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

ID del proyecto	122040
Convocatoria a la que postula la iniciativa	152 - 1C / Economía Campesina
Fecha de diligenciamiento	viernes, 24 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
Juan Sebastián Sánchez Castro	CC	1.110.490.223

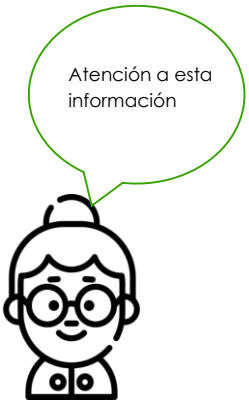
NOMBRE DE LA INICIATIVA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
Ganaderia la Montaña	Tolima	Roncesvalles

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**

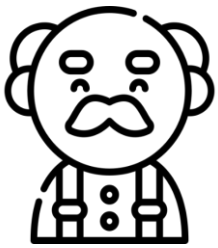
¿Cuenta con un lugar de operaciones?	SI



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



plan de negocio, siga diligentemente las indicaciones en cada elemento. **DILIGENCIE ÚNICAMENTE LAS CELDAS SOMBREADAS EN GRIS.**

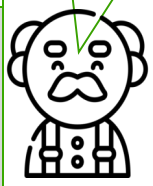
INSTRUCCIONES GENERALES:
Para el diligenciamiento de esta herramienta, se debe tener el acompañamiento del Centro de Desarrollo Empresarial del SENA más cercano, donde el equipo de profesionales organizarán su participación en una serie de talleres que les guiarán en la construcción del proyecto y el 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 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	
Para la comercialización de la producción de la finca La Australia, identifico dos perfiles de clientes estratégicos. Estos segmentos aseguran la compra de la producción láctea diaria y la salida de crías destetas de base genética directamente en el municipio de Roncesvalles. CLIENTE 1: Ganaderos de levante y ceba regional Son productores agropecuarios hombres, con edades entre los 30 y 55 años, pertenecientes a estratos 1, 2 y 3 . Viven en las veredas de Roncesvalles y poseen fincas propias o arrendadas destinadas a la producción cárnica. Su capacidad de compra es intermitente pero de alto volumen, pues adquieren lotes de animales según la disponibilidad de forraje en sus predios. Estos clientes compran crías destetas de raza Normando con un peso	Cualidades del cliente: El perfil de nuestros clientes principalmente plantas transformadoras y agroindustrias queseras del municipio de Roncesvalles se caracteriza por una alta exigencia técnica y una visión de eficiencia industrial. Sus cualidades principales son: Orientación al Rendimiento Quesero: Son empresarios que comprenden que la rentabilidad de su negocio reside en los sólidos totales. Priorizan nuestra leche por su fisionomía química superior (altos porcentajes de grasa y proteína característicos de la raza Normando), lo que se traduce en un rendimiento industrial óptimo. Esto les permite obtener un mayor volumen de derivados lácteos (como queso y mantequilla) por cada litro

