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

ID del proyecto	122757
Convocatoria a la que postula la iniciativa	162 - 1C /Indígenas
Fecha de diligenciamiento	lunes, 27 de abril 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
Mario Fernando Lozano Loaiza	CC	93.445.288

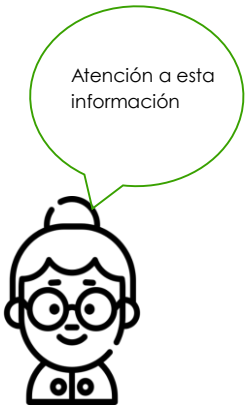
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Ganadería Castilla	Tolima	Coyaima

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)
ECONOMÍA_CAMPESINA	AGROPECUARIO	0141 Cría de ganado bovino y bufalino

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**

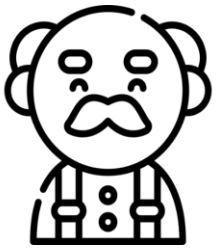
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI



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.**

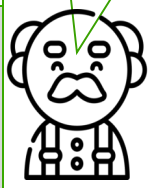
INSTRUCCIONES GENERALES:

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.

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



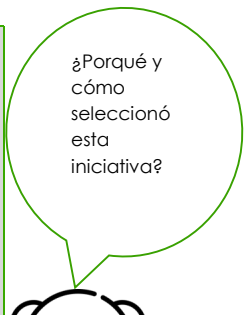
CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato socieconómico, rango de edad y género. Explique su capacidad 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.	**CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR** 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	
El proyecto Ganadería Castilla ha identificado como su cliente principal a los comercializadores, comisionistas y distribuidores de carne mayorista que operan como el puente clave entre el predio y los centros de consumo. Este perfil está compuesto por empresarios y representantes de plantas de beneficio (como los frigoríficos de Ibagué, El Espinal o Frigocarnes Santa Inés) y grandes superficies, localizados estratégicamente en centros de acopio regional como Guamo, Purificación, El Espinal e Ibagué, con alcance de distribución hasta Bogotá. Características Demográficas y Socioeconómicas:	El cliente de este tipo de negocios es un negociante experimentado que prioriza el rendimiento cárnico y la salud del animal. Valora la uniformidad en los lotes de ganado porque facilita la estandarización de sus cortes en el punto de venta final. Busca proveedores confiables que garanticen la trazabilidad sanitaria y el cumplimiento de los ciclos de vacunación obligatorios. Le interesa el ganado Brahman Gris por su capacidad de mantener buena cobertura de grasa incluso en climas cálidos. Los intereses de estos clientes es la oferta de ganado libre de estrés y alimentado bajo sistemas sostenibles que mejoran la terneza de la carne. Como ventajas deseadas el cliente sabe que un animal bien

