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

ID Proyecto	118584
Convocatoria a la que postula la iniciativa	152 - 1C / Economía Campesina
Fecha de diligenciamiento	jueves, 23 de abril de 2026

INICIATIVA PRODUCTIVA, UNIDAD PRODUCTIVA, UNIDAD ECONÓMICA, MODELO O PLAN DE NEGOCIO A FORTALECER

NOMBRES Y APELLIDOS DEL REPRESENTANTE LEGAL DE LA INICIATIVA FORMALMENTE REGISTRADA	TIPO DE DOCUMENTO	NÚMERO
Gloria Esperanza Pava Barrios	CC	65.827.282

NOMBRE DE LA INICIATIVA FORMALMENTE REGISTRADA	DEPARTAMENTO	MUNICIPIO
ASOCIACIÓN INTEGRAL DE MUJERES CAMPESINAS DEL TETUÁN	Tolima	Chaparral

INDIQUE EL TIPO DE REGISTRO FORMAL DE LA INICIATIVA	En caso de haber seleccionado Otra en el elemento anterior indique Cual	NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN TRIBUTARIA (NIT) con dígito de verificación
Asociación		901834051-3

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 legal y el grupo asociativo (en caso que aplique) 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	0123 Cultivo de café

Tipo de Iniciativa	Asociativo	Registrar en la hoja "Integrantes iniciativa" el total de integrantes, los cuales se verán reflejados acá una vez se hayan diligenciado	25

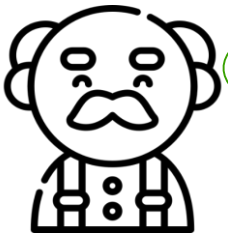
¿Cuenta con un lugar de operaciones? SI



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 va a 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 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 del plan de inversión.

Al tomar la decisión de **fortalecer** 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? ¿Cuál será el impacto? ¿Cómo vamos a crecer? entre otros. Con el acompañamiento del SENA, vamos a orientarlo para que describa los elementos a

vamos a crecer, entre otros. Con el acompañamiento del SENA, vamos a orientarlo para que describa los elementos a fortalecer en su iniciativa productiva



Usted(es) podrán exponer acá su iniciativa productiva, unidad productiva, unidad económica, modelo o plan de negocio para FORTALECER. 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 un profesional le guiarán en la construcción del plan de inversión 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. RESUMEN EJECUTIVO (Nuestra iniciativa en resumen)

Presente de forma breve la iniciativa que se quiere fortalecer, cuente una breve historia, mencionando cómo y cuándo nació la iniciativa y los logros más importantes en su camino. Señale la ubicación, explicando dónde funciona y qué ventajas tiene, como cercanía a clientes o proveedores. Luego describa la actividad principal, los productos o servicios que produce o presta actualmente, qué los hace diferentes y por qué los clientes los eligen.
Explique el propósito de la inversión a solicitarse, porque se toma esta decisión y que beneficios traería en términos de mercado, recurso humano, proceso técnico, impacto en la comunidad.

ASMUINTETUAN (Asociación Integral de Mujeres Campesinas del Tetuán) es una organización asociativa conformada por 24 mujeres rurales de la vereda La Palmera, en Chaparral, Tolima. Fundada formalmente en mayo de 2024, la asociación busca el empoderamiento económico femenino mediante la producción y comercialización de cafés especiales de alta calidad. Actualmente, cuentan con un terreno propio donde construyen su planta de proceso con recursos propios, gestionando una producción anual de 3 toneladas de café. La iniciativa se diferencia por ofrecer un "Origen con Rostro Humano", donde la trazabilidad ambiental y el compromiso social son los ejes principales, contando ya con el sello de negocios verdes de Cortolima. El proyecto solicita el fortalecimiento de Fondo Emprender para adquirir maquinaria de transformación (tostadora, trilladora, molino) entre otros y realizar adecuaciones técnicas bajo normatividad INVIMA. Bajo el liderazgo de Gloria Esperanza Pava Barrios, con más de 30 años de experiencia comunitaria, la asociación proyecta transformarse en una empresa líder que genere 10 empleos directos y asegure ingresos dignos para sus familias.

Frente al representante legal 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?

Gloria Esperanza Pava Barrios es una líder comunitaria con más de 30 años de trayectoria en el sector rural del municipio de Chaparral, Tolima. Es la fundadora de ASMUINTETUAN , organización que nace bajo su visión de empoderar a la mujer campesina a través de la economía solidaria y la soberanía alimentaria. Se destaca por su alta vocación de servicio, empatía y capacidad de interlocución. Posee habilidades innatas para la resolución de conflictos y un liderazgo integrador que fomenta la cohesión del tejido social en la vereda La Palmera. Su perfil combina la resiliencia de la mujer rural con una visión estratégica para el emprendimiento asociativo.
Cuenta con una trayectoria de 9 años como representante legal en organizaciones de base, donde demostró capacidad para la gestión de proyectos de impacto social. Su experiencia acumulada de tres décadas en el servicio comunitario le otorga un conocimiento profundo de las dinámicas agropecuarias y las necesidades de la comunidad del Tetuán. Como representante legal y presidenta, sus responsabilidades incluyen:
Representación legal y firma de convenios de cooperación.
Ordenación del gasto y gestión de recursos financieros ante entes públicos y privados.
Coordinación y ejecución de los planes, programas y proyectos productivos de la asociación.
Velar por el cumplimiento de los estatutos y las decisiones de la Asamblea General.
Fue elegida por unanimidad por la Asamblea de asociados debido a su transparencia, su capacidad probada para gestionar recursos y su rol como fundadora de la iniciativa. Su comunidad reconoce en ella la autoridad moral y técnica necesaria para dirigir el crecimiento de la asociación hacia mercados competitivos.

Diligenciar únicamente para postulaciones de grupos asociativos registrados formalmente

En caso de ser una postulación de un grupo asociativo registrado formalmente,¿Cuál es ese objetivo común del grupo asociativo? ¿Por qué es importante trabajar en conjunto para lograr ese objetivo común?

El objetivo principal de ASMUINTETUAN es la consolidación de las unidades productivas de las asociadas que se dedican al cultivo, transformación y comercialización de café de alta calidad, basada en un modelo de economía solidaria y familiar. Buscamos que la caficultura no sea solo una actividad de subsistencia, sino una empresa asociativa sostenible que genere ingresos dignos para las mujeres campesinas y sus familias en el corregimiento de Calarma, Chaparral. Este esfuerzo colectivo apunta a mejorar los hábitos culturales de producción e integrar nuevas tecnologías para elevar el nivel de vida de todos los asociados. El esfuerzo conjunto permite alcanzar volúmenes de producción de café que serían imposibles de lograr individualmente, facilitando el acceso a mercados directos y eliminando intermediarios. La asociatividad imprime una capacidad de respuesta conjunta frente a cambios inesperados del mercado o del clima, permitiendo una transición hacia prácticas agrícolas más sostenibles y conservadoras del medio ambiente.

¿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)

Nuestro impacto como ASMUINTETUAN en el corregimiento de Calarma se fundamenta en el resurgimiento socio-cultural y el fortalecimiento de la economía rural de Chaparral. A través de esta iniciativa, estamos creando un espacio productivo distinto en una región que ha sido históricamente marginada por la violencia, demostrando que nosotras, como mujeres campesinas, tenemos la capacidad de liderar proyectos de vida dignos y superar este flagelo. Nuestra asociación actúa como un motor de cohesión que une a la gente, reforzando los valores de la unidad familiar, el orgullo de nuestra identidad rural y ofreciendo una alternativa de desarrollo legal frente al pasado de conflicto. Actualmente, contamos con un terreno propio a nombre de nuestra asociación, donde estamos adelantando la construcción de nuestra planta con recursos propios derivados de nuestras ventas. Es en este espacio donde instalaremos la maquinaria de transformación de café que solicitamos a Fondo Emprender, junto con las adecuaciones técnicas necesarias para finalizar nuestra infraestructura. Este proyecto nos permite proyectar beneficios concretos y medibles para nuestro entorno: Crearemos 10 empleos directos y 10 indirectos, dinamizando el mercado laboral de nuestra vereda y zonas aledañas. Impactamos directamente en la calidad de vida de 25 familias asociadas, garantizándoles ingresos estables mediante la comercialización conjunta. Proyectamos una producción anual de 3 toneladas de café. De estas, 1 tonelada será transformada y procesada en nuestra planta, lo que nos permite capturar un mayor margen de utilidad para nuestras socias. Las 2 toneladas restantes se comercializarán como café pergamino seco con empresas exportadoras y el comercio local, asegurando la rotación constante de nuestro producto y la salud financiera de la asociación.

Describa la trayectoria (si la hay) como grupo asociativo dando respuesta principalmente a estos interrogantes:
¿Qué actividad productiva vienen realizando juntos? ¿Hace cuánto?
¿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?

