas y cooperativas de la población de la economía popular			
Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
400	600	20	7
600	900	21-26.	8
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	Esta empresa ingresa a asesoria en el centro de desarrollo empresarial por otras fuentes de financiación donde crea una camara de comercio como persona natural en el mes de febrero del presente año, se proyecta la apertura del establecimiento con recursos propios en el mes de mayo. Al tener camara de comercio como persona natural se contempla la creación de una SAS en caso de ser aprobado por Fondo Emprender. Se ha visitado la Secretaria de Salud municipal donde se ha otorgado información sobre los formatos que deberán tenerse listos para la visita de inspección por parte de la Alcaldía una vez se realice apertura, estos formatos hacen parte de los protocolos de bioseguridad que deberán manejarse en el establecimiento
Comercial	El emprendimiento actualmente cuenta con una proyección de 50 clientes que se inscribiran inicialmente en el establecimiento, estos son principalmente conocidos, amigos y clientes actuales del emprendedor, quien presta sus servicios como entrenador personalizado a 20 clientes mensuales actualmente. Este servicio se presta en diferentes gimnasios de la ciudad, ahora serán trasladados al gimnasio del proponente del proyecto para brindar un servicio más especializado. Adicional, por la ubicación en el barrio Jordan tercera etapa se tendrá una suscripción inicial de usuarios que permitira cubrir los costos fijos mientras se alcanza punto de equilibrio. Adicional, se estan haciendo campañas de expectativa en las redes sociales personales y en el perfil empresarial creado para el gimnasio que esta proximo a aperturar.
Técnico	Se cuenta con el capital humano disponible para iniciar, el gerente y proponente del proyecto con estudios en fisiculturismo, nutrición de la universidad javeriana y amplia experiencia en entrenamiento fisico- Se cuenta con el personal calificado para ser entrenadores del gimnasio, se cuenta con la fisioterapeuta que brindara el servicio de terapia. Adicional se cuenta con una inversión con recursos propios de 70 millones de pesos, con los cuales se estan comprando las primeras maquinas del gimnasio. Sin embargo, este recurso no es suficiente para dotar completamente el gimnasio como se desea, por eso se propone este proyecto para Fondo Emprender.



Ambiental	Se contempla dentro del manual de saneamiento basico la Gestión de Residuos (GIRS) Separación en la Fuente: Instalar estaciones de reciclaje claramente marcadas para: Plásticos: Botellas de bebidas hidratantes (PET). Papel/Cartón: Toallas de papel de secado y cajas de suplementos. Residuos Peligrosos: Si cuentas con área de fisioterapia, este punto es obligatorio para desechar agujas (punción seca), vendajes o guantes (según la normativa de salud local). Reducción de Plásticos de un Solo Uso: Fomentar el uso de caramañolas reutilizables y eliminar la venta de agua en vasos plásticos desechables. Dentro de las adecuaciones se estan contemplado el uso de Eficiencia Energética por medio de la instalación de Iluminación LED: Uso obligatorio de sensores de movimiento en áreas de bajo tráfico (baños, vestuarios, depósitos). Adquirir máquinas de cardio que generen su propia energía al ser usadas. Limpieza y Desinfección Sostenible. Productos Biodegradables: Utilizar detergentes y desinfectantes con bajo impacto ambiental (libres de fosfatos). Sistemas de Vapor: Para desinfectar colchonetas y máquinas reduciendo el uso de químicos fuertes. Calidad del Aire: Protocolo de ventilación natural o filtros HEPA para asegurar que el aire recirculado esté limpio de patógenos y olores.
Ventas	En la actualidad se tienen ventas como independiente promedio de $4.000.000 mensuales, producto de las asesorías nutricionales y de entrenamiento deportivo que se realiza como prestación de servicios personales. El gimnasio aun no se percibe ingresos puesto que se encuentra en la etapa de puesta en marcha.

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

Se tiene creado el perfil de instagram https://www.instagram.com/prime.gymclub?igsh=MXd1cTk4Z2c3ZzF6aw==. Los demás perfiles de redes sociales se encuentran al envío de este documento en construcción por tal razón no se relacionan, el objetivo de este perfil es empezar campaña de expectativa, realizar pautas pagas para alcanzar la audiencia por localización que permita atraer clientes potenciales para la apertura del establecimiento en Mayo de 2026. Se cuenta con un capital producto de ahorros personales con los cuales se toma la decisión de crear una empresa dedicada a lo que me apasiona realmente desde niño, el deporte. Este emprendimiento es la materialización de mis sueños y experticia recopilada durante 20 años. Se postula el proyecto a Fondo Emprender como alternativa para obtener capital semilla que permita ofrecer un servicio especiallizado en la ciudad. Se cuenta con un local arrendado en el barrio jordan tercera etapa, el cual consta de 2 plantas, local nuevo, será estrenado por Prime Performance club, ubicado en un sector comercial, sobre la carrera quinta, lugar con mucho flujo vehicular y con sectores residenciales alrededor, frente a colegios y oficinas. Los medios de transporte son muy favorables, teniendo todas las rutas de busetas al frente del gimnasio, así mismo cuenta con zona para parqueo para quienes llegan en vehiculo propio. El lugar cuenta con uso de suelo acorde a la actividad economica y certificado de tradición y libertad libre de embargos, sucesiones e hipotecas. Esto permite concluir que contamos con todos los requisitos en regla para operar. PERFIL EMPRENDEDOR: Juan Manuel cuellar es nutricionista y dietista de la