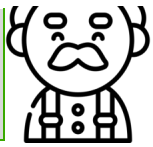
Se trata predominantemente de hombres de entre 30 y 60 años, con un estrato socioeconómico medio-alto, lo que les otorga la alta capacidad financiera necesaria para negociar lotes constantes de ganado gordo. Su estructura suele ser de carácter familiar o empresarial independiente, apoyada en flotas de transporte propias o contratadas que cumplen estrictamente con la normativa de cadena de frío y transporte de animales en pie. Hábitos de Compra y Especificaciones del Producto: Estos clientes poseen una capacidad de compra alta y frecuente, con una demanda estacional que se intensifica según el ciclo de abastecimiento de las centrales de abasto y famas urbanas. Buscan específicamente novillos gordos de raza Brahman Gris y cruces adaptados, con un peso que oscila entre los 490 y 550 kilos. La transacción se realiza de manera directa en el predio mediante pago bancarizado o efectivo al momento del pesaje, bajo una referencia de precio competitiva (aprox. $9.600 - $11.000 por kilo en pie, según tendencia de mercado) El tamaño del mercado es significativo, considerando que el Tolima concentra el 3,98% de los predios bovinos del país y que la producción de carne es un renglón imprescindible que representa, junto a la leche, el 20% del PIB agropecuario nacional	manejado en un sistema semiestabulado tendrá un mejor desempeño en la balanza. La frecuencia de compra es mensual y la cantidad es el 100% del ofertado por el ganadero. Generalmente este tipo de cliente compra todo lo ofertado. El medio de pago generalmente es a través de efectivo. Pocas veces se hace uso de trasnferencias bancarias
CONSUMIDOR	
El consumidor final de la carne se divide en dos perfiles CONSUMIDOR 1: El consumidor consciente de ciudades principales Se compone de hombres y mujeres entre los 25 y 55 años, de estratos 3 y 4, residentes en Ibagué y Bogotá. Son personas preocupadas por el origen de sus alimentos y el impacto ambiental de lo que consumen. Compran carne de res en supermercados de cadena o carnicerías especializadas que destacan el origen natural y el bienestar animal en sus productos. Su nivel de ingresos les permite elegir cortes específicos según la preparación culinaria. Consumen carne de res al menos tres veces por semana como fuente principal de proteína para su familia. Valoran que el producto sea tierno, tenga buen sabor y provenga de sistemas que no degraden el suelo. Este perfil abarca todos los estratos socioeconómicos, aunque los estratos altos prefieren supermercados de cadena y los estratos medios y bajos optan por las "famas" o carnicerías locales por cercanía y precio. El rango de edad es amplio, enfocado en jefes de hogar de 25 a 65 años, tanto hombres como mujeres, que sostienen una estructura familiar con hijos. Su capacidad de compra está ligada a la necesidad básica de proteína, siendo la carne de res la segunda más consumida en el país con un promedio de 20 kg per cápita al año. El consumidor promedio trabaja en diversos sectores, vive tanto en casa propia como en arriendo, y su hábito de consumo principal es la compra semanal o quincenal de carne porcionada para congelar. Al elegir, prefieren la carne fresca sobre la congelada, asociando la calidad con el color natural, la higiene y la refrigeración adecuada en el punto de venta. El mercado objetivo se determina de lo general (30,3 millones de cabezas a nivel nacional) a lo particular, enfocándose en el 75% al 80% de los hogares colombianos que consumen el producto de forma directa	Es un comprador informado que lee etiquetas y busca sellos de calidad o procedencia regional. Disfruta de cocinar en casa y valora la frescura de la carne que no ha pasado por procesos de congelación prolongados. El consumidor final es principalmente un jefe de hogar (hombre o mujer) que valora la tradición y la familia, integrando el consumo de carne en su estilo de vida a través de reuniones familiares Le gusta la carne con apariencia fresca y color natural Le hace feliz ofrecer a su familia una proteína que percibe como saludable y nutritiva, pero le da miedo que el producto carezca de higiene o que los precios suban drásticamente Su personalidad es tradicional pero informada; aunque se guía por la necesidad básica de proteína, cada vez muestra más interés por el bienestar animal y el impacto ambiental de la ganadería Entre las ventajas deseadas, busca terneza, jugosidad y seguridad alimentaria (inocuidad) Utiliza el producto para la alimentación diaria en el hogar Su frecuencia de compra suele ser semanal o quincenal, adquiriendo la carne porcionada para luego congelarla en casa. Si pertenece a los estratos medios o bajos, prefiere comprar en la "fama" o carnicería de barrio por la cercanía y el trato personal, pagando mayoritariamente en efectivo El consumidor de estrato alto opta por supermercados de cadena, donde utiliza transferencias o crédito y valora sellos de calidad o marcas reconocidas

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.

Los comercializadores de carne en el departamento del Tolima enfrentan una baja oferta de novillos con pesos uniformes y trazabilidad sanitaria garantizada. La ganadería tradicional en Coyaima suele ser extensiva y de baja eficiencia, lo que entrega animales de edades avanzadas con carne dura y poco rendimiento en canal. Esta situación obliga a los compradores a buscar ganado en regiones lejanas, aumentando los costos de transporte y el estrés de los animales, lo que deteriora la calidad final de la carne por la presencia de pH inadecuado.
El cliente (planta de beneficio o mayorista) padece la irregularidad en la oferta de novillos de alta calidad que cumplan con los pesos óptimos de sacrificio (superiores a 490 kg) y con el rendimiento en canal necesario para ser rentables
Este proyecto ayuda al cliente al proporcionarle un suministro constante de animales cebados bajo estrictas Buenas Prácticas Ganaderas (BPG), lo que reduce las pérdidas por enfermedades o decomisos en las plantas de beneficio y asegura el cumplimiento del Decreto 1500 sobre estándares sanitarios





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
Hacienda los Guayabos	Coyaima Tolima	Pie de cría Bramhan puro. Animales cruzados de blonde	$ 9.900	Es el competidor más fuerte, con 642 hectáreas dedicadas a la producción de Brahman puro y cruces de carne. Tienen certificación en Buenas Prácticas Ganaderas (BPG) y su propia red de comercialización, lo que les	No cubren mercados considerados minoristas o mayoristas intermedios.
Comerciantes de la Feria Ganadera del Guamo	Guamo	Pie de cria. Animales Cruzados	$ 9.400	Es el mercado físico más cercano y potente. Cientos de pequeños y medianos productores de Coyaima llevan sus animales allí, compitiendo por precio. El riesgo aquí es la falta de trazabilidad, pero ganan por	El ganado sufre alto estrés por transporte y manejo, lo que reduce el rendimiento en canal y afecta la calidad de la carne.
Ganaderos Extensivos de las Veredas de Coyaima (Productores locales que manejan sistemas tradicionales)	Bogotá	Animales de pie de cria de razas criollas	$ 9.100	Oferta de pie de cría en épocas de sequía, Manejos de ganadería extensiva alimentados con pastos naturales y forrajes, lo que resulta en un producto más sostenible, con mayor bienestar animal	Baja productividad y ritmo de crecimiento más lento Alta dependencia de factores climáticos, Mayores tiempos de producción Mayores costos de manejo