Nuestra trayectoria como Asociación Integral de Mujeres Campesinas del Tetuán se ha consolidado a través del trabajo conjunto en la caficultura, transformando nuestra labor individual en un esfuerzo colectivo organizado. Venimos trabajando juntas en el cultivo, recolección y comercialización de café de manera asociada desde nuestra constitución formal en mayo de 2024, aunque como grupo de mujeres líderes del corregimiento de Calarma, nuestra cohesión y trabajo comunitario en torno a la tierra suma muchos años de experiencia previa. Actualmente, gestionamos una producción anual de 3 toneladas de café, de las cuales ya transformamos 1 tonelada para darle valor agregado a nuestro producto. contamos con un espacio físico propio. Tenemos un terreno a nombre de la asociación donde actualmente estamos construyendo, con recursos propios generados por nuestras ventas, la infraestructura necesaria para nuestra planta de proceso. Este predio es el centro de nuestra operación y es allí donde proyectamos instalar la maquinaria de transformación que solicitamos para tecnificar nuestra labor. Nuestra coordinación se basa en un modelo de economía familiar y solidaria. Nos organizamos mediante jornadas de trabajo programadas donde cada asociada aporta su saber en las etapas de beneficio y secado. La toma de decisiones operativas y la ordenación de gastos están lideradas por nuestra presidencia, siguiendo siempre los planes de desarrollo aprobados por nuestra Asamblea General para asegurar que el beneficio de la venta del café llegue a las 25 familias vinculadas. Nuestra asociación es reconocida y puede ser referenciada por Gobernación del Tolima, Cortolima quien nos otorgo el sello como negocios verdes, Tolipaz quienes nos beneficiarion en un proyecto para entrega de equipo de computo, Alcaldía de Chaparral, ante estas entidades figuramos como una entidad activa, renovada y formalmente constituida en el municipio de Chaparral. Asimismo, por nuestra naturaleza y ubicación, tenemos interlocución con las autoridades locales del municipio, quienes conocen nuestro impacto como organización de mujeres campesinas en una zona históricamente afectada por el conflicto

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

La toma de decisiones y la administración de los recursos en ASMUINTETUAN se rigen por principios de democracia, transparencia y participación colectiva, siguiendo la estructura definida en nuestros estatutos: Asamblea General de Asociados: Es nuestra máxima autoridad. En ella se toman las decisiones estratégicas de mayor impacto, como la aprobación de planes de desarrollo a largo plazo, reformas estatutarias y la evaluación de resultados anuales. Junta Directiva: Se encarga de la planeación y seguimiento de la ejecución del proyecto. Es el puente entre la visión de la Asamblea y la operación diaria, asegurando que cada acción esté alineada con los objetivos de la asociación. Representación Legal y Presidencia: La gestión directa y la ejecución de las decisiones emanadas de la Junta y la Asamblea recaen en la Representante Legal. Sus funciones incluyen la firma de convenios, la ordenación del gasto y la representación oficial ante entidades como el SENA y Fondo Emprender.

La administración de los recursos financieros es responsabilidad de la Presidenta y Representante Legal, quien autoriza los pagos y gastos necesarios para la operación, siempre bajo el marco del presupuesto aprobado. Contamos con mecanismos de vigilancia interna para asegurar que los recursos (tanto los propios como los solicitados para maquinaria y adecuaciones) se destinen exclusivamente al fortalecimiento de nuestra planta de transformación de café. El patrimonio de nuestra asociación es variable e ilimitado, constituido por capital propio, donaciones y los ingresos derivados de nuestra actividad comercial. La gestión del terreno propio y de la futura maquinaria se realiza bajo un enfoque de propiedad colectiva. Los recursos generados por la venta de la tonelada de café transformado y las dos toneladas de café pergamino se reinvierten para garantizar la sostenibilidad operativa, el mantenimiento de los equipos y la mejora de los ingresos de las 25 familias asociadas. La gestión

Indicar las principales responsabilidades que tiene el grupo asociativo

Administrar y mantener el terreno propio y las adecuaciones físicas donde se instalará la central de beneficio y transformación.

Coordinar el procesamiento de la tonelada de café anual (tostión y molienda) para asegurar los estándares de calidad del producto final.

Gestionar la venta de las 3 toneladas de producción anual, garantizando tanto el mercado para el café transformado como para el café en pergamino seco

Ejecutar las labores de producción de café bajo criterios de sostenibilidad y conservación del medio ambiente en el corregimiento de Calarma

Ordenar los gastos y pagos de la asociación de manera transparente, asegurando que los fondos se destinen a los objetivos del proyecto de café.

Velar por el cumplimiento de los estatutos vigentes y los acuerdos tomados en la Asamblea General y la Junta Directiva

2. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO (Quiénes somos y qué hacemos)

Presente la iniciativa que van a fortalecer, indicando el tipo de iniciativa que es, en que consiste y cuál es su actividad principal. También se explica la misión (el propósito o razón de ser de la organización) y la visión (el sueño o meta a futuro), comentar acerca de la experiencia y aspectos que se quieran resaltar de la iniciativa

La Asociación Integral de Mujeres Campesinas del Tetuán (ASMUINTETUAN) es una entidad sin ánimo de lucro de naturaleza asociativa. Somos una organización conformada por 24 mujeres rurales de la vereda La Palmera, corregimiento de Calarma, en Chaparral, Tolima. Nuestra iniciativa es un emprendimiento de economía solidaria que busca fortalecer la autonomía económica de la mujer campesina a través de la producción, transformación y comercialización de cafés especiales y productos agroindustriales de alta calidad. Nuestra actividad principal se centra en la cadena de valor del café, desde el cultivo bajo prácticas sostenibles hasta su procesamiento final para el mercado nacional e internacional.
Misión
Cultivamos la tierra y el futuro. Generamos bienestar económico y social para nuestras familias y comunidad a través de la producción ética y la comercialización directa de cafés especiales y productos agroindustriales de alta calidad, reforzando el papel de la mujer como eje de desarrollo rural.
Visión
Ser reconocidas a nivel nacional e internacional como un referente en la producción de café de nicho y productos agroindustriales con alto valor social. Buscamos la formalización financiera y la consolidación de nuestro modelo comercial colectivo para acceder a nuevos mercados y alianzas estratégicas para el año 2028
Trabajamos bajo principios de conservación y protección del medio ambiente, integrando acciones de adaptación al cambio climático que dan un valor agregado y relevante a nuestro producto.
Contamos con suficiente materia prima y un terreno propio a nombre de la asociación para el desarrollo de nuestras operaciones
Nuestra representante legal posee más de 30 años de experiencia en liderazgo comunitario y gestión de proyectos, asegurando una dirección transparente y orientada a resultados.

¿Qué avances se han realizado hasta el momento con la iniciativa?

Indique el tiempo de antigüedad de la iniciativa	De manera formal, el grupo asociativo tiene 2 años de antigüedad, tras su constitución oficial el 17 de marzo de 2024
Legal	Constitución: Registro formal como Entidad Sin Ánimo de Lucro (ESAL) el 20 de mayo de 2024 bajo la matrícula No. 50503985.Vigencia Mercantil: La asociación cuenta con su matrícula renovada al día para el año 2026 .Estructura de Mando: Nombramiento vigente de la Junta Directiva y Representación Legal, con facultades plenas para contratar y ordenar el gasto
Comercial	Actualmente tenemos establecidos acuerdos comerciales con empresas exportadoras y comercio local para la venta de café en pergamino. Además, ya contamos con una marca propia en proceso de posicionamiento para el café transformado, lo que nos permite llegar directamente al consumidor final y capturar un mayor valor por nuestro producto. TEnemos un enfoque definido hacia los cafés especiales y productos agroindustriales de alta calidad.
Técnico	Somos propietarias del terreno donde funciona nuestra unidad productiva, el cual está a nombre de la asociación. En este predio estamos adelantando la construcción de la infraestructura física con recursos propios. Contamos con una capacidad de gestión sobre 3 toneladas de café anuales y tenemos estandarizados los procesos de recolección y beneficio húmedo dentro de las fincas de nuestras 25 asociadas.
Ambiental	Hemos implementado protocolos de producción limpia que incluyen el manejo responsable de residuos del café (pulpa y mucílago) y la protección de fuentes hídricas en la vereda La Palmera. Nuestra producción se rige por principios de conservación, lo que nos permite ofrecer un producto con conciencia ecológica, alineado con las exigencias de los mercados de cafés especiales, razón por la cual Cortolima nos ha otorgado certificación de sello verde.
Ventas	Nuestra iniciativa ya genera ingresos reales. Actualmente producimos 3 toneladas de café al año. De esta producción, hemos logrado la transformación y venta de 1 tonelada de café procesado (tostado y molido) anual, mientras que las 2 toneladas restantes se venden como café pergamino seco, garantizando el flujo de caja necesario para el sostenimiento de la asociación y el beneficio de nuestras 25 familias. Estos son nuestros clientes actuales: Andrea Paola pava tapia fruver la 10 chaparral tolima. Compra mensual 30 libras moldas Leydy Donoso cubillos Ibagué Tolima compra quincenal 15 libras molidas Diego Fernando Donoso Villavicencio meta compra Mensual 20 libras molidas Exportadora cóndor chaparral compra 250 kilos café pergamino seco mensual. Cafisur: compra todo el cafe que le llevemos como caficultores

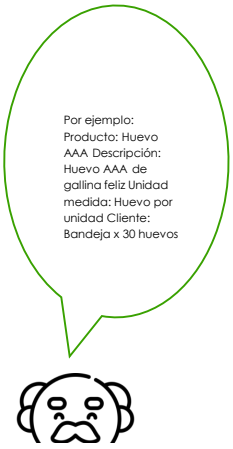


En este espacio puede colocar enlaces de redes sociales, páginas web, información de clientes o demás que considere que evidencien el avance de la iniciativa propuesta

La asociación cuenta con un perfil de facebook e instagram llamado asmuintetuan, el cual no cuenta con publicaciones frecuentes, ni una estrategia digital definida. Para fortalecer esta estrategia el proyecto busca recursos para pagar una empresa profesional dedicada al manejo de redes sociales y creación de contenido apropiado. En cuanto a clientes la asociación cuenta con diferentes clientes en varias partes del país, que le dan el sustento en cuanto a ventas en la asociación.

Relacione y describa los productos o servicios de la iniciativa. 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
Café Tostado y Molido (Presentación por Libra)	Es nuestro producto estrella con mayor valor agregado. Es un café de origen cultivado por las 24 mujeres de la asociación en el corregimiento de Calarma, procesado bajo protocolos de selección de granos para garantizar un perfil de taza superior. Se comercializa en presentaciones de una libra (500g), empacado y sellado para conservar su aroma y frescura. Este producto está dirigido a consumidores finales, tiendas especializadas y	libra	libra empacada en bolsa laminada con válvula desgasificadora unidireccional con banda tin tie
Carga de Café Pergamino Seco Certificado por 125Kg	Café pergamino seco producido por asociados de ASMUINTETUAN bajo estándares de sostenibilidad y certificaciones internacionales (Orgánico, Fair Trade y Rainforest Alliance), con trazabilidad desde la finca, adecuado manejo de beneficio y condiciones óptimas para comercialización en mercados especializados.	Carga por 125 (Kg)	Carga de Café pergamino seco certificado bajo estandares Organico (NOP/USDA, UE, JAS, COR), Rainforest Alliance, FairTrade USA - embalado en 2 lonas





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 sus producto o servicios 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.