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



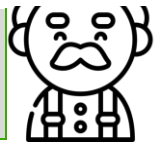
Estos clientes compran vacas doctoras de raza Normando con un peso promedio de 180 kilos. Realizan la transacción de contado por un valor de 1.800.000 pesos por animal (10.000 pesos por kilo en pie). Prefieren comprar animales en la misma zona para evitar el estrés del transporte y la pérdida de peso que sufren los ejemplares traídos de ferias lejanas. Cualidades del cliente: Es un hombre práctico que valora la honestidad en el trato y la salud del animal. Le gusta ver animales con buena estructura ósea y muscular porque sabe que esto garantiza una ceba rápida. Le teme a la entrada de enfermedades a su hato, por lo que exige animales sanos y adaptados al clima de montaña. Valora la puntualidad en la entrega y la transparencia en el pesaje del ganado. CLIENTE 2: Microempresas lácteas y asociaciones de transformadores Son plantas procesadoras de quesos y derivados ubicadas en el casco urbano de Roncesvalles. Los propietarios son hombres y mujeres de 35 a 50 años que lideran negocios familiares de estrato 2. Trabajan diariamente en la transformación de leche cruda para abastecer mercados locales y regionales. Su compra es diaria y constante, con un volumen que oscila entre los 400 y 1.000 litros por jornada según el tamaño de la planta. Pagan 1.800 pesos por litro de leche. Su flujo de caja depende de la venta semanal de sus quesos, lo que les permite mantener pagos regulares a sus proveedores de materia prima.	Volumen de derivados lácteos (como queso y mantequilla) por cada litro procesado, reduciendo sus costos operativos por unidad de producto. Rigor en la Inocuidad y Calidad Higiénica: Valoran estrictamente el cumplimiento de los protocolos sanitarios en el origen. Buscan un proveedor que garantice bajos conteos de células somáticas y ausencia de residuos químicos o antibióticos, factores críticos para asegurar la vida útil de sus productos y el cumplimiento de las normativas de salud pública. Dependencia de la Estabilidad del Suministro: Dada la naturaleza de sus plantas de transformación, que operan bajo cronogramas de producción continuos, priorizan la puntualidad y la constancia. Requieren aliados estratégicos que, como nuestra unidad productiva, aseguren un flujo diario estable de 8.550 litros mensuales, permitiéndoles mantener sus rutas logísticas y su capacidad instalada sin interrupciones. Compromiso con la Trazabilidad: Son clientes que aprecian la transparencia en el manejo del hato. Valoran la capacidad de conocer el origen, la dieta y el historial sanitario de las vacas, pues esto les permite certificar ante el consumidor final que su materia prima proviene de sistemas de ganadería sostenible y regenerativa de alta montaña.
CONSUMIDOR	
El consumidor final de los productos de Ganadería de la Montaña se divide en dos perfiles que reflejan el mercado de consumo en el departamento del Tolima. CONSUMIDOR 1: El habitante tradicional de Roncesvalles Se compone de hombres y mujeres entre los 18 y 65 años, de estratos 1 y 2, residentes en la zona urbana y rural del municipio. Son trabajadores del campo, comerciantes o empleados públicos que viven en hogares familiares. Compran carne de res y derivados lácteos de forma semanal en las carnicerías y tiendas de barrio locales. Su ingreso les permite una compra frecuente de proteína roja y leche fresca. Consumen aproximadamente 17 kg de carne al año, siguiendo la tendencia nacional de Fedegán. Prefieren el producto local por su frescura y por el vínculo de confianza con el carnicero de la zona. Valoran que la carne sea tierna y que la leche tenga el sabor natural del campo sin procesos industriales pesados. CONSUMIDOR 2: El comprador de mercados regionales (Ibagué y alrededores) Este perfil incluye a hombres y mujeres de 25 a 60 años, de estratos 2 y 3, que adquieren los quesos y la carne de calidad. Son personas con un estilo de vida activo que buscan alimentos naturales y nutritivos. Compran productos lácteos quincenalmente en plazas de mercado o tiendas especializadas que ofrecen productos de origen campesino. Tienen un poder adquisitivo medio y destinan una parte importante de su presupuesto a la canasta básica. Prefieren productos con trazabilidad y que representen el trabajo de la alta montaña tolimense. Al momento de elegir, priorizan la frescura del producto y el apoyo a la economía regional.	Cualidades del consumidor: Este segmento está compuesto por consumidores que entienden la alimentación no solo como una necesidad, sino como un pilar de salud y un acto de conexión con el territorio. Sus rasgos distintivos son: Identidad y Tradición Familiar: Son personas que preservan la cultura de la mesa como un espacio de unión. Valoran los sabores auténticos que evocan la comida tradicional de alta montaña y buscan productos que representen esa herencia. Para ellos, el valor de la leche y sus derivados radica en su pureza y frescura, priorizando la calidad intrínseca del alimento y su perfil organoléptico (sabor y aroma) por encima de estrategias de marketing o empaques industriales sofisticados. Garantía de Origen y Seguridad Alimentaria: El consumidor moderno es un comprador consciente que exige saber de dónde viene lo que consume. Encontrar en la finca La Australia un referente conocido les proporciona una tranquilidad invaluable; saber que la leche que llega a su hogar proviene de un predio con nombre propio, ubicado en las montañas de Roncesvalles, les otorga la seguridad de que están protegiendo la nutrición de sus hijos con un producto libre de adulterantes y procesamientos excesivos. Ética y Bienestar Animal: Valoran profundamente el respeto por la vida. Se sienten motivados a apoyar modelos de negocio que garanticen el buen trato del ganado y prácticas de sanidad preventiva. Entienden que una vaca Normando sana y bien alimentada en un entorno de ganadería sostenible produce un alimento superior. Esta conciencia ética se traduce en una lealtad hacia el productor directo, reconociendo el esfuerzo del campesino tecnificado. Búsqueda de Valor Nutricional Superior: Son conscientes de los beneficios de la leche de alta montaña. Buscan activamente el aporte de sólidos totales (grasa y proteína) que solo sistemas como el de Ganadería de la Montaña pueden ofrecer. Para este cliente, consumir un producto que conserva sus propiedades nutricionales naturales es una inversión en bienestar a largo plazo y una forma de apoyar la conservación de los ecosistemas locales a través de su compra.