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

Ganadería Castilla, se consolida con una ventaja competitiva basada en la eficiencia biológica y la sostenibilidad ambiental en una zona de clima seco. A diferencia de los ganaderos tradicionales de Coyaima, nuestra propuesta utiliza la semiestabulación para garantizar que el novillo Brahman Gris mantenga su curva de crecimiento sin interrupciones por sequía.
Frente a las subastas y centros de acopio, nuestra ventaja radica en la venta directa en sitio, lo que elimina el estrés del transporte previo al pesaje final. Esto asegura al comprador que el peso pagado corresponde a masa muscular real y no a un animal deshidratado por el viaje. Además, la implementación de ganadería regenerativa permite entrar en nichos de mercado en Bogotá que valoran la recuperación de suelos y la captura de carbono, algo que la ganadería convencional no puede certificar.
Finalmente, estructura de costos es más eficiente al producir el forraje de corte y utilizar el sistema de rotación controlada. Mientras otros productores dependen de suplementos costosos para compensar la falta de pasto, el modelo regenerativo asegura la autosuficiencia alimentaria en la finca. Estas ventajas garantizan una rentabilidad superior y una calidad de producto que satisface tanto al distribuidor mayorista como al consumidor final que busca salud y sabor.□

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

Aquí debe explicar en qué consiste su iniciativa y qué la hace diferente de las demás. Señale cuál es la ventaja que tiene frente a otros productos o servicios que ya existen en el mercado. Describa ese detalle especial, único o distinto que le agrega a su producto o servicio y que hace que el cliente lo prefiera, ya sea por su calidad, el precio justo, la forma en que se produce, el cuidado con que se entrega o cualquier otro aspecto que lo haga sobresalir, mejor que la competencia.

El proyecto consiste en: Ganadería Castilla es un proyecto especializado en la ceba intensiva y sostenible de novillos Brahman Gris Bajo un modelo de ganaderia regenerativa y semiestabulación en el municipio de Coyaima, Finca Buenos Aires Vereda los Guayabos Tolima, diseñado para cerrar la brecha entre la producción primaria eficiente y la demanda de proteína segura en los centros urbanos del departamento. La idea central es transformar el modelo de ceba tradicional en un sistema empresarial que garantice un suministro constante de ganado gordo de alta calidad para el mercado regional

Nuestra oferta principal se enfoca en una línea estratégica de alto rendimiento:
1.Novillos Gordos Brahman Gris: Entregamos animales de 20 meses con un peso promedio de 500 kilos, criados bajo un sistema que combina el pastoreo rotacional con suplementación en establo. Esto garantiza al comprador un ejemplar con excelente rendimiento en canal, carne tierna y trazabilidad total desde su ingreso a la finca a los 10 meses de edad.

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.

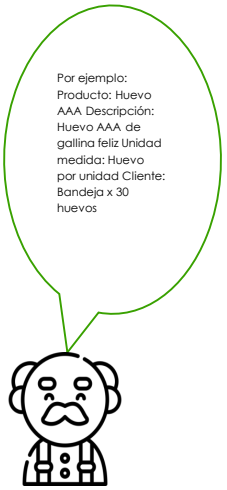
Ahora, de acuerdo con la sesión de entrenamiento, describa la propuesta de valor:

Nuestro:	Modelo de negocio especializado en la ceba tecnificada de novillos Brahman Gris bajo un sistema de ganadería regenerativa y semiestabulación en Coyaima, Tolima.
Ayuda:	A comercializadores y distribuidores mayoristas de carne en Ibagué y Bogotá a mitigar los riesgos de baja calidad cárnica, mermas excesivas por transporte y suministro inestable de ganado gordo, eliminando la dependencia de ferias lejanas e intermediarios informales.
Que:	Les permite adquirir novillos con un peso uniforme de 500 kilos y una edad óptima de 20 meses, asegurando un alto rendimiento en canal y una carne con propiedades organolépticas superiores en frescura y terneza.
Mediante:	La implementación de un sistema de rotación de potreros de alta frecuencia y suplementación estratégica con pastos de corte producidos en la misma finca. Todo esto se respalda con un manejo preventivo de sanidad animal y protocolos de bienestar que garantizan animales dóciles y sanos, facilitando la logística de compra directa en el predio y fortaleciendo la transparencia comercial mediante registros de pesaje precisos.



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
Novillo Gordo Brahman Gris (Ceba Sostenible)	Bovino macho de raza Brahman Gris que completa su ciclo de engorde en sistemas regenerativos. Destaca por su precocidad, alcanzando los 500 kg a los 20 meses. Criado con pasturas naturales y biomasa de corte sin el uso de promotores químicos de crecimiento.	Kilo	Animal vivo individual o en lotes uniformes, pesado en la báscula de la finca.