Nuestra principal ventaja competitiva radica en el Modelo de Valor Compartido que une la alta calidad del café de origen con el impacto social directo en la mujer rural. A diferencia de los productos comerciales masivos, nuestro café ofrece un "Origen con Rostro Humano", donde el cliente no solo adquiere un producto premium, sino que contribuye al empoderamiento de 24 familias campesinas de Chaparral. Los detalles especiales que nos hacen sobresalir frente a la competencia son: Somos una organización gestionada exclusivamente por mujeres campesinas que integran a todo su núcleo familiar en la producción. Este enfoque garantiza un cuidado minucioso en cada etapa del proceso, desde la siembra hasta el empaque, reflejando una delicadeza y calidad que el cliente percibe en el sabor y aroma de cada taza. Contamos con un fuerte componente de protección ambiental. Producimos bajo protocolos que respetan la biodiversidad y las fuentes hídricas de nuestra vereda La Palmera. Para el consumidor actual, este compromiso con el medio ambiente es un factor decisivo que nos posiciona por encima de marcas tradicionales. Al contar con un terreno propio y nuestra propia planta de transformación (en construcción), garantizamos una trazabilidad completa. Controlamos cada paso de la cadena, lo que nos permite asegurar un precio justo tanto para la asociación como para el consumidor, eliminando intermediarios innecesarios que encarecen el producto y afectan su frescura. Nuestro café es un símbolo de resiliencia. Transformamos una región históricamente marcada por el conflicto en un espacio de productividad y paz. Este "detalle único" genera una conexión emocional con el cliente, quien prefiere un producto que representa la superación y el orgullo del campo colombiano.

Si la actividad lo exige ¿Cuáles son las normas, permisos, registros, licencias, notificaciones, requeridos para funcionar, con las que ya cuenta y las que requiere? **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 de la actividad productiva de su iniciativa.

Norma, Permiso, Licencia, Registro a cumplir	Descripción detallada del trámite	Costo ($)	Tiempo requerido (Días)	Estado
Matrícula mercantil – Cámara de Comercio (2026)	Registro legal obligatorio que acredita la existencia jurídica de la asociación, su naturaleza como entidad sin ánimo de lucro o de economía solidaria, así como la representación legal vigente. Este registro permite el desarrollo formal de actividades comerciales, la celebración de contratos y el acceso a servicios financieros. Debe renovarse anualmente ante la Cámara de Comercio, garantizando la actualización de información institucional y el cumplimiento de las obligaciones legales.	$ 250.000	5	Ya se cuenta con el trámite
Registro Único Tributario (RUT) – DIAN	Registro legal obligatorio que acredita la existencia jurídica de la asociación, su naturaleza como entidad sin ánimo de lucro o de economía solidaria, así como la representación legal vigente. Este registro permite el desarrollo formal de actividades comerciales, la celebración de contratos y el acceso a servicios financieros. Debe renovarse anualmente ante la Cámara de Comercio, garantizando la actualización de información institucional y el cumplimiento de las obligaciones legales.	$ 0	3	Ya se cuenta con el trámite
Facturación electrónica – DIAN	Inscripción obligatoria ante la Dirección de Impuestos y Aduanas Nacionales (DIAN), que identifica a la organización como sujeto de obligaciones tributarias. Define la actividad económica (CIIU), responsabilidades fiscales, régimen tributario y obligaciones frente al IVA y retenciones. Es requisito indispensable para facturar, contratar con terceros, acceder a servicios financieros y participar en procesos comerciales formales.	$ 0	15	Ya se cuenta con el trámite
Registro Federación Nacional de Cafeteros (FNC)	Registro obligatorio ante la Federación Nacional de Cafeteros que habilita a la organización para realizar exportaciones de café. Incluye el cumplimiento de requisitos de calidad, trazabilidad, registro de operaciones en el sistema cafetero, pago de la contribución cafetera y cumplimiento de normativas de exportación. Este registro permite acceder a mercados internacionales y formalizar la comercialización externa del producto.	$ 0	30	Ya se cuenta con el trámite
Certificación Rainforest Alliance	La certificación Rainforest Alliance se enfoca en garantizar la sostenibilidad integral de la producción agrícola, incluyendo criterios ambientales, sociales y económicos. Su implementación implica prácticas como la conservación de bosques y fuentes hídricas, protección de la biodiversidad, uso eficiente del agua, manejo responsable de agroinsumos, reducción de impactos ambientales y mejora continua de los sistemas productivos. A nivel social, exige condiciones laborales adecuadas, respeto por los derechos de los trabajadores, no trabajo infantil, seguridad ocupacional y bienestar comunitario. Esta certificación requiere	$ 40.000.000	60	Se debe realizar el trámite

TOTAL		$ 40.250.000		

Finalmente, señale las principales ventajas y desventajas de la iniciativa, y si se quiere, se puede describir como un análisis DOFA para identificar las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas, destacando especialmente las oportunidades que pueden aprovecharse para crecer.

Nuestra estrategia principal para aprovechar las oportunidades radica en la tecnificación. Al obtener la maquinaria a través de Fondo Emprender, convertiremos nuestra debilidad (falta de equipo) en una fortaleza competitiva. Esto nos permitirá transformar el 100% de nuestra producción, capturando el valor agregado del café tostado y molido, y posicionando nuestra marca en mercados de nicho donde el cliente paga un precio justo por la calidad y la historia de resiliencia de las mujeres de Chaparral.
Fortalezas (Internas)
Propiedad y Arraigo: Contamos con un terreno propio a nombre de la asociación y una sede en construcción, lo que nos da estabilidad y autonomía operativa.
Base Productiva Sólida: Disponemos de materia prima de alta calidad (3 toneladas de café anuales) y el compromiso de 24 mujeres asociadas que aplican prácticas de protección ambiental.
Liderazgo con Experiencia: Contamos con una representante legal con más de 30 años de trayectoria en gestión comunitaria y un equipo humano cohesionado.
Formalidad Legal: Tenemos nuestra documentación al día y renovada al año 2026, lo que nos habilita para acceder a recursos y convenios estatales.
Debilidades (Internas)
Limitación Tecnológica: La falta de maquinaria propia para la transformación (tostión y molienda) nos obliga a externalizar procesos, elevando los costos de producción.
Brecha en Mercadeo Digital: Contamos con una necesidad latente de fortalecer nuestras habilidades en marketing y el uso de herramientas tecnológicas para llegar

3. ANÁLISIS DE MERCADO Y COMPETENCIA (A quién vendemos y quién más ofrece lo mismo o parecido)

En este punto contamos cómo es el mercado donde vendemos: cuánta gente puede comprar, qué grupos son los principales clientes y qué cambios o tendencias vemos en la zona. Además, describimos quién es nuestro cliente: su edad, dónde vive, cómo compra, qué necesita y qué busca cuando nos compra.

CARACTERÍSTICAS DEL CLIENTE O CONSUMIDOR	**CUALIDADES DEL CLIENTE O CONSUMIDOR**
En este espacio describa las características del cliente o consumidor que comprará su producto o servicio. Indique dónde vive (región, sector (sector urbano, rural), vereda, municipio o ciudad), su estrato socieconómico, rango de edad y género. Explique su capacidad de compra o nivel de ingresos, es decir, si tiene los ingresos suficientes y la frecuencia para poder pagar por el producto o servicio. Señale si trabaja y en qué, su estado civil, la estructura familar, si tiene hijos y si vive en casa propia o en arriendo. También describa sus hábitos de consumo, como cada cuánto compra, qué cantidad consume y qué prefiere al momento de elegir. Incluya cifras o estadísticas que ayuden a mostrar mejor este perfil. Indique el tamaño del mercado desde lo general a lo particular con los criterios que se consideraron para su determinación.	En este espacio debe describir con detalle cómo es su cliente en cuanto a gustos y preferencias. Mencione qué cosas le gustan, qué le da miedo, qué lo hace feliz y cuáles es su estilo de vida, actividades que realiza, intereses, opiniones, personalidad, ventajas deseadas del producto, usos que da al producto, ocasiones en que lo compra, frecuencia de compra, cantidad de compra, medios de pago (efectivo, transferencia, crédito), valores y creencias. También puede contar qué le gusta comer, si disfruta viajar u otras actividades que hagan parte de su vida. La idea es conocer al cliente como a un familiar cercano, entendiendo sus costumbres, motivaciones y forma de vivir, para saber mejor cómo ofrecerle el producto o servicio.
CLIENTE	
Cliente Industrial y Cooperativo (Café Pergamino Seco) Corresponde a las entidades compradoras de volumen que aseguran la salida de nuestra producción primaria. Ubicación: Ubicados en el sector urbano de Chaparral, Tolima. Características del Cliente: Empresas de exportación y cooperativas (como Exportadora Cóndor y Cafisur). Son organizaciones con alta capacidad financiera y logística. Hábitos de Consumo: Su compra es por volumen y frecuencia mensual.	Estilo de Vida y Personalidad: Es una personalidad empresarial, pragmática y eficiente. Su día a día se basa en el cumplimiento de metas, logística y estándares de calidad internacional. Son expertos en el sector cafetero. Intereses y Opiniones: Le interesa la trazabilidad y la consistencia del grano. Opina que las asociaciones organizadas como la nuestra son proveedores confiables que reducen los riesgos de la cadena de suministro. Qué lo hace feliz: Recibir un café con el grado de humedad exacto,