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 ganaderos y transformadores lácteos de Roncesvalles enfrentan una crisis de eficiencia y confianza por la falta de proveedores técnicos especializados. Los compradores de crías en el municipio dependen de un mercado informal que ofrece animales de genética incierta y estatus sanitario dudoso. Esta informalidad genera altas tasas de mortalidad en el levante y una ganancia de peso lenta, lo que reduce la rentabilidad del cebador local. Por otro lado, la industria quesera sufre la inestabilidad en la calidad composicional de la leche, recibiendo materia prima con bajos niveles de sólidos totales que afectan directamente el rendimiento del producto final.
Existe una necesidad no resuelta de acceder a suministros que provengan de modelos productivos sostenibles que, además de ofrecer una alta calidad nutricional y carnes más tiernas, mitiguen el impacto ambiental mediante el secuestro de carbono y la conservación del suelo. Mi proyecto soluciona este dolor al entregar productos generados bajo estrictas Buenas Prácticas Ganaderas (BPG) y Sistemas Silvopastoriles (SSP), lo que ayuda al cliente a satisfacer sus expectativas éticas y de salud, asegurando un suministro confiable, con valor agregado y plenamente comprometido con la regeneración del entorno natural de Roncesvalles

¿Porqué y cómo seleccionó esta iniciativa?



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
Comisionistas e Intermediarios de Roncesvalles	Roncesvalles (Veredas y plazas de ferias)	Compra de terneros de levante y vacas de descarte en pie.	$ 9.800	Tienen gran liquidez inmediata (pago en efectivo al instante) y no exigen registros de vacunación o trazabilidad rigurosa al pequeño productor.	Informalidad total: No ofrecen garantía genética. El comprador corre con el riesgo de enfermedades y baja adaptabilidad, lo que causa muertes en el traslado.
Asociación de Productores Lácteos Local	Casco Urbano, Roncesvalles, Tolima	Recolección de leche cruda para transformación en queso.	$ 1.600	Tienen rutas de recolección establecidas y contratos de suministro con grandes queseras de Ibagué y el Valle del Cauca.	Baja calidad composicional: Al mezclar leches de diversas razas (muchas de bajo sólido), su rendimiento quesero es menor. No ofrecen incentivos por calidad higiénica.
Haciendas Ganaderas Tradicionales	Roncesvalles y límites con el Valle	Venta de ganado de carne (cruces comerciales) y leche.	$ 10.000	Cuentan con grandes extensiones de tierra, mayor número de cabezas y una marca reconocida por años en la región.	Modelo extractivo: Usan ganadería tradicional de baja eficiencia por hectárea. Su carne y leche no tienen el sello de "Sostenibilidad" o "Bienestar Animal" que exige el nuevo mercado.

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

La iniciativa Ganadería de la Montaña se consolida con una ventaja competitiva estructural al integrar genética especializada, sanidad garantizada y sostenibilidad ambiental, factores que la competencia local y los grandes distribuidores no logran equilibrar simultáneamente. A diferencia de los comisionistas e intermediarios de la región, nuestra propuesta ofrece trazabilidad total y activos biológicos de la raza Normando con un desarrollo óseo y muscular superior, asegurando que el cliente adquiera animales con un potencial de ceba real y no solo "ganado de paso
Frente a los productos sustitutos como el pollo o el cerdo industrial (representados por competidores como La Fazenda o El Punto del Pollo), nuestra carne de res de alta montaña se diferencia por su calidad organoléptica (sabor y frescura) y un perfil nutricional superior en hierro y proteínas, altamente valorado en la cultura alimentaria de Roncesvalles e Ibagué. Mientras que la competencia masiva sacrifica la frescura por procesos de empaque y transporte prolongados, nuestra cercanía geográfica garantiza un producto que mantiene sus propiedades naturales intactas.
Finalmente, en el sector lácteo, la ventaja competitiva radica en el alto rendimiento quesero de nuestra materia prima. Mientras las asociaciones locales compiten por volumen de leche estándar, nosotros suministramos una leche rica en sólidos totales (grasa y proteína). Esto permite a la industria transformadora optimizar sus costos de producción al obtener más producto final por litro procesado. Estas ventajas, sumadas a nuestro compromiso con el bienestar animal y la economía campesina, cubren un nicho de mercado técnico

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 la Montaña es una iniciativa empresarial dedicada a la producción y comercialización tecnificada de(crías de levante) y materia prima láctea de alta calidad, operando bajo un modelo de ganadería sostenible y regenerativa en el municipio de Roncesvalles, Tolima. Nuestro proyecto se especializa en la explotación de la raza Normando, aprovechando su doble propósito para entregar al mercado local y regional productos con estándares superiores de rendimiento y nutrición.