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

Novillo Gordo Brahman Gris (Ceba Sostenible)			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)
Recepción y Pesaje de Ingreso: Verificación de peso (230 kg) y estado sanitario de los ejemplares de 10 meses. Aplicación de protocolo de bioseguridad.	3 a 5 horas por lote	Báscula ganadera, brete de manejo, registros.	Administrador y Operario

Adaptación y Desparasitación: Periodo de transición al sistema de la finca. Aplicación de purgas y vitaminas para compensar el estrés del traslado.	1 a 8 días	Kit de inyectología, productos veterinarios.	Operario Ganadero
Pastoreo Rotacional Dirigido: Traslado diario de lotes a potreros con oferta forrajera óptima. Gestión de tiempos de ocupación y descanso del suelo.	2 a 3 horas diarias	Cercas eléctricas móviles, cintas, estacas.	Operario Ganadero
Suplementación en Establo: Suministro de biomasa de corte (pasto/caña) y mezcla mineral en el área de semiestabulación para asegurar ganancia diaria.	4 horas diarias	Picapasto, comederos, carretillas.	Operario Ganadero
Monitoreo de Ganancia de Peso: Pesaje mensual para verificar que el animal cumpla la curva de crecimiento hacia los 500 kg.	4 horas al mes	Báscula electrónica, software ganadero.	Administrador
Manejo de Biofertilizantes: Recolección de estiércol en el área de establo para procesos de compostaje y fertilización de pastos de corte.	1 hora diaria	Palas, carretas, zona de compostaje.	Operario Ganadero
Selección y Pesaje de Salida: Evaluación de condición corporal y pesaje final (500 kg) a los 20 meses para entrega al comprador.	2 a 3 horas	Báscula, guías de movilización.	Administrador

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
0,11	8	30	26

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

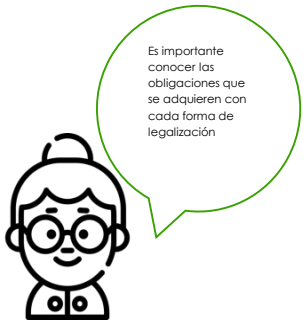
0			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)

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	X
Asociación	
Asociación Campesina	
Cooperativa	
Sociedad de Acciones Simplificada S.A.S (solo 1 socio)	
Otro	

¿Cuál?

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

Norma, Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción detallada del trámite a realizar	Costo ($)	Tiempo requerido (Días)
Constitución Legal (Para Línea CREAR) **RECUERDE QUE ESTE VALOR ES UN RUBRO NO FINANCIABLE Y DEBE SER ASUMIDO POR EL EMPRENDEDOR O GRUPO ASOCIATIVO.**	Formalización ante la Cámara de Comercio de Ibagué. Incluye matrícula mercantil y obtención de NIT a través del RUT ante la DIAN para operar legalmente.	$ 250.000	3 días

Registro Sanitario de Predio Pecuario (ICA)	Inscripción de la finca ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) como predio productor de carne. Es el requisito base para cualquier trámite sanitario posterior.	$ 0	15 - 20 días
Registro de Hierro o Marca de Fuego	Registro oficial de la marca de los animales ante la Alcaldía de Coyaima para legalizar la propiedad del ganado y permitir su movilización.	$ 80.000	5 días
Certificación de Predio Libre de Brucelosis y Tuberculosis	Pruebas diagnósticas obligatorias realizadas por un veterinario autorizado y avaladas por el ICA. Es indispensable para la comercialización de ganado.	$ 600.000	15 - 30 días
Guías de Movilización Interna (SIGMA - ICA)	Documento requerido para cada traslado de animales desde la finca hacia la planta de beneficio o ferias. Certifica la sanidad y legalidad del transporte.	$ 9.500	1 día
Inscripción en el Registro Único de Vacunación (RUV)	Registro que acredita el cumplimiento de los ciclos de vacunación obligatoria (Fiebre Aftosa y Brucelosis) ante FEDEGAN-FNG.	$ 0	2 días (En ciclos)
Uso de Suelo (Secretaría de Planeación)	Certificado emitido por la Alcaldía de Coyaima que confirma que la actividad ganadera es permitida en la ubicación del predio según el EOT.	$ 50.000	8 - 10 días
Plan de Manejo Ambiental (PMA)	Trámite ante CORTOLIMA para actividades de confinamiento, uso de agua, manejo de residuos y subproductos agroindustriales.	$ 1.000.000	30-60 días
TOTAL		$ 1.989.500	

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**
Tarjetas de presentación con el objetivo de establecer contactos con clientes y generar relaciones comerciales. Cantidad: 1 millar. Propalcote de 250 g/m². Acabado mate. Full Color.	$ 200.000
Aviso para la finca de la empresa tipo pendon. Material: vinil full color de 3 metros X 1 metro. Objetivo: posicionamiento de marca y dar a conocer la empresa.	$ 500.000