Actualmente, Exportadora Cóndor adquiere 250 kilos mensuales, mientras que Cafisur actúa como comprador permanente para toda la producción en pergamino seco que la asociación y sus caficultoras asociadas generen, garantizando el 100% de la venta del excedente no transformado. Para determinar el tamaño del mercado, hemos analizado desde lo general a lo particular bajo los siguientes criterios: Mercado Potencial (General): Habitantes de los municipios de Chaparral e Ibagué que consumen café diariamente (estimado en el 85% de la población adulta según cifras de la Federación Nacional de Cafeteros). Mercado Objetivo (Segmentado): Familias de estratos 2 al 4 en estas ciudades que buscan cafés de origen y apoyan emprendimientos asociativos. En Chaparral, esto representa un mercado local de aproximadamente 5,000 hogares con intención de compra de productos regionales. Mercado Atendido (Particular): Actualmente, la asociación atiende una demanda fija de 65 libras de café molido al mes y 250 kilos de café pergamino seco, con una proyección de crecimiento inmediata al instalar la maquinaria solicitada, la cual nos permitirá cubrir el potencial de las 3 toneladas anuales que gestionamos.	limpio y bien seleccionado. Le genera satisfacción cumplir con sus cupos de exportación con café que tiene un impacto social verificable, ya que esto mejora su imagen ante sus compradores internacionales. Miedos: Teme el incumplimiento en las fechas de entrega o que la calidad del grano varíe entre cosechas, afectando sus contratos. Frecuencia y Medios de Pago: Compra de forma mensual o por cosecha en grandes volúmenes (como los 250 kilos mensuales de Cóndor). El medio de pago es transferencia bancaria o cheque, bajo acuerdos comerciales de pago inmediato o a corto plazo. Valores: Valora la seriedad, la formalidad legal (Cámara de Comercio al día) y la capacidad técnica de la asociación para entregar un producto estandarizado.
CONSUMIDOR	
Consumidor Final y Detallista (Café Tostado y Molido por Libra) Este perfil corresponde a personas naturales y negocios locales (Fruver) que valoran la frescura, el origen y el impacto social del producto. Ubicación y Demografía: Nuestros clientes actuales se ubican en los cascos urbanos de Chaparral e Ibagué (Tolima) y en Villavicencio (Meta). Son hombres y mujeres en un rango de edad de 25 a 60 años, pertenecientes a los estratos socioeconómicos 2, 3 y 4. Perfil Socioeconómico: Son profesionales vinculados al sector público o privado, comerciantes y trabajadores independientes con ingresos mensuales estables (superiores a 1.5 SMMLV). En su mayoría, son personas con estado civil casado o en unión libre, con estructuras familiares de 3 a 4 integrantes, que habitan principalmente en vivienda propia. Capacidad y Hábitos de Compra: Poseen una capacidad de compra recurrente. En el caso de consumidores individuales (como en Ibagué y Villavicencio), la frecuencia de compra es quincenal o mensual, con volúmenes de 15 a 20 libras. En el caso de micro-negocios locales (como Fruver la 10 en Chaparral), la compra es de 30 libras mensuales. Prefieren el café molido por su practicidad y eligen nuestro producto por su perfil de taza superior y por apoyar directamente a la mujer campesina.	Este es el cliente que compra por libra, como Andrea Pava, Leydy o Diego Donoso. Es un consumidor consciente que busca identidad en su taza. Estilo de Vida y Personalidad: Es una persona trabajadora, madura y muy hogareña. Valora los momentos de calidad en familia y ve el café como un "premio" diario o un vínculo social para compartir con amigos y visitas. Intereses y Opiniones: Le interesa el origen de los alimentos y la salud. Opina que el café comercial del supermercado no tiene alma y prefiere apoyar lo local. Le gusta viajar por carretera, conocer los pueblos de su región y valora mucho la honestidad del campesino. Qué lo hace feliz: El aroma del café inundando su casa por la mañana y sentir que, con su compra, está ayudando directamente a las 24 mujeres de ASMUINTETUAN. Le genera satisfacción saber que el producto es "del cultivo a su mesa". Miedos: Teme a la publicidad engañosa o a comprar café mezclado con pasillas de mala calidad. Le asusta que las tradiciones rurales se pierdan por falta de apoyo. Frecuencia y Medios de Pago: Compra de forma quincenal o mensual (entre 15 y 30 libras). Prefiere pagar por transferencia (Nequi/Daviplata) por comodidad, aunque en el punto físico usa efectivo. Valores: Cree en la solidaridad, la resiliencia y el empoderamiento femenino. Para este cliente, el café es un símbolo de paz.

Identifique tres (3) competidores, que pueden ser personas, organizaciones o asociaciones que venden lo mismo o algo parecido, y explicamos qué hacen y cómo trabajan. También decimos cómo se ubica nuestra organización o asociación frente a ellos y qué nos hace diferentes, como la calidad, el precio justo, lo natural o lo artesanal de los productos.

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
COFFEE GRAINS & ASEMPROGROPE SAS	Tolima, Planadas	Carga de Café pergamino seco certificado bajo estandares orgánico (NOP/USDA, UE, JAS, COR), Rainforest Alliance y FairTrade	$ 2.320.000	Enfoque empresarial con alta capacidad de gestión y toma de decisiones ágil, diversificación de portafolio incluyendo transformación (café tostado), lo que le permite capturar mayor valor agregado.	Menor base asociativa y menor volumen de abastecimiento en comparación con modelos asociativos, menor cobertura territorial, menor impacto social estructurado, y menor articulación con programas
AMOCAL	Calarma Chaparral	Carga Café Pergamino Seco	$ 2.320.000	Asociación con trayectoria en la zona, diversificación de portafolio incluyendo transformación (café tostado), lo que le permite capturar mayor valor agregado	Menor base asociativa y menor volumen de abastecimiento en comparación con modelos asociativos, menor cobertura territorial, menor impacto social estructurado

CAFE ROJO	Chaparral Tolima	Carga Café Pergamino Seco	$ 2.320.000	La empresa tiene un enfoque empresarial con alta capacidad de gestión y toma de decisiones ágil, tiene capacidad de producción alta lo que significa que puede vender volumen	El impacto en la comunidad es bajo ya que no genera beneficio social en la comunidad.

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

Tras analizar el entorno cafetero del sur del Tolima, se concluye que la iniciativa ASMUINTETUAN posee tres ventajas competitivas determinantes que la posicionan por encima de la competencia local y asociativa: A diferencia de muchas asociaciones que dependen de alquileres o comodatos estatales, nosotros somos dueños del terreno donde operamos. El hecho de estar construyendo nuestra propia planta con recursos derivados de nuestras ventas demuestra una solidez financiera y un compromiso real que reduce el riesgo de inversión para Fondo Emprender. Esta autonomía nos permite controlar el 100% de la trazabilidad y asegurar que el valor agregado se quede directamente en la asociación. Mientras que los grandes competidores se enfocan en el volumen, nosotros nos enfocamos en el valor social del origen, el hecho de que 24 mujeres lideren la transformación de una zona históricamente afectada por el conflicto en un polo de desarrollo legal, nos otorga un factor diferenciador emocional y comercial que las marcas masivas no pueden replicar. Hemos validado un modelo comercial inteligente: aseguramos el flujo de caja mediante la venta de volumen de café pergamino a aliados estratégicos (Exportadora Cóndor y Cafisur), mientras capturamos altos márgenes de utilidad con la venta de café tostado y molido por libra en mercados urbanos. Esta dualidad comercial garantiza que la asociación sea sostenible en el tiempo, incluso ante fluctuaciones en los precios internacionales del grano.

4. PLAN DE MARKETING Y VENTAS (Cómo vendemos y damos a conocer nuestros productos)

¿De que forma los clientes saben de sus productos o servicios? Indique los canales para comunicar su producto a la comunidad. Aquí describan como venden sus productos: Ejemplo: puede ser en la finca, en la plaza, en ferias o por pedidos con clientes conocidos. Para darse a conocer se usa el voz a voz, carteles, WhatsApp o participan en eventos de la comunidad. A veces hacen promociones, dan a probar degustaciones, hacen descuentos o regalan algo pequeño para motivar la compra. Entregan directo en la finca, en el mercado o con alguien de la iniciativa que reparte. Los pagos los recibimos en efectivo, por transferencia, con Nequi o Daviplata; en algunos casos damos crédito o fiamos, pero siempre con acuerdos claros para que la iniciativa controle los cobros.



Nuestra estrategia se basa en la cercanía y la confianza, aprovechando que somos una organización de mujeres con un fuerte arraigo en el territorio. (Canales de Comunicación)
Voz a voz y Referenciación: Es nuestro principal motor. Al ser 24 asociadas, cada una actúa como embajadora de la marca en sus comunidades, veredas y familias, lo que nos permite una cobertura orgánica en Chaparral e Ibagué.

Marketing Digital (WhatsApp Business): Utilizamos estados de WhatsApp y listas de difusión para informar a nuestros clientes actuales sobre la disponibilidad de café recién tostado y las fechas de entrega.

Participación en Eventos: Asistimos a ferias locales de emprendimiento, mercados campesinos y eventos convocados por la Alcaldía de Chaparral o el SENA. En estos espacios, realizamos degustaciones de café filtrado para que el cliente compruebe la calidad de taza antes de comprar la libra.

Etiquetado Narrativo: Nuestra bolsa de café tostado incluye la historia de la asociación, lo cual sirve como herramienta de comunicación para que el cliente conozca nuestro impacto social. Canales de Venta y Distribución
Pedidos Directos: Manejamos una dinámica de preventa por pedidos con clientes conocidos y recurrentes en Ibagué, Villavicencio y Chaparral

Ahora regístre las acciones puntuales en estos espacios costeando su valor para el Año 1 de ejecución de los recursos

Estrategia de comunicación Indique la acción (Ejemplo: Página Web, Tarjetas, Pendones, entre otros)	Cuánto vale para el primer año (Si diligenció alguna acción a realizar, debe asignarle valor aquí)
Página web: Desarrollo de un sitio web oficial para ASMUINTETUAN. Este espacio funcionará como nuestra "vitrina al mundo", donde se contará la historia de las 24 mujeres de la vereda La Palmera, se mostrarán fotos de nuestra planta de proceso y se detallarán las características técnicas de	$ 4.000.000
Tarjetas de Presentación con Código QR: Entrega de tarjetas físicas a clientes actuales y potenciales en ferias. La tarjeta incluirá un código QR que dirija directamente al chat de WhatsApp Business de la asociación, facilitando que el cliente pida sus libras de café de forma	$ 1.000.000
Pendón Institucional e Informativo: Creación de un pendón tipo "Roll-Up" para ser utilizado en mercados campesinos, ferias regionales y en la sede propia en construcción. El pendón destacará visualmente el origen del café y los pilares de la asociación: Mujer, Territorio y	$ 1.000.000
TOTAL	**$ 6.000.000**