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 ($)
Maquinaria y equipo	$ 20.000.000	$ 18.000.000							
Equipo de computo y recepcion		$ 2.600.000							
Herramientas para prestar servicio de nutrición y fisioterapia plicometro, bascula		$ 3.000.000							
Salario gerente		$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192				
Salario entrenador		$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192				
Honorarios contador		$ 700.000	$ 700.000	$ 700.000	$ 700.000				
Estrategia de comunicación		$ 2.800.000	$ 2.800.000						
TOTAL	**$ 20.000.000**	**$ 32.484.384**	**$ 8.884.384**	**$ 6.084.384**	**$ 6.084.384**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 73.537.536**	**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	Un centro de entrenamiento deportivo con nutrición y fisioterapia impulsa el crecimiento económico regional al generar empleo directo (entrenadores, nutricionistas, fisioterapeutas) e indirecto (proveedores, mantenimiento). Atrae clientes de zonas cercanas, dinamizando comercios locales, hostelería y turismo de bienestar. Reduce costos sanitarios públicos al prevenir enfermedades, libera recursos y contribuye al PIB mediante una industria en expansión en Colombia . Es motor de prosperidad sostenible y salud comunitaria.
Ambiental	Un centro de entrenamiento deportivo con nutrición y fisioterapia aporta al crecimiento ambiental de una región al promover prácticas sostenibles: reduce la huella de carbono mediante equipos que generan energía cinética (eléctrica renovable), fomenta dietas plant-based y locales que bajan emisiones agrícolas, y educa en hábitos saludables que incentivan actividad al aire libre, preservando ecosistemas. Mejora la calidad del aire y agua al disminuir enfermedades crónicas y consumo energético público, impulsando una cultura ecológica y resiliente en la comunidad.
Social	Un centro de entrenamiento deportivo con nutrición y fisioterapia impulsa el crecimiento social de una región al fomentar integración comunitaria, crear redes de apoyo mutuo y fortalecer lazos entre vecinos mediante clases grupales y eventos inclusivos. Reduce el aislamiento, mejora la salud mental y física colectiva, promueve valores como disciplina, respeto y trabajo en equipo, y contribuye a la convivencia pacífica, inclusión de grupos vulnerables y cohesión social en comunidades como Tolima.
Tecnológico	Un centro de entrenamiento deportivo con nutrición y fisioterapia impulsa el crecimiento tecnológico de una región al adoptar y difundir innovaciones como wearables, apps de seguimiento, IA para planes personalizados, análisis biomecánico y equipos conectados. Fomenta la adopción local de herramientas digitales, capacita profesionales en tecnologías emergentes, atrae startups de SportTech y genera demanda de soluciones avanzadas, posicionando la zona (como Tolima) como hub de innovación en salud y bienestar digita

17. INDICADORES

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

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	3	El valor de este indicador se define de acuerdo con la información descrita en el punto 11. Equipo de Trabajo donde se registran los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Eventos de mercadeo	6	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	$ 73.537.536	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	1965	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	$ 223.370.000	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?
Indeportes tolima	Público	Ibague	Eventos y difusion en la poblacion. Permisos y licencias para operar
Secretaria de salud	Público	Ibague	Eventos y difusion en la poblacion. Permisos y licencias para operar
Cajas de compensacion	Privado	Ibague	Trabajo interinstitucional para atender usuarios de dicha entidad con descuento con carnet laboral
Universidades	Público y privado	Ibague	Trabajo interinstitucional para atender usuarios de dicha entidad con descuento con carnet estudiantil

Colegios	Publicos y privados	Ibague	Trabajo interinstitucional para atender usuarios de dicha entidad con descuento con carnet estudiantil

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

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 20.8

$ 250.0

AÑO 4

Ingr

$ 5.09

$ 5.09

$ 5.09

$ 6.36

$ 6.36

$ 6.36

$ 5.60

$ 5.60

$ 5.09

$ 5.09

$ 2.54
$ 2.54
$ 60.8
AÑO 4
Ingr
$ 7.29
$ 7.46
$ 7.64
$ 7.46
$ 7.64
$ 7.81
$ 7.81
$ 7.81
$ 7.98
$ 8.16
$ 8.16
$ 7.81
$ 93.0

	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$ 1

tipo
el
Si ó

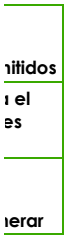
Límites r
financia

lquisición d
e bienes m
hículos aut

Adecuaci
remodela
estructu

ecuacione

as para el r
echos de p
telectual o


itidos
el
es
erar