TOTAL	**$ 700.000**

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			
Otra	X	Venta directa en la finca del producto y visitas personalizadas a la finca para que conozcan el sistema productivo .	$ 500.000
Ninguna			
Total			**$ 500.000**

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	de corral, garantizando el despacho diario del producto premium sin incurrir en gastos logísticos de transporte por parte del emprendedor	$ 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	El esquema comercial de Ganadería Castilla se articula a través de una operación dinámica que combina un capital biológico inicial de 6 ejemplares Brahman que aporto al proyecto y la adquisición de 20 novillos adicionales financiados por el Fondo Emprender. Esta estructura busca transformar el método de engorde convencional en un sistema de alta rotación, asegurando que la unidad productiva genere retornos financieros desde sus primeras etapas y aproveche al máximo la infraestructura disponible en el predio. La planeación operativa se basa en un régimen de finalización acelerada con una duración de 10 meses por lote, donde se proyecta un incremento de masa muscular constante para llevar animales de 230 kilos hasta un peso final de 500 kilos. Se ha fijado un valor de salida de 9.800 pesos por kilo, contemplando además un ajuste anual del 5 por ciento en las listas de precios para compensar las fluctuaciones de la inflación y los costos de los insumos pecuarios, manteniendo así el equilibrio



Explicar brevement e por qué cree que podrá vender esas cantidades

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

Novillo Gordo Brahman Gris (Ceba Sostenible)	$ 4.900.000	$ 5.145.000	$ 5.402.250	$ 5.672.363	$ 5.955.981
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	Novillo Gordo Brahman Gris (Ceba Sostenible)

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1		$ 0	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 2		$ 0	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 3		$ 0	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 4	1	$ 4.900.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 5	1	$ 4.900.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 6	1	$ 4.900.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 7	1	$ 4.900.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 8	2	$ 9.800.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 9	3	$ 14.700.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 10	4	$ 19.600.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	4
Mes 11	8	$ 39.200.000	4	$ 20.580.000	4	$ 21.609.000	5
Mes 12	8	$ 39.200.000	5	$ 25.725.000	4	$ 21.609.000	5
TOTAL	**29**	**$ 142.100.000**	**49**	**$ 252.105.000**	**48**	**$ 259.308.000**	**50**

PRODUCTO O SERVICIO 2	0

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	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		AÑ	
	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 ($)	**Cantidad requerida en el año 1**	Valor Total Año 1 ($)
Arrendamiento de Predio	$ 1.100.000	12	$ 13.200.000
Servicios públicos (agua, energía, internet rural)	$ 200.000	12	$ 2.400.000
Mantenimiento de Praderas e Infraestructura (Cercas elé	$ 10.000.000	1	$ 10.000.000
Insumos veterinarios y sanitarios básicos (desinfección, cc	$ 400.000	12	$ 4.800.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 11.700.000		**$ 30.400.000**



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			**Novillo Gordo Brahman Gris (Ceba Sostenible)**	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Ternero de levante (Brahman Gris)	Cabeza (230 kg)	$ 10.500	230	$ 2.415.000
Sales Mineralizadas (8% - 12%)	Kilo	$ 4.800	25	$ 120.000
Suplemento / Concentrado de finalización	Kilo	$ 2.100	180	$ 378.000
Protocolo Sanitario (Vacunas, purgas, vit	Global	$ 45.000	1	$ 45.000
				$ 0
TOTAL				$ 2.958.000

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	Gordo Brahman Gris (Ceba Sos	0	0
Precio de Venta	$ 4.900.000	$ 0	$ 0

Costo Variable	$ 2.958.000	$ 0	$ 0
Margen de contribución	$ 1.942.000	$ 0	$ 0
% Participación	100%		
Margen de contribución ponderado	$ 1.942.000	$ 0	$ 0
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	6,024716787		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**6**	**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	$ 1.200.000	$ 1.260.000	$ 1.323.000	$ 1.389.150
Internet	$ 50.000	12	$ 600.000	$ 630.000	$ 661.500	$ 694.575
Papeleria	$ 15.000	12	$ 180.000	$ 189.000	$ 198.450	$ 208.373
Gastos bancarios	$ 30.000	12	$ 360.000	$ 378.000	$ 396.900	$ 416.745
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL			**$ 2.340.000**	**$ 2.457.000**	**$ 2.579.850**	**$ 2.708.843**

11. EQUIPO DE TRABAJO

Diligencie cada uno de los cargos (autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo) que harán parte del equipo de trabajo, sea cuidadosa(o) con el diligenciamiento dado que así deberá ejecutarse en la implementación del proyecto.
Describa detalladamente las principales funciones o actividades a realizar.
El diligenciamiento exclusivo de este elemento se verá reflejado en el indicador de Empleos a crear con los que se compromete el emprendedor o grupo asociativo.