Marque con X únicamente las actividades que realizará en su organización

Estrategia de promoción	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en $) (Si diligenció alguna actividad a realizar, debe asignarle valor aquí)
Entrega puerta a puerta	x	nuestros clientes en el casco urbano de Chaparral y envíos directos a Ibagué y Villavicencio. Esta estrategia no es solo un servicio de	$ 2.000.000
Muestra del producto			
Otra	x	voz. Por cada cliente nuevo que llegue por recomendación de un consumidor frecuente, otorgamos un beneficio especial (puede ser un	$ 0
Ninguna			
Total			**$ 2.000.000**

Canales de distribución	Marque X	Describa la actividad a realizar	Cuánto vale para el primer año (Valor en $) (Si diligenció alguna actividad a realizar, debe asignarle valor aquí)
Punto de venta	x	en el terreno propio de la organización en el corregimiento de Calarma. Este espacio funciona no solo como centro de transformación, sino como	$ 2.000.000
A domicilio	x	mismas asociadas y aliados locales. Este canal atiende los pedidos realizados a través de WhatsApp y nuestra página web en los cascos	$ 2.000.000
Con distribuidores	X	una red de distribuidores locales y regionales. Actualmente, contamos con aliados estratégicos como el Fruver la 10 en Chaparral, donde	$ 2.000.000
Otro			
Total			**$ 6.000.000**

5. FLUJO DE PRODUCCIÓN Y REQUISITOS DE PERSONAL (Cómo hacemos el producto o servicio y con qué personas)

FLUJO DE PRODUCCIÓN

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

Café Tostado y Molido (Presentación por Libra)			
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)
1. Recepción y Selección Verificación de humedad (10-12%) y limpieza de impurezas manual.	30 min por lote (60 kg)	Medidor de humedad y zarandas manuales	Líder de Calidad (Asociada)
2. Trilla (Mortereo): Retiro de la cáscara (pergamino) para obtener el café verde o almendra.	45 min por lote	Máquina Trilladora	Operaria de Planta
3. Selección de Almendra Clasificación por tamaño y retiro de granos defectuosos (vinagres, negros).	1 hora	Mesa de inspección y bandejas	Comité de Selección (2 asociadas)
4. Tostión (Torrefacción) Proceso térmico donde el café desarrolla aroma y sabor (Tueste medio)	. 20 - 25 min por bache	Máquina Tostadora de café	Tostadora
5. Enfriamiento. Descenso rápido de temperatura para detener la cocción del grano.	10 min	Tolva de enfriamiento (integrada a tostadora)	Maestra Tostadora
6. Reposo (Desgasificación) El grano libera CO2 antes de ser molido para estabilizar sabores.	12 a 24 horas	Silos o recipientes herméticos grado alimenticio	Operaria de Planta
7. Molienda Transformación del grano tostado a polvo (molienda media para consumo hogar)	30 min por lote	Molino industrial de discos	Operaria de Planta

8. Pesaje y Empaque Dosificación exacta de 500g y sellado en bolsa con válvula.	1.5 horas (120 bolsas)	Gramera digital y Selladora de pedal	Auxiliar de Empaque (Asociada)
9. Etiquetado y Embalaje Colocación de marca, lote y fecha de vencimiento. Organización en cajas	45 min	Etiquetas y cajas de cartón	Auxiliar de Empaque

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
5	8	26	1.040

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

Carga de Café Pergamino Seco Certificado por 125Kg

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)
1. Pronóstico de cosecha, anuncio del lote y alistamiento de finca. Antes de iniciar la cosecha, el productor asociado realiza el pronóstico de producción con base en historial de cosechas, estado del lote y maduración del cultivo. Se registra el lote, variedad y volumen estimado, y se hace el anuncio a ASEPROPAZ para programar recepción y comercialización. En esta etapa también se	1 día por ciclo de cosecha	Registros de campo, celular/WhatsApp, formatos de anuncio, recipientes limpios, estopas limpias	Productor asociado Extensionista rural
2. Cosecha selectiva del café cereza. Se realiza la recolección manual únicamente de frutos maduros, evitando verdes, sobremaduros y secos, para proteger la calidad del lote. Los cosecheros son previamente orientados sobre selección del grano, manejo higiénico de recipientes y separación de material extraño. Esta actividad se realiza en temporada de cosecha y	1 a 5 días por lote, según producción	Canastillas o cocos recolectores, arnés, lonas limpias, estopas, elementos de protección personal	Productor asociado Recolectores, Extensionista rural
3. Recepción, pesaje y registro del café cereza en finca. El café cosechado se recibe el mismo día, se pesa en báscula calibrada y se registra por productor, lote y fecha. Esta actividad asegura la trazabilidad desde origen y permite controlar el volumen efectivamente cosechado antes del beneficio. También se verifica limpieza del producto y separación preliminar de material no	30 a 60 minutos por lote	Báscula calibrada, formatos de registro, etiquetas o identificación de lote	Productor asociado
4. Beneficio húmedo: despulpado, fermentación, lavado y manejo ambiental. El café cereza pasa al despulpado con equipo en buen estado y luego a fermentación controlada, considerando tiempo, temperatura y condiciones del lote. Posteriormente se realiza el lavado con agua limpia, separación de flotantes y manejo	18 a 36 horas en total, según fermentación y lavado	Despulpadora/semintegrado, tanquetina, agua limpia, reloj o cronómetro, canales de lavado, fosa, sistema de tratamiento de aguas mieles	Productor asociado
5. Secado controlado y estabilización del café pergamino. El café lavado se lleva al sistema de secado de la finca (marquesina, bandejas, carpas o secador), donde se controla la humedad hasta alcanzar condiciones adecuadas de almacenamiento. Durante esta etapa se remueve el café, se seleccionan defectos visibles y se registra el avance del secado. Es	8 a 15 días, según clima y sistema de secado	Marquesina, bandejas, lonas, rastrillo o paleta plástica	Productor asociado
6. Almacenamiento temporal en finca y preparación para envío. Una vez seco, el café pergamino se empaca en costales limpios, se identifica por lote y certificación y se almacena sobre estibas, en bodega ventilada y protegida de humedad, olores, plagas y contaminación. Luego se coordina el envío a la bodega de ASEPROPAZ, garantizando que el lote conserve su condición y	1 a 3 días, según programación de envío	Estibas, costales limpios, etiquetas, bodega en finca, registros de producción	Productor asociado
7. Transporte y recepción en centro de acopio de ASEPROPAZ. El café se transporta desde la finca hasta la bodega de ASEPROPAZ en condiciones adecuadas de higiene y seguridad. En el centro de acopio se recibe el lote, se verifica contra el anuncio previo, se registra su ingreso y se realiza el pesaje oficial. Esta actividad permite consolidar inventario, organizar el lote y preparar el proceso de	2 a 6 horas por viaje/lote	Vehículo de transporte, remisión o carta de porte, báscula calibrada, formatos de recepción	Productor asociado Conductor
8. Toma de muestra, análisis físico y análisis sensorial del café. En bodega se toma muestra representativa de cada lote, se identifica y se realiza análisis físico para determinar factor de rendimiento, defectos, humedad y condición general. Posteriormente se remite al laboratorio para evaluación sensorial, según protocolo de catación. Con esta información se define si el	2 a 3 horas por lote	Sonda de muestreo, bolsas herméticas, etiquetado, trilladora de muestras, balanza, tostadora de muestras, molino, mesa de catación, cucharas, vasos, determinador de	Analista de calidad en café / Catador Auxiliar de bodega
9. Facturación, pago, reempaque y almacenamiento por lote. Una vez definidos el factor, la calidad y la condición del lote, se realiza la facturación y orden de pago al productor con base en precio del día y bonificaciones aplicables. Luego el café se reempaca en bolsas adecuadas (como GrainPro, lona blanca o fique), se rotula por lote y certificación, y se almacena sobre estibas,	1 día por lote consolidado	Computador, sistema o formatos de facturación, bolsas GrainPro, lonas blancas, costales de fique, etiquetas, estibas, bodega organizada	Auxiliar administrativo Contador Auxiliar de bodega Analista de calidad

10. Negociación, despacho y entrega al cliente. Con base en inventarios disponibles, calidad y certificaciones, ASEPROPAZ negocia con el cliente, confirma pedido, prepara el despacho y organiza el cargue. Se pesa el volumen a entregar, se verifica limpieza del vehículo, se separan lotes por certificación o set comercial y se emiten remisiones y documentos de transporte.	1 a 3 días por operación comercial	Vehículo, báscula, remisión, cartaporte, registros de despacho, teléfono/comunicación comercial	Grofesional comercial Auxiliar de bodega Conductor

CAPACIDAD INSTALADA PRODUCTO O SERVICIO 2:

Es el cálculo de la cantidad máxima que usted puede producir o atender del **producto o servicio 2** con lo que tiene disponible, teniendo en cuenta sus herramientas, el tiempo de trabajo y el apoyo de las personas que participan en la actividad. No se calcula por persona, sino por **todo lo que el negocio puede producir o atender en conjunto.**

Producción o servicios por hora (Número)	Horas de trabajo día	Días de trabajo en el mes	Total unidades al mes
2	5	14	140