Nuestra oferta principal se divide en dos líneas estratégicas:
1.Levante de Terneros Normando: Suministramos ejemplares de 7 meses con un peso promedio de 180 kg, caracterizados por una estructura ósea robusta y una adaptación genética total al clima de alta montaña, lo que garantiza al comprador un proceso de ceba más rápido y eficiente.
2.Leche Premium para Transformación: Ofrecemos leche cruda con un perfil composicional superior en sólidos totales (proteína y grasa), ideal para la industria quesera artesanal de la región, garantizando un mayor rendimiento por litro procesado.

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:

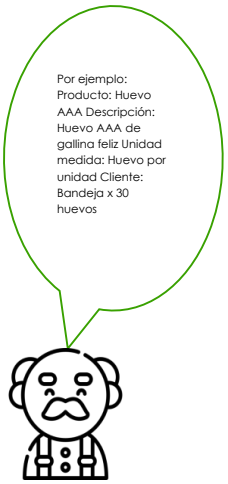
Nuestro:	Modelo de negocio especializado en la cría tecnificada de activos biológicos (crías de levante) y producción láctea premium de la raza Normando, desarrollado bajo un sistema de ganadería sostenible y regenerativa en la vereda Cucuanita de Roncesvalles, Tolima.
Ayuda:	A ganaderos cebadores y empresas transformadoras de lácteos de la región a mitigar los riesgos de alta mortalidad, baja calidad genética y variabilidad en los rendimientos industriales, eliminando la dependencia de intermediarios informales que no garantizan sanidad ni procedencia.
Que:	Les permite adquirir animales con una estructura ósea superior y adaptabilidad garantizada al clima de montaña, así como una materia prima láctea con altos niveles de sólidos totales (grasa y proteína), asegurando una mayor ganancia de peso en menor tiempo para el productor de carne y un incremento del rendimiento quesero para el sector industrial.
Mediante:	La implementación de un sistema de rotación controlada y bienestar animal que integra trazabilidad digital (códigos QR), fichas técnicas nutricionales y estricto cumplimiento de protocolos ICA e INVIMA. Todo esto, respaldado por una logística de proximidad que reduce el estrés por transporte, garantiza la frescura del producto y fortalece la transparencia comercial mediante el uso de herramientas de gestión agropecuaria.



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
Crías de levante Normando	Terneros de raza Normando seleccionados por su alta genética y rusticidad. Criados bajo sistemas de pastoreo rotacional en alta montaña, garantizando una estructura ósea robusta y precocidad para el proceso de ceba. Incluye trazabilidad sanitaria (ICA).	Kilogramo (Kg) en pie	Lote de animales vivos con peso promedio de 180 kg por unidad (7 meses de edad).
Materia Prima Láctea Premium (Alta Densidad)	Leche cruda de vaca con alto contenido de sólidos totales (grasa y proteína), producida bajo Buenas Prácticas Ganaderas (BPG). Especialmente apta para la industria quesera debido a su alto rendimiento en la transformación de derivados.	Litro (Lt)	Despacho diario en cantinas de acero inoxidable según volumen de compra.



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

Crías de levante Normando			
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)
Atención del Parto y Desinfección: Asistencia en el nacimiento, limpieza de vías respiratorias y desinfección profunda del ombligo con yodo al 10% para evitar infecciones (onfaloflebitis).	1 a 2 horas	Kit de parto, yodo, guantes, registros de nacimiento.	Operario y Administrador