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



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

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

Gerente Emprendedor	Contrato Laboral a término indefinido	Supervisión de procesos, control de costos, coordinación de equipo y trazabilidad	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	6
Asistente técnico veterinario	Prestación de servicios	Asesoría técnica entocada en (vacunas, desparasitacion), diagnóstico de enfermedades, control de la reproducción y la seguridad alimentaria. Las visitas a la finca se realizarán 3 veces en el mes. Nota. Este empleo se paga con recursos propios o de las ventas. No se requerira mensualmente y no se pedirá el dinero a Fondo Emprender para cubrir estos honorarios	$ 600.000	NO	$ 600.000	6
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
TOTAL					**$ 3.292.192**	

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	5

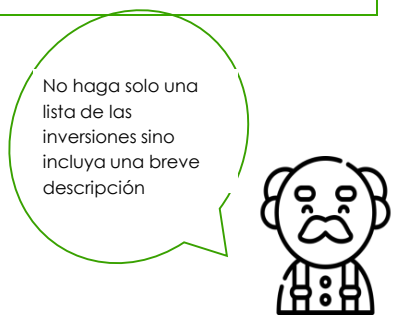
12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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

Rubros Financiables por el Fondo Emprender CREAR
1. Pago de salarios u honorarios. (En la solicitud al Fondo Emprender considere al menos 4 meses por cada empleo)
2. Insumos para el ciclo productivo (materia prima y bienes en proceso) que contribuyan de manera directa o que forman parte del proceso de producción.
3. Adquisición de maquinaria, equipos y software.
4. Costos que se generen por permisos, licencias y registros, requeridos por la ley para el normal funcionamiento de la iniciativa empresarial.
5. Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará la iniciativa empresarial.
6. Las adecuaciones técnicas necesarias para el proceso productivo o montaje industrial. Para estos fines se entiende por adecuación técnica toda obra civil que sea indispensable para el desarrollo de la actividad y ejecución de la iniciativa empresarial, rubro que en ningún caso podrá ser utilizado con fines de vivienda del beneficiario.
7. Adquisición de franquicias, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente Acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.

1. INVERSIONES FIJAS

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



Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Adecuaciones o remodelaciones estructurales	Adecuaciones de cercas y praderas	$ 12.000.000	1	$ 12.000.000
Insumos para el ciclo productivo	Ganado en pie	$ 2.475.000	20	$ 49.500.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

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

				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 61.500.000**

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		$ 1.200.000	1	$ 1.200.000
Pago de salarios u honorarios	Administrador operativo	$ 2.692.192	4	$ 10.768.768
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS	**$ 11.968.768**

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 permitidos**
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	**$ 73.468.768**	**Cumple recursos para el número de integrantes registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**2**	**Cumple empleos a genera**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

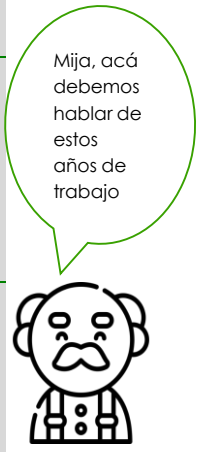
Se muestran los rangos y montos definidos en el Acuerdo 007 de 2025; sin embargo, los términos de referencia tienen la facultad de definir algunos de ellos. Se debe revisar los términos de referencia de la Convocatoria para conocer los rangos y montos permitidos en las postulaciones

Individual		Asociaciones de aprendices y/o egresados del SENA, iniciativas asociativas, cooperativas de las personas de la economía popular y demás formas asociativas de campesinos				Asociaciones Campesinas / Cooperativas campesinas y otras formas asociativas campesinas y cooperativas de la población de la economía popular			
Hasta SMMLV	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo	Desde SMMLV	Hasta SMMLV	Número de socios o asociados	Autoempleo, puesto de trabajo, empleo directo
42	1	200	299	5-9.	7	400	600	20	7
56	3	300	399	10-14.	8	600	900	21-26.	8
70	5	400	500	15 en adelante	10	900	1100	27 en adelante	10