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

EQUIPO DE TRABAJO

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

Dependiendo el t
de vinculación de
cargo seleccione
No en el factor
prestacional



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

Rol o cargo	Tipo de vinculación	Principales Funciones o Actividades a realizar	Asignación Mensual ($)	Factor prestacional	Total Asignación Mensual	Meses requeridos en Año 1	Tipo de er
Gerente de Proyecto / Representante Legal	Contrato Laboral a término indefinido	Dirección estratégica, representación ante entidades y toma de decisiones generales.	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Secretario(a) Administrativo	Contrato Laboral a término indefinido	Manejo de plataforma Fondo Emprender, gestión documental digital, archivo y soporte administrativo.	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Especialista en Marketing Digital y Ventas	Contrato Laboral a término indefinido	Gestión de página web, redes sociales, WhatsApp Business y estrategias de crecimiento digital.	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Líder de Calidad y Procesos	Contrato Laboral a término indefinido	Supervisión de la materia prima (café pergamino) y estandarización del perfil de taza	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Maestro Tostadora (Operaria de Planta)	Contrato Laboral a término indefinido	Operación de la maquinaria de tostión y control de curvas de tueste.	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Operaria de Trilla y Selección	Contrato Laboral a término indefinido	Manejo de la trilladora y clasificación manual de café almendra (retiro de defectos).	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Auxiliar de Empaque y Sellado	Contrato Laboral a término indefinido	Pesaje exacto, manejo de la selladora de pedal y control de inventario de empaques.	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Auxiliar de Logística y Distribución	Contrato Laboral a término indefinido	Coordinación de entregas puerta a puerta y despachos nacionales	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Promotora de Ventas y Mercados	Contrato Laboral a término indefinido	Gestión de ventas en el punto físico (Calarma), ferias y atención a distribuidores locales	$ 1.750.905	SI	$ 2.692.192	12	A cre
Contador	Prestación de servicios	Realizar el acompañamiento contable, financiero y tributario del proyecto, asegurando el registro oportuno y confiable de todas las operaciones económicas derivadas de su ejecución. Elaborar estados e informes financieros, reportes de ejecución presupuestal, conciliaciones y soportes contables requeridos por la organización y las entidades de seguimiento. Verificar la correcta causación	$ 800.000	NO	$ 800.000	12	A rete
TOTAL					**$ 25.029.724**		

Indique el número de empleos indirectos que se impactan con la implementación de su iniciativa	120

6. NECESIDADES Y REQUERIMIENTOS (Qué pedimos para fortalecer la iniciativa)

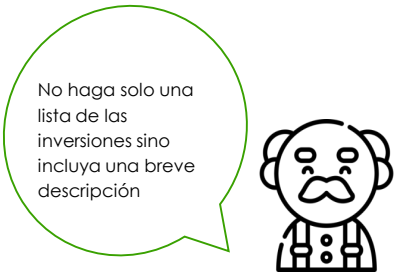
Defina cuanto es el valor del plan de inversión, indicando las actividades que serán solicitadas para financiar con el Recurso de Fondo Emprender.

Recursos Financiables para FORTALECER

1. Pago de salarios u honorarios.
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 del proyecto y la iniciativa empresarial.
5. Las adecuaciones o remodelaciones estructurales y locativas del inmueble donde se desarrollará el proyecto y la iniciativa empresarial.
6. Financiar 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 del proyecto o la iniciativa empresarial, rubro que en ningún caso podrá ser utilizado con fines de vivienda del beneficiario.
7. Expansión mediante el modelo de franquicias, de acuerdo con los lineamientos que para el efecto emita el SENA, siempre y cuando, además de los criterios señalados en el presente acuerdo, este modelo de negocio genere valor agregado sustentado.
8. Pago de derechos referentes a la propiedad intelectual (marcas y patentes) relacionados con el proyecto o la iniciativa empresarial.

1. INVERSIONES FIJAS

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



Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor Total
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Semiintegrado de 3 chorros y medio	$ 5.500.000	22	$ 121.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Marquesinas innovakid	$ 4.000.000	23	$ 92.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Maquina fumigadora a motor de lanza marca mitsubishi	$ 1.700.000	1	$ 1.700.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Tostadora de 12,5 kg marca tecnomag	$ 23.000.000	1	$ 23.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Molino electrico capacidad de 100 kg para café tostado	$ 12.000.000	1	$ 12.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	selladora de banda continua FRM (Referencia FR-900 o FR-1000)	$ 4.500.000	1	$ 4.500.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Empacadora dosificadora semiautomatica Inmuequip	$ 6.000.000	1	$ 6.000.000

Adquisición de maquinaria, equipos y software	Medidor de humedad Agratrónix (Referencia Coffee Tester)	$ 2.500.000	1	$ 2.500.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Eternal / La Feria de la Greca Trilladora de flujo continuo (150 - 180 kilos/hora)	$ 11.000.000	1	$ 11.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Infraestructura y mobiliario de laboratorio Incluye: - mesa de catación (1) - mesones (2)	$ 7.000.000	2	$ 14.000.000
Insumos para el ciclo productivo	Empaque de cafe con valbula y cierre	$ 3.500	2000	$ 7.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Capuchinera Nuova Simonelli Equipo para preparación de bebidas a base de café, utilizado con fines demostrativos, comerciales y de fortalecimiento de capacidades en valor agregado.	$ 18.000.000	1	$ 18.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Metodos de preparación de café Equipos de preparación de café (valor agregado) Incluye: - V60 (1) - prensa francesa (1)	$ 2.500.000	1	$ 2.500.000
Insumos para el ciclo productivo	Menaje, recipientes plasticos, mobiliario para la tienda de café	$ 7.000.000	1	$ 7.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	2 pesas de 40 kilos y 2 basculas digitales de 50 kilos 2 grameras digitales	$ 2.800.000	1	$ 2.800.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Guadaña Stihl (FS 450) y tolva plastica de 1000 kilos	$ 5.300.000	1	$ 5.300.000
Adecuaciones o remodelaciones estructurales	Adecuaciones del espacio que tiene la asociación a nombre de Asmuintetuam con carta venta y en proceso de escrituración, certificado de tradición y libertad, certificado de uso de suelo acto para la actividad. Las	$ 100.000.000	1	$ 100.000.000
Adquisición de maquinaria, equipos y software	Planta eléctrica 12.000 W Planta eléctrica a gasolina marca Barnes de 12.000 W, utilizada para garantizar autonomía energética en procesos productivos y de laboratorio en zonas rurales con limitaciones de acceso	$ 10.000.000	1	$ 10.000.000
Permisos, licencias y registros	La certificación Rainforest Alliance se enfoca en garantizar la sostenibilidad integral de la producción agrícola, incluyendo criterios ambientales, sociales y económicos. Su implementación implica prácticas como	$ 40.000.000	1	$ 40.000.000
Permisos, licencias y registros	Solicitud de registro INVIMA (se contratara una empresa experta en tramites de INVIMA para solicitar el certificado, ya que ningún miembro de la asociación tiene el conocimiento técnico para asumir la función)	$ 4.000.000	1	$ 4.000.000
TOTAL INVERSIONES FIJAS				**$ 484.300.000**

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

GASTOS ANTES DE INICIAR (PREOPERATIVOS)				
Rubro Financiable (Seleccione de la lista desplegable)	Descripción	Valor Unitario	Cantidad	Valor
Estrategia de comunicación		$ 14.000.000	1	$ 14.000.000
Pago de salarios u honorarios	Gerente de Proyecto / Representante Legal	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Secretario(a) Administrativo	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Especialista en Marketing Digital y Ventas	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Líder de Calidad y Procesos	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Maestro Tostadora (Operaria de Planta)	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Operaria de Trilla y Selección	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Auxiliar de Empaque y Sellado	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Auxiliar de Logística y Distribución	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Promotora de Ventas y Mercados	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Pago de salarios u honorarios	Contador□	$ 2.692.192	6	$ 16.153.152
Insumos para el ciclo productivo	Fertilizantes 17-6-18-2. Este fertilizante es un complejo NPK (Nitrógeno, Fósforo, Potasio) reforzado con elementos secundarios. Su fórmula equilibrada está pensada para cultivos que demandan altos niveles de potasio durante la	$ 145.000	360	$ 52.200.000
				$ 0
				$ 0
				$ 0
TOTAL GASTOS PREOPERATIVOS				**$ 227.731.520**

7. PROPÓSITO DE LA INVERSIÓN (Para qué pedimos los recursos)

En este apartado se cuentan los resultados que se esperan con los recursos. Por ejemplo, la inversión permitirá mejorar la producción para tener más capacidad o hacerla de manera más eficiente, aumentar las ventas llegando a más clientes y en más lugares, y generar nuevos empleos que apoyen el trabajo de la organización o asociación. También ayudará a abrir mercados en otras veredas, municipios o ferias, a trabajar de forma más sostenible cuidando el medio ambiente y aprovechando mejor los recursos, y a asegurar que la iniciativa pueda mantenerse en el tiempo con mayor solidez

El propósito central de esta inversión es la tecnificación de la cadena de valor del café producido por las 24 mujeres de la vereda La Palmera (Calarma), mediante la implementación de una planta de transformación propia y una tienda de café de especialidad. Los recursos se destinarán a los siguientes ejes estratégicos:
1. La adquisición de maquinaria especializada (trilladora, tostadora, molino y medidor de humedad) permitirá a la asociación eliminar la dependencia de maquilas externas, como se hace actualmente, reduciendo los costos de producción en un 15% a 20%. Esto asegura un control total sobre la trazabilidad y la inocuidad del producto, garantizando un perfil de taza constante que cumpla con los estándares del INVIMA para café tostado y molido de alta calidad. Adicional permite a futuro ofrecer el servicio de maquila a otros caficultores y asociaciones de la región.
2. Con la creación de la Página Web y el fortalecimiento del Marketing Digital, la inversión permitirá que el café de ASMUINTETUAN de origen Chaparraluno trascienda las fronteras locales, llegando a clientes institucionales y hogares en cualquier lugar del país. La inversión en la tienda de café física se convertirá en un centro de experiencia y degustación que atraerá turismo local y regional, aumentando la visibilidad de la marca. Con este espacio se busca generar un canal de comercialización no solo de cafe organico si no también de otros productos que cultivan las asociadas como cacao, frutas y algunas verduras.
3. Los recursos financiarán la creación de 10 empleos formales, priorizando la vinculación de las mismas asociadas en roles operativos y de dirección, y vinculando perfiles técnicos externos en TICS y mercadeo. Esto no solo genera ingresos directos para las familias rurales, sino que reduce la brecha digital y técnica de la asociación.
4. Se busca asegurar la sostenibilidad ambiental de los cultivos y la productividad de las fincas conservando el sello verde de Cortolima como productoras organicas. Al ser dueñas de su propio centro de acopio y transformación, la asociación gana solidez financiera, permitiendo que la iniciativa sea rentable y perdurable, reinvirtiendo los excedentes en el bienestar de la comunidad de mujeres cafeteras de Chaparral.
5. Gran parte del recurso será invertido en las adecuaciones a realizar en el predio propiedad de la asociación, esta inversión busca asegurar las adecuaciones estructurales bajo un esquema de separación física estricta entre las áreas de proceso y atención al público. En la Zona de Producción, se instalarán pisos en resina epóxica de alto tráfico con medias cañas (uniones curvas pared-piso) y paredes recubiertas en pintura epóxica blanca lavable, asegurando superficies impermeables y de fácil desinfección. Se contempla la creación de un Centro de Acopio y Almacenamiento independiente, dotado de estibas plásticas y ventilación controlada para proteger la estabilidad del grano. La Tienda de Café contará con una barra de servicio ergonómica y un área de degustación técnica, aislada de la planta de tostión mediante cerramientos que permitan la visibilidad sin comprometer la asepsia. Finalmente, se adecuarán servicios sanitarios y vestieres diferenciados para operarios, los cuales no tendrán comunicación directa con el área de proceso, cumpliendo así con los flujos de personal y producto