Suministro de Calostro: Garantizar el consumo de calostro de alta calidad antes de las primeras 6 horas de vida para transferir inmunidad pasiva. Verificación de vigor del ternero.	Primeras 6 - 12 horas	Baldes higienizados, sonda esofágica (si es necesario).	Operario Ganadero
Crianza y Nutrición Inicial: Alimentación láctea controlada combinada con oferta temprana de concentrado iniciador y pasto de alta calidad para estimular el desarrollo de las papilas ruminales.	1 a 90 días	Estacas de crianza o sala de terneril, baldes con tetero.	Operario Ganadero
Protocolo Sanitario y Descorne: Aplicación de vacunas (según ciclo ICA) y descorne estético a temprana edad para facilitar el manejo futuro y evitar lesiones en el lote.	30 a 60 minutos por animal	Topizador eléctrico o crema descornadora, kit de vacunación.	Médico Veterinario / Operario
Levante en Pastoreo Rotacional: Traslado a potreros con cercas eléctricas para que el ternero aprenda el sistema de rotación, consumiendo forrajes de alta montaña y sal mineralizada.	Mes 3 al Mes 7	Cercas eléctricas, saladeros, bebederos automáticos.	Operario Ganadero
Monitoreo de Crecimiento y Pesaje: Control mensual de peso para asegurar que el animal alcance los 180 kg a los 7 meses. Ajuste de suplementación si hay desviaciones.	4 horas al mes	Báscula electrónica, software de gestión ganadera.	Administrador
Selección y Preparación para Venta: Evaluación final de conformación fenotípica, pesaje de salida y generación del Código QR de trazabilidad con el historial de vida del ejemplar.	1 día	Báscula, sistema de etiquetado/identificación.	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
0,08	8	30	19

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

Materia Prima Láctea Premium (Alta Densidad)			
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)
Preparación y Arreo: Traslado tranquilo de las vacas desde los potreros al sitio de ordeño. Limpieza del área para garantizar higiene. Se realiza dos veces al día (Madrugada/Tarde).	40 minutos por turno	Lazos, pecheras, mangueras de limpieza.	Operario Ordeñador
Protocolo de Ordeño Higiénico: Despunte (detección de mastitis), lavado de pezones con agua limpia y secado con papel desechable. Estimulación de la ubre para bajada de leche.	10 minutos por vaca	Kit de prueba de mastitis, baldes, papel desechable.	Operario Ordeñador
Extracción y Filtrado: Ordeño (manual o mecánico) asegurando el vaciado total de la ubre. Filtrado inmediato de la leche para eliminar impurezas macroscópicas.	2 horas por turno	Equipo de ordeño (si aplica), filtros de tela/papel, cantinas.	Operario Ordeñador

Sellado y Retorno a Pastoreo: Aplicación de sellador de pezones para prevenir infecciones. Suministro de suplemento nutricional pos-ordeño para recuperación energética.	15 minutos	Sellador de grado veterinario, comederos.	Operario Ordeñador
Enfriamiento y Almacenamiento: Traslado de la leche al tanque de enfriamiento para bajar temperatura a 4°C, estabilizando la carga bacteriana y preservando sólidos.	1 a 2 horas	Tanque de enfriamiento de acero inoxidable.	Administrador / Operario
Despacho y Control de Calidad: Verificación de temperatura y prueba de alcohol/densidad antes de la entrega al transportador o industria láctea. Lavado y desinfección de equipos.	45 minutos	Termómetro, lactodensímetro, detergentes alcalinos/ácidos.	Administrador y Transportador

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
35,625	8	30	8.550

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

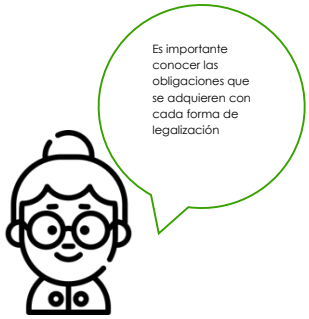
0			
Actividad a realizar (No solo coloque la actividad, descríbala)	Tiempo para realizarla (Días, horas, minutos)	Equipo o Maquinaria requerida	Quién realiza la actividad (Ej: Administrador, operario, veterinario, agrónomo)

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.	$ 200.000	3 días

Registro Sanitario de Predio Pecuario (ICA)	Inscripción de la finca ante el Instituto Colombiano Agropecuario (ICA) como predio productor de carne y leche. 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 Roncesvalles 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 leche cruda y 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 Roncesvalles 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		$ 1.939.500	

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.	$ 300.000
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	**$ 800.000**

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 .	$ 400.000
Ninguna			
Total			**$ 400.000**

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 para las crias destetes, donde el comprador asume el flete. Para la materia prima láctea, la finca se integra a las rutas de	$ 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 de Ganadería la Montaña se sustenta en un modelo de producción escalonado que integra un inventario inicial de 11 vacas en producción (aporte del emprendedor) y la adquisición, mediante recursos del Fondo Emprender, de 8 vacas de raza Normando con 7 meses de preñez. Esta estrategia asegura la comercialización de leche desde el mes 1 y el nacimiento de crías de alto valor genético a partir del mes 4. Las cantidades se han calculado bajo un rendimiento promedio de 15 litros/vaca/día y un ciclo biológico que contempla el periodo de secado y la retención del 20% de los nacimientos para el incremento del hato. Para el cálculo de los ingresos, se ha aplicado un incremento anual estimado del 5%, alineado con las proyecciones del IPC (para el precio de venta) y considerando el comportamiento del IPP agropecuario