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

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

Legal	Ganadería Castilla opera bajo los estándares del ICA, garantizando el cumplimiento normativo en sanidad animal y protocolos de bioseguridad para el predio. El emprendedor tiene Rut como persona natural. En el momento de creación de la empresa realizará el registro mercantil como persona natural. Cuenta con predio propio donde funciona actualmente una ganadería semiestabulada con 8 animales de ceba. El predio cuenta con uso de suelo favorable y con certificado de tradición y libertad adecuado para operar. El predio cuenta con el registro ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA), cumpliendo con los requisitos de sanidad animal y trazabilidad necesarios para la movilización de ganado y la obtención de las Guías Sanitarias de Movilización Interna (GSMI)
Comercial	A la fecha, la iniciativa cuenta con un inventario de animales en etapa de ceba que ha permitido establecer canales de comercialización reales, generando las primeras ventas a pequeña escala con intermediarios locales y carnicerías del municipio. Estas transacciones iniciales han servido para validar la aceptación de la calidad de la carne y el rendimiento en canal de los novillos producidos bajo nuestro sistema. Asimismo, se ha logrado consolidar una base de datos de clientes potenciales compuesta por mayoristas y distribuidores de Ibagué y El Espinal, quienes han manifestado formalmente su interés en adquirir lotes de mayor volumen una vez el proyecto alcance su capacidad operativa plena.
Técnico	La unidad productiva dispone de una capacidad instalada validada en Coyaima, donde se han estandarizado procesos a través de pruebas piloto con un activo biológico base de 6 novillos aportados por el emprendedor. Los avances técnicos incluyen la implementación de buenas prácticas ganaderas (BPG), el desarrollo de fichas técnicas de producto y la optimización de los tiempos de producción mediante bancos de forraje y pastoreo rotacional intensivo. El sistema de ceba en semiestabulación ha sido validado técnicamente, demostrando una mejora constante en la calidad de la canal y el control de la trazabilidad individual para el mejoramiento del rendimiento biológico.



Ambiental	El proyecto cuenta con un plan ambiental definido que promueve la producción limpia y el uso responsable de insumos agropecuarios. Se aplican prácticas de ganadería regenerativa, enfocadas en la recuperación biológica del suelo mediante el aprovechamiento de residuos orgánicos (bovinaza) para la fertilización natural de praderas. Estas acciones aseguran el cumplimiento de la normativa ambiental vigente y la reducción de impactos negativos, disminuyendo la huella de carbono de la operación. Adicionalmente, se realizan actividades de sensibilización ambiental para el equipo operativo, garantizando la conservación de los recursos naturales y la eficiencia hídrica en el predio.
Ventas	A la fecha, se han concretado ventas iniciales que permitieron la validación de precios y confirmaron la alta aceptación del producto por parte de los compradores. La retroalimentación obtenida ha facilitado el ajuste de la oferta según la demanda actual, consolidando una estrategia comercial activa. El proyecto proyecta un crecimiento progresivo de los ingresos al escalar el inventario a un total de 26 animales (20 financiados por el Fondo Emprender y 6 del emprendedor), lo que permitirá una salida constante de novillos gordos y una diversificación de productos que optimiza la rentabilidad financiera por hectárea.

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

Actualmente, Ganadería Castilla ha enfocado su gestión en la consolidación de alianzas estratégicas y la validación de su modelo de negocio en el mercado regional. Como resultado de este acercamiento comercial, se han formalizado manifestaciones de interés con compradores mayoristas que operan en las principales centrales de abasto y subastas del Tolima, quienes reconocen la superioridad del Brahman Gris criado en Coyaima. Entre los aliados potenciales que han validado nuestro estándar de calidad se encuentran establecimientos especializados como Carnicería La Excelencia en Ibagué y distribuidores de carne en el casco urbano de Coyaima, quienes demandan proteína roja proveniente de sistemas que garanticen bienestar animal y nutrición controlada.
En cuanto a la proyección de marca, el proyecto ha definido una hoja de ruta para su transformación digital que iniciará tras la formalización del capital semilla. Aunque la prioridad inicial ha sido la estandarización técnica en el predio, se tiene prevista la creación de perfiles corporativos en plataformas como Instagram y Facebook para exponer el proceso de nuestros protocolos de ganadería regenerativa. Este canal de comunicación permitirá visibilizar las prácticas sostenibles ejecutadas en la finca, estableciendo un vínculo de confianza con el consumidor moderno que valora la procedencia ética de sus alimentos y convirtiendo nuestra transparencia operativa en el principal factor de diferenciación comercial.