8. RESULTADOS ESPERADOS DE LA INVERSIÓN (Resultados que traerán los recursos)

Se debe contar de manera clara y amplia los resultados que se quieren lograr con los recursos solicitados. Por ejemplo: aumento en los ingresos mensuales o el volumen de ventas, tener mejores ganancias (variación en el margen de utilidad), gastar menos al producir (reducción de costos unitarios), número de nuevos puntos de venta o clientes, y cantidad de puestos de trabajo, autoempleo o empleos creados directa o indirectamente.
También se puede evidenciar que se busca mejorar la satisfacción de los clientes mediante encuestas o el número de reclamos, fortalecer el reconocimiento en la comunidad (presencia en eventos, menciones en medios o redes), y lograr la sostenibilidad del negocio (TIR (Tasa Interna de Retorno), flujo de caja positivo, capital de trabajo suficiente, continuidad operativa tras seis o doce meses). Para actividad que mencione presente de una forma medible su cambio o crecimiento.

La ejecución de los recursos solicitados permitirá que la asociación logre un crecimiento integral en sus dimensiones financiera, operativa y social, alcanzando los siguientes hitos medibles: Se proyecta pasar de vender café pergamino (materia prima) a café tostado y molido (producto con valor agregado), lo que incrementará el margen de utilidad neta por libra de un 12% a un 35%.
Gracias a la adquisición de la trilladora y tostadora propias, se logrará una reducción del 22% en los costos de transformación, al eliminar el pago de servicios de maquila externa y transporte a plantas ajenas
Se estima alcanzar un flujo de caja positivo a partir del mes 8 de operación, con una Tasa Interna de Retorno (TIR) proyectada superior al costo de oportunidad del sector cafetero, garantizando la reinversión en capital de trabajo para la siguiente cosecha.
Se espera un incremento del 50% en el volumen de café procesado en el primer año, pasando de ventas informales a una meta de comercialización de 500 libras mensuales de café especial.
Se espera expansión de clientes y canales por medio de la apertura de la tienda fisica, la captación de clientes a través de pagina web y manejo adecuado de redes sociales por una persona experta,
Generación de 10 nuevos empleos directos bajo condiciones de formalidad laboral. De estos, 8 serán ocupados por asociadas (autoempleo) en labores operativas y de dirección, y 2 por personal externo especializado (TICS y Marketing).
Obtención del Registro Sanitario INVIMA para la planta de producción, lo que permitirá la entrada formal a mercados de grandes superficies y la futura exportación.
Reducción del uso de agroquímicos en las fincas de las 24 asociadas mediante el manejo mecánico de arvenses (guadaña), impactando positivamente en el ecosistema local y la salud de las familias.

Con esta inversión, ASMUINTETUAN deja de ser un grupo de productoras para convertirse en una empresa líder en Chaparral, capaz de sostenerse financieramente, generar empleo digno para la mujer rural y entregar un producto de exportación con la garantía de una planta tecnificada.

9. ESTRATEGIA DE LA INVERSIÓN (De qué manera se hará la inversión)

Se debe contar de manera clara y amplia los resultados que se quieren lograr con los recursos solicitados. Por ejemplo: aumento en los ingresos mensuales o el volumen de ventas, tener mejores ganancias (variación en el margen de utilidad), gastar menos al producir (reducción de costos unitarios), número de nuevos puntos de venta o clientes, y cantidad de puestos de trabajo, autoempleo o empleos creados directa o indirectamente.
También se puede evidenciar que se busca mejorar la satisfacción de los clientes mediante encuestas o el número de reclamos, fortalecer el reconocimiento en la comunidad (presencia en eventos, menciones en medios o redes), y lograr la sostenibilidad del negocio (TIR (Tasa Interna de Retorno), flujo de caja positivo, capital de trabajo suficiente, continuidad operativa tras seis o doce meses). Para actividad que mencione presente de una forma medible su cambio o crecimiento.

Se proyecta ejecutar recursos en un periodo de 6 meses distribuidos en las inversiones requeridas para fortalecer la asociación. Teniendo en cuenta lo estipulado en las inversiones fijas y gastos preoperativos, disponemos lo siguiente:
Adecuación e Infraestructura: Intervención del predio de 180m2. Se proyecta un periodo de 3 meses máximo para realizar las adecuaciones

Dotación Tecnológica: Adquisición de la línea de producción (trilladora, tostadora, molino y selladora y demás maquinaria y equipo). A la par que se van realizando las adecuaciones se proyecta ir comprando los equipos y maquinaria relacionados en el proyecto, de tal modo que a la entrega de las adecuaciones se tengan los equipos para dotar el espacio e iniciar producción y comercialización.
□
La Selección de Proveedores no se basará únicamente en el precio más bajo, sino en una matriz de decisión que garantice la calidad de la maquinaria y la continuidad del negocio. Se seguirán estos pasos:
Para cada equipo mayor (tostadora, trilladora, adecuaciones), se solicitarán formalmente tres propuestas detalladas que incluyan ficha técnica y garantía. Estas serán sometidas a votación por parte de la junta directiva de la asociación para elegir el mejor proveedor. Se realizara visita previa al proveedor elegido para garantizar que cumpla con lo requerido para la compra.

Se priorizarán proveedores que tengan representación en Tolima o Bogotá para asegurar que, ante cualquier falla, el técnico pueda llegar a Calarma rápidamente.
El proveedor debe comprometerse a realizar una jornada de entrenamiento presencial para las asociadas sobre el manejo y limpieza de las máquinas.
Todos los equipos de proceso deben ser en acero inoxidable grado alimenticio y los materiales de construcción deben contar con certificado para INVIMA.
Para minizar los posibles riesgos que se puedan presentar en contratos de compra con proveedores externos se establecerán cláusulas de cumplimiento en el contrato de compra con fechas de entrega claras.
Para garantizar el aumento en el volumen de ventas y el reconocimiento de la marca, se ejecutarán las siguientes acciones: En el punto de venta físico en Calarma, se ofrecerán pruebas gratuitas de café recién preparado a los visitantes y transportadores. La meta es que "quien lo pruebe, se lleve una libra.
Instalación de una valla llamativa en la entrada de la vereda y avisos tipo "rompetráfico" en negocios aliados (panaderías y droguerías de Chaparral) con la frase: "Del corazón de Calarma a su mesa: Café ASMUINTEUAN

10. PRESUPUESTO Y USO DE FONDOS (Cómo se van a usar los recursos)

CANTIDAD DE ASOCIADOS O INTEGRANTES	**25**	**Cumple integrantes perm**
VALOR SOLICITADO AL FONDO EMPRENDER	**$ 712.031.520**	**Cumple recursos para número de integrante registrados**
EMPLEOS A GENERAR	**10**	**Cumple empleos a gen**
CUMPLE CON RECURSOS, INTEGRANTES Y EMPLEOS	**Cumple**	

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

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

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 6. Necesidades y Requerimientos. Los recursos deberán ser ejecutados máximo hasta el Mes 6 de ejecución del proyecto.

Rubro Financiable	Mes 1 ($)	Mes 2 ($)	Mes 3 ($)	Mes 4 ($)	Mes 5 ($)	Mes 6 ($)
Adecuaciones del predio propiedad de la asociación	$ 40.000.000	$ 40.000.000	$ 20.000.000			
Compra de maquinaria, equipos y herramientas descritos en el punto 6 necesidades y	$ 96.075.000	$ 96.075.000	$ 96.075.000	$ 96.075.000		
Estrategia de comunicación	$ 7.000.000	$ 7.000.000				
Pago de salarios de los empleos descritos en el punto equipo de trabajo	$ 26.921.920	$ 26.921.920	$ 26.921.920	$ 26.921.920	$ 26.921.920	$ 26.921.920
Compra de fertilizantes	$ 17.400.000	$ 17.400.000	$ 17.400.000			

TOTAL	$ 187.396.920	$ 187.396.920	$ 160.396.920	$ 122.996.920	$ 26.921.920	$ 26.921.920

TOTAL PLAN OPERATIVO	**$ 712.031.520**	**CORRESPONDE A VALOR SOLICITADO AL FONDO**

11. COMPONENTE FINANCIERO (Resumen financiero)

En este espacio se debe realizar la proyección de ventas a cinco años. Para los productos o servicios indique el incremento que este precio tendrá año a año teniendo en cuenta indicadores macroeconómicos como el IPC (Indice de precios al consumidor) y el IPP (Indice de precios al productor)

Justificación de la proyección de ventas	La proyección de ventas se sustenta en una estrategia de dualidad comercial que combina la estabilidad del volumen con la captura de valor agregado. Se estima la venta de 3.480 libras de café tostado y molido en el primer año, incrementando a 6.000 unidades para el quinto año, basado en la demanda validada de clientes actuales en Chaparral, Ibagué y Villavicencio. Complementariamente, se asegura el flujo de caja mediante la comercialización de 502 cargas de café pergamino seco (125kg) anuales con aliados estratégicos como Exportadora Cóndor y Cafisur. Esta proyección es alcanzable gracias a la capacidad instalada de la nueva maquinaria, el fortalecimiento del marketing digital y la apertura del punto de venta físico en Calarma, lo que permite atender un mercado potencial creciente que valora los cafés de origen y el impacto social.