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

Crías de levante Normando	$ 1.800.000	$ 1.890.000	$ 1.984.500	$ 2.083.725	$ 2.187.911
Materia Prima Láctea Premium (Alta Densidad)	$ 1.800	$ 1.890	$ 1.985	$ 2.084	$ 2.188
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	Crías de levante Normando

	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	6	$ 11.907.000	
Mes 5		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 6		$ 0	9	$ 17.010.000		$ 0	
Mes 7		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 8		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 9		$ 0		$ 0		$ 0	9
Mes 10		$ 0		$ 0		$ 0	
Mes 11	6	$ 10.800.000		$ 0	9	$ 17.860.500	
Mes 12		$ 0		$ 0		$ 0	
TOTAL	**6**	**$ 10.800.000**	**9**	**$ 17.010.000**	**15**	**$ 29.767.500**	**9**

PRODUCTO O SERVICIO 2	Materia Prima Láctea Premium (Alta Densidad)

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑ
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	4950	$ 8.910.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 2	4950	$ 8.910.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 3	4950	$ 8.910.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 4	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 5	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 6	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 7	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 8	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 9	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550
Mes 10	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550

Mes 11	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550	
Mes 12	8550	$ 15.390.000	8550	$ 16.159.500	8550	$ 16.967.475	8550	
TOTAL	**91800**	**$ 165.240.000**	**102600**	**$ 193.914.000**	**102600**	**$ 203.609.700**	**102600**	**$**

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 (Finca La Australia)	$ 1.300.000	12	$ 15.600.000
Mantenimiento de Praderas e Infraestructura (Cercas eléct	$ 300.000	12	$ 3.600.000
Servicios Públicos (Energía y Agua) (Consumo de cerca elé	$ 180.000	12	$ 2.160.000
Insumos veterinarios y sanitarios básicos (desinfección, cont	$ 300.000	12	$ 3.600.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 2.080.000		**$ 24.960.000**

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				**Crías de levante Normando**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Concentrado Iniciador (Primeros 4 meses	Bulto (40kg)	$ 110.000	2	$ 220.000
Sal Mineralizada (Suministro permanente	Kilo	$ 4.500	12	$ 54.000
Protocolo de Vacunación (Aftosa, Brucelosis, Carbón, Triple)	Dosis/Esquema	$ 35.000	1	$ 35.000
Desparasitación y Vitaminas (Control de	Dosis	$ 25.000	2	$ 50.000
				$ 0
TOTAL				$ 359.000

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2				**Materia Prima Láctea Premium (Alta Densidad)**
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Suplemento Alimenticio (Concentrado)	Kilo	$ 2.800	0,35	$ 980
Sal Mineralizada (Alta Biodisponibilidad)	Kilo	$ 4.500	0,02	$ 90
Medicamentos y Sanidad (Preventivo)	Global por litro	$ 60	1	$ 60
				$ 0
				$ 0
TOTAL				$ 1.130

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	Crías de levante Normando	Prima Láctea Premium (Alta De	0
Precio de Venta	$ 1.800.000	$ 1.800	$ 0
Costo Variable	$ 359.000	$ 1.130	$ 0

Margen de contribución	$ 1.441.000	$ 670	$ 0
% Participación	30%	70%	
Margen de contribución ponderado	$ 432.300	$ 469	$ 0
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	4,806259228		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**1**	**3**	**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	$ 60.000	12	$ 720.000	$ 756.000	$ 793.800	$ 833.490
Papeleria	$ 20.000	12	$ 240.000	$ 252.000	$ 264.600	$ 277.830
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			**$ 2.520.000**	**$ 2.646.000**	**$ 2.778.300**	**$ 2.917.215**

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
Veterinario y gerente	Contrato Laboral a término indefinido	Supervisión de procesos, control de costos, coordinación de equipo y trazabilidad. El esquema de vinculación laboral de Ganadería de la Montaña iniciará formalmente desde el primer mes de ejecución, aprovechando que el proyecto cuenta con una base productiva activa de 11 vacas aportadas por el emprendedor. Durante los meses 1 y 2, el equipo se enfocará en el alistamiento de infraestructura y la	$ 1.900.000	SI	$ 2.921.440	8