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 ($)
Adecuaciones de cercas y praderas	$ 12.000.000								
Ganado en pie Cebu Brahman Gris		$ 24.750.000	$ 24.750.000						
Administrador operativo			$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192	$ 2.692.192			
Estrategia de Comunicación			$ 1.200.000						
TOTAL	**$ 12.000.000**	**$ 24.750.000**	**$ 28.642.192**	**$ 2.692.192**	**$ 2.692.192**	**$ 2.692.192**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 73.468.768**	**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	Ganadería Castilla se proyecta como un generador del desarrollo financiero en el municipio de Coyaima, fundamentando su éxito en un esquema de producción escalonada que garantiza liquidez y rentabilidad desde las fases tempranas. Al optimizar los ciclos de engorde, la empresa no solo asegura un flujo de caja constante, sino que dinamiza la economía local mediante encadenamientos productivos con proveedores regionales, incrementando la demanda de insumos y servicios especializados. Esta estrategia comercial, enfocada en el mercado de carne de alta calidad para Ibagué y Bogotá, permite consolidar un crecimiento sostenido en ventas y fortalecer la participación del sector agropecuario en el PIB departamental, transformando la eficiencia técnica en estabilidad económica para la organización.
Ambiental	Nuestra operación redefine la actividad ganadera en el sur del Tolima mediante la adopción de un modelo regenerativo que prioriza la salud del ecosistema. A través de la implementación de pastoreo rotacional y sistemas de conservación de suelos, logramos una reducción significativa de la huella de carbono y promovemos la recuperación biológica de las praderas. El uso eficiente de los recursos hídricos y el aprovechamiento sistemático de residuos orgánicos para la fertilización natural consolidan un esquema de economía circular que mitiga los impactos ambientales negativos. Este compromiso con la producción limpia garantiza que Ganadería Castilla sea un referente de sostenibilidad, demostrando que es posible alcanzar altos rendimientos respetando el equilibrio ambiental del bosque seco tropical.
Social	El impacto social del proyecto se manifiesta en la creación de oportunidades laborales dignas y en el fortalecimiento de las capacidades técnicas de los habitantes de Coyaima. Priorizamos la inclusión laboral y el desarrollo rural, fomentando el arraigo al campo mediante la transferencia de conocimientos en prácticas pecuarias de vanguardia. Al integrar a la comunidad en una cadena de valor formal y transparente, Ganadería Castilla contribuye directamente a mejorar la calidad de vida de las familias productoras, promoviendo la asociatividad y el bienestar comunitario. Este enfoque humano asegura que el progreso del negocio trascienda las cifras financieras, convirtiéndose en un motor de transformación social y equidad para la región.
Tecnológico	La unidad productiva se posiciona a la vanguardia de la ganadería inteligente mediante la incorporación de herramientas digitales para el control preciso del hato. Implementamos sistemas de monitoreo y trazabilidad que permiten gestionar la ganancia de peso y la eficiencia alimenticia en tiempo real, facilitando una toma de decisiones basada en datos técnicos rigurosos. La automatización en la gestión de pasturas y el uso de registros sistematizados optimizan la operatividad del negocio, reduciendo el margen de error y elevando los estándares de calidad. Esta transformación tecnológica no solo mejora la productividad interna, sino que garantiza al consumidor final un producto con información transparente sobre su origen y procesamiento.

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	4	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	$ 73.468.768	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	29	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	$ 142.100.000	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?
Instituto Colombiano Agropecuario (ICA)	Público - Nacional	Tolima (Ibagué / Coyaima)	Acompañamiento técnico para la certificación de predio libre de Brucelosis y Tuberculosis, y obtención del sello de Buenas Prácticas Ganaderas (BPG).
Plantas Procesadoras de Lácteos Locales	Privado	Coyaima, Tolima	Garantizar la continuidad de las rutas de recolección en el predio y proporcionar los reportes de calidad (grasa, proteína y sólidos totales) para el pago por calidad.
Comité de Ganaderos del Tolima	Privado - Regional	Ibagué / Regional Sur	Acceso a capacitaciones, actualizaciones en precios de mercado de carne y leche, y representación gremial ante entes departamentales.
Alcaldía Municipal de Coyaima	Público - Local	Coyaima, Tolima	Apoyo en la articulación con programas de desarrollo rural, mantenimiento de vías terciarias para el acceso de rutas lecheras y fomento de ferias comerciales locales.

Proveedores de Insumos Agropecuarios locales	Privado	Coyaima / Ibagué	Suministro constante de suplementos minerales, concentrados balanceados y medicina preventiva bajo condiciones de precios competitivos.

19. ASOCIATIVIDAD

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

Justificación: Explique las razones por las que se hace necesario crear un grupo asociativo en vez de hacerlo individual ¿Cuál es ese objetivo común del grupo asociativo? ¿por qué es importante trabajar en conjunto para lograr ese objetivo común?

¿Cuál es el impacto que tendrá el grupo asociativo en la comunidad donde estará ubicada la iniciativa? (Aquí deben contar qué beneficios concretos traerá el grupo para la comunidad. Pueden pensar en cosas que se puedan medir (cuántos empleos, cuántas familias ganan ingresos, cuánto producen o venden) y también en lo social: cómo el grupo une a la gente, fortalece la confianza, la solidaridad y ayuda a resolver necesidades del lugar)

Frente al líder o representante de la iniciativa: Describan quien es, sus cualidades, cuál es su experiencia, qué tareas tendrá a cargo y ¿por qué lo eligieron para esta responsabilidad?

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

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

Indicar las principales responsabilidades que tendrá la asociación

C 4	
Ingr	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 22.6	
$ 28.3	
$ 28.3	
$ 283.6	
C 4	
Ingr	
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$

$

$

$

C 4

Ingr

$

$

$

$

$

$

$

$

$

$

$

$

$

$ 1	
$	
$	
$	
$ 2	

6

nites r
nancia

sición d
enes m
ulos aut

ecuaci
nodela
structu

decuac
técnic

para e
derech
edad in
o indus


ır