Incremento			
Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
6,0%	7,0%	7,0%	7,0%

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
Café Tostado y Molido (Presentación por Libra)	$ 35.000	$ 37.100	$ 39.697	$ 42.476	$ 45.449
Carga de Café Pergamino Seco Certificado por 125Kg	$ 2.500.000	$ 2.650.000	$ 2.835.500	$ 3.033.985	$ 3.246.364
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	Café Tostado y Molido (Presentación por Libra

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades
Mes 1	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	350	$ 13.893.950	500
Mes 2	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	350	$ 13.893.950	500
Mes 3	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	380	$ 15.084.860	500
Mes 4	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	380	$ 15.084.860	500
Mes 5	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	380	$ 15.084.860	500
Mes 6	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	400	$ 15.878.800	500
Mes 7	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	400	$ 15.878.800	500
Mes 8	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	400	$ 15.878.800	500
Mes 9	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	450	$ 17.863.650	500

Mes 10	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	450	$ 17.863.650	500	
Mes 11	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	450	$ 17.863.650	500	
Mes 12	230	$ 8.050.000	290	$ 10.759.000	450	$ 17.863.650	500	
TOTAL	**2760**	**$ 96.600.000**	**3480**	**$ 129.108.000**	**4840**	**$ 192.133.480**	**6000**	

PRODUCTO O SERVICIO 2	Carga de Café Pergamino Seco Certificado por 1

	AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		A	
	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	Ingresos	Unidades	
Mes 1	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 2	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 3	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 4	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 5	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 6	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 7	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 8	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 9	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 10	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 11	42	$ 105.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
Mes 12	40	$ 100.000.000	45	$ 119.250.000	55	$ 155.952.500	65	
TOTAL	**502**	**$ 1.255.000.000**	**540**	**$ 1.431.000.000**	**660**	**$ 1.871.430.000**	**780**	

PRODUCTO O SERVICIO 3	0

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

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 ($)	Cantidad requerida en el año 1	Valor Total Año 1 ($)
Servicio de Internet	$ 65.000	12	$ 780.000
Mantenimiento preventivo y correctivo de la tostadora y e	$ 35.000	2	$ 70.000
Servicios publicos de agua	$ 35.000	12	$ 420.000
Servicios publicos de energia	$ 300.000	12	$ 3.600.000
Servicios publicos de gas	$ 200.000	12	$ 2.400.000
			$ 0
			$ 0
			$ 0
TOTAL	$ 635.000		**$ 7.270.000**



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			Café Tostado y Molido (Presentación por Libra)	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
1. Café (Es trillado, tostado y seleccionado	Gramo	$ 40	450	$ 18.000
2. Maquila Trilla y selección	Gramo	$ 1	500	$ 500
3. Empaque (Bolsa 500g - Impresa + sticker)	Unidad	$ 2.300	1	$ 2.300
4. Transporte	Unidad	$ 100	1	$ 100
				$ 0
TOTAL				$ 20.900

COSTOS VARIABLES PRODUCTO 2			Carga de Café Pergamino Seco Certificado por 125Kg	
Materia Prima	Unidad de medida	Valor unitario ($)	Cantidad por unidad de producto	Valor Total ($)
Café pergamino seco certificado compr	Kg	$ 14.500	125	$ 1.812.500
Bolsa GrainPro para reempaque comerci	Unidad	$ 7.500	1	$ 7.500
Saco de fique para empaque del café	Unidad	$ 5.000	1	$ 5.000
Etiqueta / identificación / marcación par	Unidad	$ 500	1	$ 500

				$ 0
TOTAL				$ 1.825.500

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	stado y Molido (Presentación p	afé Pergamino Seco Certificad	0
Precio de Venta	$ 35.000	$ 2.500.000	$ 0
Costo Variable	$ 20.900	$ 1.825.500	$ 0
Margen de contribución	$ 14.100	$ 674.500	$ 0
% Participación	60%	40%	
Margen de contribución ponderado	$ 8.460	$ 269.800	$ 0
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades totales)	2,28		
PUNTO DE EQUILIBRIO (Unidades por producto o servicio)	**1**	**1**	**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	$ 14.000.000	$ 14.840.000	$ 15.878.800	$ 16.990.316
Dotaciones	$ 1.200.000	3	$ 3.600.000	$ 3.816.000	$ 4.083.120	$ 4.368.938
Seguridad Industrial	$ 150.000	1	$ 150.000	$ 159.000	$ 170.130	$ 182.039
Manual del sistema de gestión y salu	$ 1.150.000	1	$ 1.150.000	$ 1.219.000	$ 1.304.330	$ 1.395.633
Seguro todo riesgo de la empresa	$ 100.000	12	$ 1.200.000	$ 1.272.000	$ 1.361.040	$ 1.456.313
Registro Mercantil	$ 250.000	1	$ 250.000	$ 265.000	$ 283.550	$ 303.399
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0

			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
			$ 0	$ 0	$ 0	$ 0
TOTAL			**$ 20.350.000**	**$ 21.571.000**	**$ 23.080.970**	**$ 24.696.638**

12. IMPACTOS (Beneficios de la inversión)

Describa cómo la iniciativa Económica, ayudará a... en lo Económico: generar más ingresos, producir más o crear empleos, Ambiental: qué acciones realizará para cuidar la naturaleza, el agua, la tierra y evitar desperdicios, Social: cómo beneficiará a la comunidad, mejorará la calidad de vida o fortalecerá el trabajo en grupo, Tecnológico: qué herramientas, equipos o procesos nuevos usará para trabajar más fácil y con mejores resultados. SE DEBE DESCRIBIR PARA CADA ELEMENTO: ECONÓMICO, AMBIENTAL, SOCIAL, TECNOLÓGICO.

Económico	La inversión permite la transición de la venta de materia prima a productos con valor agregado, incrementando el margen de utilidad neta por libra de un 12% a un 35%. Además, genera una reducción del 22% en los costos de transformación al eliminar la dependencia de maquilas externas y fomenta la economía local mediante la creación de 10 empleos directos formales
Ambiental	Se fortalecerá la producción limpia mediante el manejo mecánico de arvenses (guadaña), reduciendo el uso de agroquímicos en las fincas de las asociadas. La asociación mantendrá el sello verde de Cortolima, implementando prácticas de conservación del agua y el suelo, y un manejo responsable de los residuos del beneficio (pulpa y mucílago).
Social	El impacto principal es el empoderamiento de la mujer campesina y la mejora de la calidad de vida de 25 familias asociadas. La iniciativa actúa como un motor de cohesión social y resiliencia en una zona históricamente afectada por el conflicto, fortaleciendo el tejido comunitario a través del modelo de economía solidaria
Tecnológico	Se implementará la tecnificación de la cadena de valor con maquinaria industrial de alta precisión (tostadora de 12.5kg, molino eléctrico, medidor de humedad). Asimismo, se reducirá la brecha digital mediante la creación de una página web oficial y una estrategia profesional de marketing digital y ventas por WhatsApp Business

13. INDICADORES DE CUMPLIMIENTO

En este punto quedan descritos los indicadores de acuerdo con la información previamente diligenciada y con los que **se compromete la iniciativa registrada formalmente,** si llega a ser beneficiario de los recursos del Fondo Emprender

INDICADOR	Número o Valor	Descripción del indicador
Empleos a crear	9	El valor de este indicador se define de acuerdo con la información descrita en el punto 5. Flujo de producción y equipo de Trabajo donde se registran los cargos, actividades a realizar y tipo de contratación.
Empleos a retener	1	
Contrapartidas	12	Debe darse cumplimiento a la realización de eventos de transferencia de conocimiento los cuales se programarán de manera concertada con el SENA
Sostenibilidad Empresarial	0,28	La empresa debe ser sostenible demostrando que sus ventas son superiores a sus costos. (Para ser sostenible el valor debe ser mayor a 0)

14. MAPA DE ACTORES

Indique actores de otras instituciones diferentes al SENA que puedan ayudar al desarrollo de su iniciativa (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?
Servicio Nacional de Aprendizaje SENA	Público	Nacional	Acceso a recursos de cofinanciación, acompañamiento técnico y seguimiento en la implementación del proyecto, fortalecimiento de capacidades empresariales, apoyo en formación técnica y validación del modelo productivo y comercial para garantizar sostenibilidad.

Agencia de Desarrollo Rural	Público	Nacional	Articulación con programas de desarrollo rural, fortalecimiento productivo en las unidades agrícolas, acceso a proyectos de cofinanciación y acompañamiento en la consolidación de capacidades organizativas y productivas en el territorio.
Cámara de Comercio del Sur y Oriente	Público - Privado	Regional Tolima - SUR	Apoyo en el fortalecimiento organizacional, acceso a servicios de capacitación, asesoría en gestión empresarial, promoción comercial y acompañamiento en procesos de crecimiento y posicionamiento de la organización.
Alcaldía de Chaparral	Público	Local	Apoyo institucional en territorio, articulacion con programas municipales, facilitación de procesos administrativos y permiso, acompañamiento en desarrollo rural y fortalecimiento de iniciativas productivas en el municipio.
Gobernación del Tolima	Público	Cra 3 entre calle 10 y 11, Ibagué Tolima	respalda el proyecto a través de programas de desarrollo económico y fomento a emprendedores, facilitando acceso a incentivos, capacitación y apoyo institucional, fortaleciendo la sostenibilidad y crecimiento del emprendimiento en la región.

tipo
el
Si ó

npleo
ar
ar
ar
ar
ar
ar
ar
ar
ar
ner


itidos
el
es
erar

)

AÑO 4

Ingr

$ 21.2

$ 21.2

$ 21.2

$ 21.2

$ 21.2

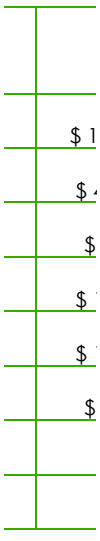
$ 21.2

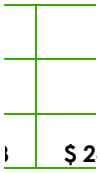
$ 21.2

$ 21.2

$ 21.2

	$ 21.2
	$ 21.2
	$ 21.2
	$ 254.8
25Kg	
AÑO 4	
	Ingr
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 197.2
	$ 2.366.
AÑO 4	
	Ingr
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$
	$




$ 2