					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
					$ 0	
TOTAL					**$ 2.921.440**	

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

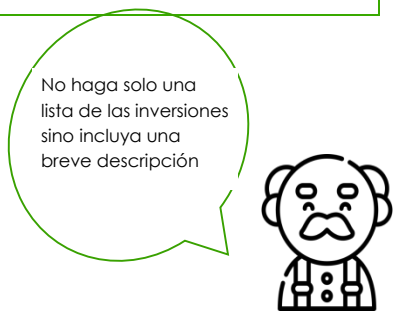
12. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS

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	$ 4.600.000	1	$ 4.600.000
Insumos para el ciclo productivo	Ganado en pie raza normando preñadas	$ 7.000.000	8	$ 56.000.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0

Lín fi
Adquis de bi vehícu
Ad rem e
Adecu
Tasas de propie

				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 60.600.000**

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		$ 1.200.000	1	$ 1.200.000
Pago de salarios u honorarios	Administrador operativo	$ 2.921.440	4	$ 11.685.760
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS				**$ 12.885.760**

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 permitid**
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	**$ 73.485.760**	**Cumple recursos para el número de integrantes registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**1**	**Cumple empleos a genera**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

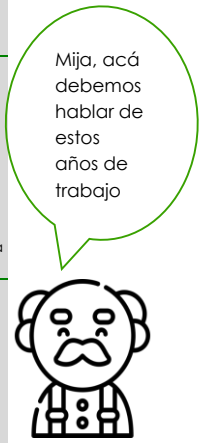
Se muestran los rangos y montos definidos en el Acuerdo 007 de 2025; sin embargo, los términos de referencia tienen la facultad de definir algunos de ellos. Se debe revisar los términos de referencia de la Convocatoria para conocer los rangos y montos permitidos en las postulaciones

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

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

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

Legal	El proyecto opera bajo los lineamientos del ICA, se implementan Buenas Prácticas Ganaderas (BPG). Se cuenta con el registro predial vigente, protocolos sanitarios establecidos y el cumplimiento de la normatividad para la movilización y comercialización de semovientes. La estructura legal está lista para la formalización empresarial definitiva que exige el Fondo Emprender.
Comercial	Existe una validación comercial real. Actualmente, se entrega materia prima láctea a plantas procesadoras de Roncesvalles, integrándonos con éxito en sus rutas de recolección establecidas. Para el renglón de carne, se ha consolidado una red de contactos con cebadores regionales interesados en la genética Normando, asegurando la demanda de las crías de levante bajo la modalidad de venta directa en predio.
Técnico	Se ha estandarizado un modelo de ganadería sostenible y regenerativa en la finca "La Australia". Los avances incluyen: Diseño de dietas balanceadas por conversión alimenticia para alta montaña. Implementación de fichas técnicas de trazabilidad. Manejo de protocolos de sanidad y bioseguridad que garantizan una productividad de 15 litros/vaca/día. Contamos con un activo biológico base de 11 vacas en producción aportadas por el emprendedor.
Ambiental	El modelo incorpora prácticas de agricultura regenerativa, enfocadas en la rotación de praderas para la recuperación de suelos, protección de fuentes hídricas mediante sistemas de acueducto ganadero y el aprovechamiento de residuos orgánicos para fertilización. Estas acciones reducen la huella de carbono y mejoran la resiliencia climática del sistema.



Ventas	A la fecha, la unidad productiva comercializa 2.250 litros de leche mensuales, lo que demuestra la viabilidad técnica y la aceptación del producto. No obstante, la capacidad operativa actual es limitada. El proyecto busca un escalamiento del 280% para alcanzar una producción de 8.550 litros mensuales y la venta sistemática de crías de levante. Este crecimiento se sustenta en la integración de las 8 vacas preñadas financiadas por el Fondo Emprender con el hato actual de 11 vacas del emprendedor, consolidando una infraestructura de 19 vientres altamente productivos.

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

A la fecha, el proyecto ha centrado sus esfuerzos en la validación técnica y comercial directa, consolidando una red de aliados estratégicos en la cuenca lechera de Roncesvalles. Contamos con el respaldo de las plantas procesadoras de lácteos del municipio, quienes han validado la calidad composicional de nuestra leche (altos sólidos totales) y han integrado nuestro predio en sus rutas de recolección establecidas, asegurando el despacho diario de la producción.
Asimismo, se han consolidado acuerdos verbales y manifestaciones de interés con cebadores regionales y comercializadores de ganado en el departamento del Tolima, quienes priorizan la adquisición de nuestras crías de levante debido a su genética Normando y su desarrollo bajo modelos de bienestar animal. Establecimientos y productores locales han manifestado un alto interés en nuestro sistema, reconociendo la robustez y adaptabilidad de los animales finalizados en la finca La Australia.
Si bien actualmente la iniciativa no cuenta con presencia masiva en redes sociales debido a su fase de estabilización productiva, se ha definido como hito estratégico la implementación de una identidad digital bajo la marca "Ganadería de la Montaña" (Instagram y Facebook) una vez se formalice el apoyo del Fondo Emprender. Esta plataforma será utilizada para documentar la trazabilidad mediante códigos QR, mostrar los beneficios del sistema regenerativo de alta montaña y conectar directamente con el consumidor consciente

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	$ 4.600.000								
Ganado en pie	$ 56.000.000								
Administrador operativo	$ 2.921.440	$ 2.921.440	$ 2.921.440	$ 2.921.440					
Estrategia de comunicación		$ 1.200.000							
TOTAL	**$ 63.521.440**	**$ 4.121.440**	**$ 2.921.440**	**$ 2.921.440**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**	**$ 0**

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 73.485.760**	**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	La iniciativa dinamiza la economía de Roncesvalles mediante un modelo de ganadería de doble propósito altamente eficiente. Al integrar el hato actual (11 vacas) con la inversión del Fondo Emprender (8 vacas), logramos un escalamiento productivo, pasando de 2.250 a 8.550 litros de leche mensuales. Este crecimiento impacta la económica local, fortalece las rutas de recolección de las plantas lácteas del municipio y consolidar una oferta constante de crías de levante con genética superior. Con una TIR proyectada del 20%, el proyecto demuestra que la tecnificación en alta montaña es un motor de rentabilidad que impulsa a proveedores de insumos y servicios veterinarios de la región.

Ambiental	El proyecto opera bajo principios de ganadería regenerativa y sostenible. Implementamos un sistema de pastoreo rotacional que permite la recuperación biológica de los suelos y la captura de carbono, mitigando el impacto ambiental tradicional. La eficiencia hídrica se logra mediante el diseño de acueductos ganaderos que protegen las fuentes naturales de la vereda. Además, al comercializar mediante recolección en predio y rutas establecidas, reducimos drásticamente la huella de carbono logística. Se contempla el aprovechamiento de residuos orgánicos para la fertilización natural de praderas, alineándonos con la economía circular.□
Social	Ganadería de la Montaña aporta al tejido social de Roncesvalles mediante la generación de empleo rural formal y la transferencia de conocimiento técnico a la comunidad. Al ser un modelo de alta montaña exitoso, funciona como un "piloto tecnológico" para otros productores de la zona, promoviendo el relevo generacional y el arraigo al campo. Priorizamos la proveeduría local y la colaboración con familias ganaderas, fomentando un sistema de comercio justo donde la calidad de nuestra Leche garantiza precios estables y relaciones comerciales de largo plazo que benefician la estabilidad económica de los trabajadores y sus familias.
Tecnológico	La unidad productiva rompe la brecha digital rural mediante la implementación de trazabilidad individual por código QR para cada cría de levante, permitiendo al comprador conocer el historial genético y sanitario de forma instantánea. Seguimiento estricto del intervalo entre partos. Este enfoque asegura la transparencia, la toma de decisiones basada en datos y una eficiencia operativa superior a la media regional.

17. INDICADORES

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

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	1	El valor de este indicador se define de acuerdo con la información descrita en el punto 11. Equipo de Trabajo donde se registran los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Eventos de mercadeo	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	$ 73.485.760	Debe darse cumplimiento a la ejecución de los recursos solicitados al Fondo Emprender
Producción a generar Año 1	91806	Unidades a producir o servicios a prestar en el Año 1
Ventas a generar Año 1	$ 176.040.000	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 / Roncesvalles)	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	Roncesvalles, 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 Roncesvalles	Público - Local	Roncesvalles, 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	Roncesvalles / 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

| | | |

$ 17.8	
$ 17.8	
$ 213.7	
C 4	
Ingr	
$	
$	
$	
$	
$	
$	
$	
$	
$	
$	
$	
$	
$	


$
$
$
$
$ 3

nites r
nancio

sición c
enes m
ulos aut

ecuaci
nodela
structu

acione

para e
derecl
edad ir
o indus


los
ır